



TEORIA SEMIOLINGUÍSTICA: ALGUNS PRESSUPOSTOS

Leonardo Coelho CORRÊA-ROSADO¹

Resumo: Este artigo discorre sobre os pressupostos de um arcabouço teórico-metodológico que tem se revelado, no âmbito da Análise do Discurso, como uma teoria que possui um grande potencial na análise de diversos discursos sociais, como o político, o midiático, o publicitário, o literário, e que vem sendo utilizado por pesquisadores de diversas instituições brasileiras e estrangeiras: a Teoria Semioliológica (TS), de Patrick Charaudeau. Trata-se, portanto, de um artigo de revisão de literatura sobre a TS, no qual apontaremos os postulados e os principais conceitos que balizam esse arcabouço teórico-metodológico. Nele discorreremos sobre os princípios gerais que configuram essa teoria, bem como sobre seus conceitos centrais, tais como *discurso*, *contrato comunicacional* e *estratégias discursivas*. Também trataremos, de forma breve, sobre os *modos de organização do discurso*, elementos que correspondem ao aspecto metodológico desse arcabouço.

Palavras-chave: Análise do Discurso. Teoria Semioliológica. Pressupostos gerais.

Introdução

No campo dos estudos da linguagem, a Análise do Discurso (doravante AD) é um campo interdisciplinar que encara a linguagem no que diz respeito ao seu uso por sujeitos sociais em contextos sócio-históricos específicos. Nesse sentido, o discurso, como aponta Maingueneau (2006, p. 43), “designa menos um campo de investigação delimitado do que um certo *modo de apreensão da linguagem*: este último não é considerado aqui como uma estrutura arbitrária, mas como a *atividade* de sujeitos inscritos em *contextos* determinados”. Logo, na AD, o discurso é uma atividade de uso da linguagem, realizada por sujeitos inscritos em contextos sócio-históricos específicos.

Esse modo de apreensão da linguagem, como frisa Maingueneau (2006), é importante para distinguir a AD de outras áreas de estudo, como a Pragmática, a Análise da Conversa, a Sociolingüística, a Linguística da Enunciação, entre outras. A AD parte do conteúdo linguístico dos textos em análise, visando compreender os efeitos de sentido gerados pelos

¹ Doutorando do Programa de Pós-Graduação em Estudos Linguísticos (Linguística do texto e do discurso/análise do discurso) da Faculdade de Letras da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). Bolsista CAPES. Belo Horizonte/MG/Brasil. tintimcorre@hotmail.com



REVISTA MEMENTO V. 05, N. 2 (julho-dezembro de 2014)
REVISTA DO MESTRADO EM LETRAS LINGUAGEM, DISCURSO E CULTURA – UNINCOR
ISSN 2317-6911

sujeitos sociodiscursivos em suas práticas linguageiras. De um modo geral, podemos entender efeitos de sentido como o jogo semântico-discursivo gerado pela relação intersubjetiva e pelo contexto sócio-histórico, incluindo, nesse caso, os aspectos materiais sobre os quais o processo discursivo ocorre, bem como seus aspectos ideológicos. Logo, o sujeito que produz o discurso gera, para o sujeito a que ele se dirige (o seu interlocutor), um efeito de sentido, no qual suas “palavras” só podem ser compreendidas se considerada as relações acima expostas.

Embora a AD procure encarar a linguagem da forma descrita acima, a homogeneidade entre as teorias e as metodologias está longe de ser uma característica dessa disciplina. Como aponta Maingueneau (1997), pode-se na atualidade falar de múltiplas análises do discurso, isto é, atualmente o campo da AD é caracterizado pela diversidade. Nesse sentido, há várias vertentes, como a Análise do Discurso Crítica (ADC), a Teoria Semiolinguística (TS), a Análise do Discurso Francesa (ADF), a Análise do Discurso da Divulgação Científica (ADDC), entre outras, que divergem em relação às suas abordagens teóricas e aos seus procedimentos metodológicos.

Todos esses arcabouços teórico-metodológicos são relevantes. Porém, uma teoria em especial chama a nossa atenção pelo fato de inserir o discurso em uma problemática comunicacional e pragmática, o que permite uma ênfase na questão dos sujeitos da linguagem e de suas intencionalidades (e aqui abrimos um parêntese para dizer que tais intencionalidades não podem ser desconsideradas na análise de um determinado discurso, já que, para tal teoria, elas entram em jogo durante os processos de produção e interpretação do discurso).

Essa teoria é a Teoria Semiolinguística (doravante TS), que surgiu em meados da década de 1980 com os trabalhos do linguista francês Patrick Charaudeau e que, com a sua efetiva tropicalização, sobretudo no Brasil (MACHADO; MENDES, 2013), se tornou uma construção coletiva entre pesquisadores franceses e brasileiros, vinculados principalmente ao POSLIN/FALE/UFMG. “A teoria, francesa de origem, teve assim que se acomodar aos trópicos. E saiu enriquecida como saem todos aqueles que viajam pelo mundo e se adaptam a novas culturas, novos olhares.” (MACHADO, 2010, p. 223).

Por estar calcada na problemática supracitada, a TS, enquanto uma teoria de análise do discurso, tem se revelado como uma teoria que possui um grande potencial na análise de discursos variados, como o publicitário, o midiático, o literário, o telenovélistico, o político entre outros, e também na compreensão de problemas sociodiscursivos diversificados como

os gêneros do discurso, a questão da imagem de si (o *ethos* retórico) e das emoções na linguagem (o *pathos* retórico), as representações sociais engendradas pela linguagem, entre outros.

No presente artigo, apresentaremos, então, os pressupostos teóricos e metodológicos da Teoria Semiolinguística de Patrick Charaudeau e colaboradores. Trata-se, portanto, de um artigo de revisão de literatura sobre a TS, no qual apontaremos os postulados e os principais conceitos que balizam esse arcabouço teórico-metodológico.

Em primeiro lugar, discorreremos sobre os princípios gerais que configuram essa abordagem e, em seguida, apresentaremos os conceitos centrais da Teoria. Por último, descreveremos os modos de organização do discurso que correspondem ao aspecto metodológico desse arcabouço.

Pressupostos teóricos

No campo dos estudos discursivos, a Teoria Semiolinguística de Patrick Charaudeau insere o discurso em uma problemática que estabelece uma ligação entre os fatos da linguagem e certos fenômenos psicológicos e sociais, tais como a ação e a influência, sendo, portanto, uma teoria interdisciplinar. Seu pressuposto balizador é o de que a linguagem mantém uma estreita relação com o contexto psicossocial na qual ela se realiza. Dessa maneira, a Semiolinguística considera o ato de linguagem como produto de um contexto do qual participam um emissor e um receptor que, por serem pessoas diferentes, podem atribuir a uma expressão linguística diferentes interpretações, dando a elas sentidos não previstos.

A Teoria Semiolinguística concebe o seu objeto de estudo, o fenômeno languageiro, como o resultado de uma dupla dimensão, a *dimensão implícita* e a *dimensão explícita*. Nesse sentido, o ato de linguagem significa não somente pela sua configuração semiológica visível, mas também pelos saberes que são acionados pelos sujeitos durante os processos de produção e interpretação desse ato. Uma charge que ironiza um certo time de futebol, por exemplo, significa não somente pelo que é enunciado a respeito do time, mas também pelos saberes (a respeito do time em questão, a respeito do contrato comunicacional, entre outros) que entram em jogo nessa significação.

Essa dupla dimensão do ato de linguagem é, então, caracterizada por duas atividades: a) a *simbolização referencial*, atividade estrutural da linguagem na medida em que ela se realiza a partir do jogo de reconhecimento morfossemântico construtor de sentido, que remete à realidade que rodeia os sujeitos (atividade referencial), conceituando-a (atividade de simbolização); b) a *significação*, atividade que remete à linguagem como condição de realização do signo, de forma que este signifique mais do que por si mesmo, construindo uma totalidade discursiva.

Assim, a problemática do signo, no âmbito da Semiologia, só pode ser concebida como discursiva, isto é, para Charaudeau, o signo só existe no discurso. Logo, de acordo com essa Teoria, o signo é tido como não pleno, já que o ato de linguagem forneceria apenas marcas semiológicas que funcionam como índices portadores de “instruções de sentidos sistematizadas”. A esses “átomos de sentido”, que compõem uma espécie de núcleo semântico, acrescentam-se informações provenientes da situação de comunicação para que o signo possa efetivamente “significar”.

Nesse sentido, o ato de linguagem é o resultado de um *Explícito*, correspondente à configuração semiológica, incompleto sob a perspectiva da significação do ato, e de um *Implícito*, proveniente das circunstâncias de produção/interpretação do ato de linguagem ou *Circunstâncias do Discurso*. Charaudeau (1983) propõe uma fórmula para compreender essa relação:

A de L = [Explícito x Implícito] C de D, em que *A de L* é o ato de linguagem e *C de D*, as Circunstâncias do Discurso

As Circunstâncias do Discurso, que, por sua vez, estão ligadas à dimensão implícita do ato, dizem respeito aos saberes supostos que circulam entre os protagonistas. Esses saberes tocam em dois pontos:

- na relação em que esses protagonistas mantêm com o propósito linguageiro e, por isso, configuram os saberes partilhados pelos sujeitos de uma determinada comunidade social²;
- na relação em que os protagonistas mantêm entre si, configurando os filtros construtores de sentido, filtros esses ligados às referências ou experiências vividas pelos protagonistas e também partilhadas entre eles.

Assim, através das C de D, o sujeito que interpreta cria hipóteses sobre o saber do sujeito que enuncia, sobre o ponto de vista deste último em relação ao dito e em relação ao que ele acha que o seu sujeito destinatário sabe sobre o dito. Do mesmo modo, e na outra direção, a atividade de enunciar também é criadora de hipóteses, sobretudo sobre o que sabe o sujeito que interpreta.

O processo de semiotização do mundo e a constituição do signo no interior do ato de linguagem

Para a Teoria Semiolinguística, a construção do sentido no interior do ato de linguagem por um sujeito de intencionalidade se dá por meio do fenômeno discursivo da enunciação, ou seja, o sujeito se apropria da língua, de formas-sentido, para engendrá-las no discurso, em um quadro de ação e tendo um determinado projeto de influência social. Logo, para construir o sentido, o sujeito realiza o procedimento denominado por Charaudeau (1995, p.98) *semiotização do mundo*.

Tal procedimento efetua-se a partir da interação de dois processos: a) o *processo de transformação*, que, sob a ação e o projeto de influência social do sujeito falante, transforma um “mundo a significar” (o mundo referencial) em um “mundo significado”; b) *processo de transação*, que toma esse “mundo significado” como objeto de uma troca entre um sujeito falante que assume o papel de enunciador do ato e um outro sujeito que joga o papel de destinatário desse objeto.

² Como aponta Charaudeau (1983, p. 22), tais saberes nos são dados pelo fato de pertencermos a uma comunidade social e por partilharmos com os demais membros da comunidade as mais variadas experiências de ordem física, intelectual, afetivo, profissional, etc. Não satisfeitos em somente partilhar esses saberes, enunciamos-nos a todo momento em nossas trocas verbais.



Figura 1 - Procedimento de semiotização do mundo e o seu duplo processo
Fonte: Charaudeau, 1995.

O processo de transformação compreende quatro tipos de operações de ordem linguageira que transformam os seres do mundo real em “identidades nominais” (*operação de identificação*); em “identidades descritivas” (*operação de qualificação*), em “identidades narrativas” (*operação de ação*), ou ainda estabelecem relações de causalidade a partir da sucessão de fatos do mundo (*operação de causação*) (CHARAUDEAU, 1995, p. 99).

O processo de transação está balizado em quatro princípios linguageiros que, por sua vez, estão correlacionados à própria enunciação: a) o *princípio de alteridade* coloca que todo ato de linguagem é um ato de troca, interacional e não-simétrico, entre dois parceiros que se reconhecem, ao mesmo tempo, como semelhantes e diferentes; b) o *princípio de influência* define o ato de linguagem como uma troca de dois parceiros, na qual o sujeito comunicante tem por finalidade produzir discursos que visem a ter um certo impacto sobre o sujeito interpretante; c) o *princípio de regulação*, que se constitui como condição para que os parceiros se engajem no processo de reconhecimento do contrato de comunicação, bem como para que se persiga e se conclua a troca comunicativa; e d) o *princípio de relevância* implica que existe, da parte dos parceiros do ato de linguagem, um reconhecimento recíproco de aptidões-competências para falarem “sobre” e terem “direito à palavra” (CHARAUDEAU, 1995, p. 99-100).

Dessa maneira, tal procedimento de semiotização do mundo apoia-se sobre vários elementos: o *dispositivo comunicativo*, o *projeto de fala* do sujeito que constrói esse mundo, os *lugares de pertença* dos grupos, os *saberes e as visões de mundo* que os sujeitos partilham e as *circunstâncias de troca*. Essas condições de semiotização permitem-nos dizer que, no

discurso, não há uma verdade; de fato, o que vemos, é uma *verossimilhança*, isto é, aquilo que *se deve crê como verdade*. Logo, o objetivo de uma análise do discurso não é analisar a verdade, mas sim os jogos de encenação da verdade (o “fazer crer”). E é considerando esse “fazer crer” que Charaudeau (2008a) fala de uma problemática de influência para o estudo do ato de linguagem no campo semiolinguístico: *o sujeito produtor do ato de linguagem, através de sua encenação discursiva, quer atingir seu parceiro seja para fazê-lo agir, seja para emocioná-lo, seja para orientar seu pensamento*.

Esse ato de influência pressupõe que o sujeito falante, ao tomar a palavra, vê-se diante de quatro processos languageiros: a) *processo de regulação*, ou de tomada de contato, que diz respeito ao ato de imposição de sua presença ao outro e, por conseguinte, à instauração de posições de superioridade/inferioridade para os sujeitos inscritos no ato; b) *processo de identificação*, ou de construção de uma imagem de si (*ethos*), que corresponde à imagem que o enunciador faz de si para ser considerado pelo destinatário como um sujeito digno de crédito; c) *processo de dramatização*, ou patemização (*pathos*), que se relaciona com a capacidade que o sujeito enunciador tem de suscitar emoções no outro para que este possa aderir sem resistência a sua encenação; e d) *processo de racionalização*, ou *logos*, que diz respeito à maneira como a matéria linguística do discurso é organizada em função de uma finalidade discursiva: *narrar/descrever* ou *argumentar*.

Desse modo, percebemos que o princípio de influência do ato de linguagem consiste, para a Semiolinguística, em pelo menos três aspectos. Em primeiro lugar, trata-se de um princípio geral que perpassa todo e qualquer ato de linguagem, independente de sua configuração discursiva, dizendo respeito não somente à persuasão (*fazer crer*), mas também a outros tipos de fazeres, tais como o fazer-sentir (emocionar) e o fazer-agir (fazer-fazer); em segundo lugar, o princípio de influência é constituído por quatro processos que o reforçam. Assim, o *ethos* (processo de identificação), o *pathos* (processo de dramatização) e o *logos* (processo de racionalização), no âmbito dessa problemática, são processos independentes uns dos outros, porém complementares do ato de linguagem; em terceiro e último lugar, esse princípio não corresponde somente à argumentação, visto que esta é considerada como um dos *modos de organizar o discurso*. Assim, podemos influenciar mediante um *processo de racionalização argumentativo*, correspondente à persuasão, ou por meio de um *processo de racionalização narrativo/descritivo*, correspondente à sedução.

(2) Assim, para que possamos melhor compreender esses aspectos, vejamos a figura a seguir:

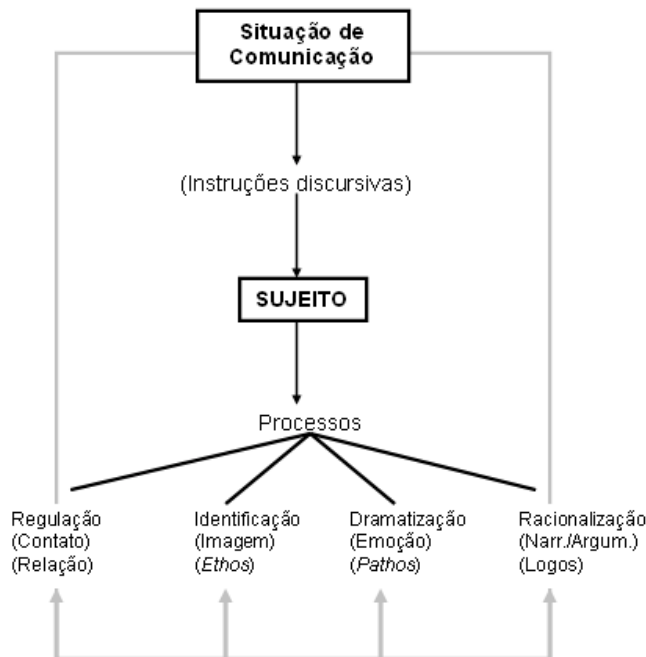


Figura 2 - O procedimento de semiotização do mundo e os quatro processos de tomada de palavra

Fonte: Charaudeau, 2008a.

O ato de linguagem como encenação (*miseenscène*)

O jogo entre o implícito e o explícito, entre informações manifestas e sentidos possíveis, que nasce em condições de discurso particulares e que se realiza no ponto onde se encontram os processos de produção e interpretação, torna-se o centro de uma atividade linguageira conduzida por dois protagonistas. Com efeito, Charaudeau (1992) compreende o ato de linguagem como um *dispositivo*, no centro do qual se encontra o sujeito falante, o locutor que fala ou escreve, em relação a um parceiro, o interlocutor.

Esse dispositivo é composto de quatro elementos: (i) a *situação de comunicação*, um quadro físico e mental onde se encontram os parceiros da interação linguageira, que são, por sua vez, determinados por uma identidade e ligados por um contrato comunicacional; (ii) *os modos de organização de discurso*, que organizam a matéria linguística conforme a finalidade



REVISTA MEMENTO V. 05, N. 2 (julho-dezembro de 2014)
REVISTA DO MESTRADO EM LETRAS LINGUAGEM, DISCURSO E CULTURA – UNINCOR
ISSN 2317-6911

daquele que fala/escreve; (iii) a *língua*, material verbal que se organiza por meio de uma “forma e de um sentido”; (iv) o *texto*, resultado material do ato de linguagem.

Nesse sentido, comunicar-se, para a Teoria, é um procedimento de encenação, pois:

da mesma forma que um ator em cena de teatro se utiliza do espaço cênico, da cenografia, da iluminação, da sonorização, dos comediantes, de um texto, para produzir os efeitos de sentido para um público que ele imagina, o locutor – que queira falar ou escrever – se utiliza dos componentes do dispositivo de comunicação em função dos efeitos que ele quer produzir sobre seu interlocutor [tradução nossa]³(CHARAUDEAU, 1992, p. 635).

A partir desse conceito de ato de linguagem como encenação (*miseenscène*), a Semiologia propõe um esquema bastante didático: divide o ato não em um, mas em dois circuitos, bem como institui não dois, mas quatro sujeitos interactantes, que são responsáveis pelos processos de produção e interpretação do discurso. Assim, temos então: a) *circuito externo*, que se constitui como o *material psicossocial* do ato, ou seja, à própria situação de comunicação, incluindo dois indivíduos, também psicossociais, os chamados *parceiros*, denominados de *sujeito comunicante (EUc)* e *sujeito interpretante (TU_i)*; b) o *circuito interno*, o *material verbal* do ato de linguagem. Nele, também, estão incluídos dois outros sujeitos, os *protagonistas* do dizer: o *sujeito-enunciador (EUe)* e o *sujeito-destinatário (TUd)*:

³No original, “De même qu’un metteur en scène de théâtre utilise l’espace scénique, les décors, la lumière, la sonorisation, les comédiens, un texte, pour produire des effets de sens à l’adresse d’un public qu’il imagine, de même le locuteur – qu’il veuille parler ou écrire – utilise les composantes du dispositif de la communication en fonction des effets qu’il veut produire sur son interlocuteur.”

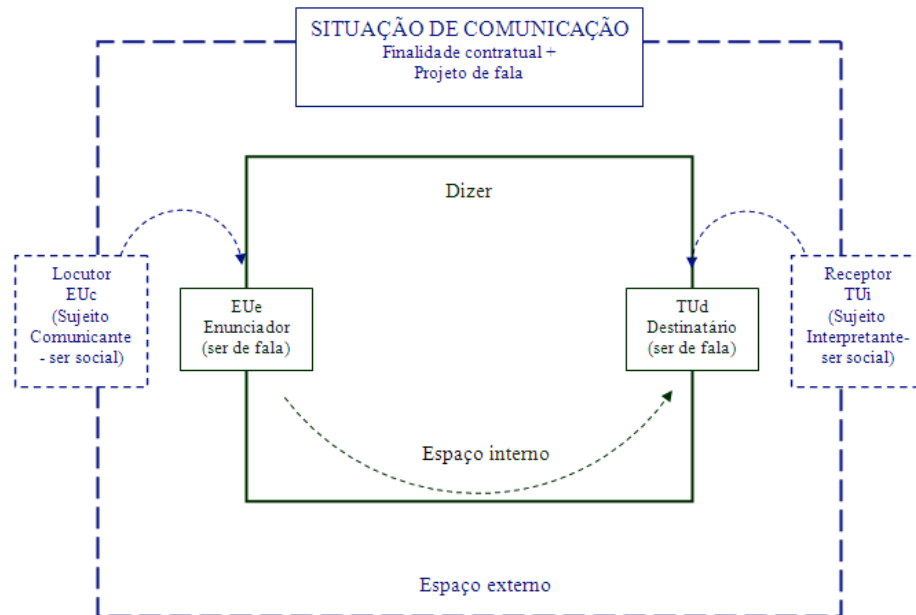


Figura 3 – Representação do ato de linguagem (A de L)
Fonte: Charaudeau, 2008b.

(3) A figura acima mostra, por um lado, que o sujeito comunicante é o responsável pelo engendramento do ato e também pelo processo de produção, isto é, ele é um sujeito agente que se institui como o locutor e articulador da palavra, testemunha, portanto, de um determinado real. Através do processo de produção, ele projeta dois outros indivíduos, o *EUE*, que põe em cena as suas intenções, além de representar um papel languageiro, e o *TUD*, que representa uma imagem fabricada e totalmente dominada por ele, que é colocada como uma representação do *TUI*, sem, no entanto, ser esse sujeito. Nesse sentido, do ponto de vista do processo de produção, o *EUE* é uma imagem de enunciador construída pelo sujeito produtor da fala, o *EUC*, que representa a sua intencionalidade, o seu projeto de fala; já o *TUD* é o interlocutor fabricado pelo *EUE* como sendo o destinatário ideal, adequado ao seu ato de comunicação. Logo, o *EUE* e o *TUD*, sob a perspectiva do processo de produção, são seres que existem *no* e *pelo* discurso e que assumem certos estatutos languageiros, independente, de certo modo, dos sujeitos psicossociais reais do ato, o *EUC* e o *TUI*.

Por outro lado, o sujeito interpretante, o *TUI*, da mesma forma que o *EUC* é independente das intenções do *EUE*, é o condutor do processo de interpretação. Trata-se também de um agente que testemunha um determinado real. Através do processo de

interpretação, o *TU_i* remete-se a uma imagem do *Eu (E_{Ue})* que é, ao mesmo, uma imagem diferente dessa que o próprio *E_{Uc}* concebe de si próprio e uma hipótese, da parte do *TU_i*, disso que a intencionalidade do *E_{Uc}* realizada no ato de produção. Por isso, o sujeito interpretante é considerado como um ser mais ou menos livre da intencionalidade do *E_{Uc}*.

Logo, o ato de linguagem é, do ponto de vista do processo de produção e interpretação, assimétrico, uma vez que o *E_{Ue}* e o *TU_d* não prejudgam a natureza do *E_{Uc}* e nem a reação do *TU_i*.

Alguns conceitos-chave em Semiologia

Nessa seção de nosso trabalho, apresentaremos alguns conceitos-chave da TS. Em primeiro lugar, discorreremos sobre o conceito de *discurso* que formata a perspectiva Semiológica. Em seguida, apresentaremos o conceito de *contrato comunicacional* e as restrições que ele pressupõe. Finalmente, discutiremos sobre o conceito de *estratégias discursivas* utilizado pela TS.

O conceito de discurso no âmbito da Teoria Semiológica

De acordo com Charaudeau (1984), o discurso é um objeto resultante do amálgama da *percepção do mundo* (como real construído pelo procedimento de semiotização do mundo), da *linguagem* (enquanto forma-sentido) e da *interação social*. Dessa maneira, o termo “discurso”, no âmbito da TS, assume dois sentidos:

- 1) Um primeiro sentido concebe o *discurso* como estando relacionado à *mise en scène* (encenação) do ato de linguagem; sendo tal encenação dependente de um dispositivo que engloba um circuito interno (*dizer*) e um circuito externo (*fazer*), estando o discurso reservado ao domínio do *dizer*. É a esse primeiro sentido que poderemos falar de *ato de linguagem como encenação* e de estratégias discursivas (ponto que discorreremos adiante).

- 2) Um segundo sentido compreende *discurso* enquanto relacionado aos saberes partilhados em uma sociedade. Desse modo, o discurso está imbricado aos *imaginários sociodiscursivos* de uma coletividade, isto é, aos diferentes modos de apreender o mundo que, nascidos da mecânica das representações sociais (o procedimento de semiotização do mundo), circulam no meio social sob a forma de saberes (de crença ou de conhecimento). São eles que constroem a significação dos objetos do mundo, levando em consideração comportamentos que os seres humanos produzem, por meio das práticas de uso da linguagem que transformam a realidade em real significante (CHARAUDEAU, 2007).

Além do mais, o discurso não pode ser confundido nem com a *frase*, nem com a *língua* e nem com o *texto*. Enquanto a *frase* é uma unidade do texto que contém um sentido e significado completo, o *discurso* supõe uma dimensão para além da frase, já que seu sentido resulta de uma multiplicidade de fatores de ordem contextual, fazendo com o que o sentido não seja observável em nenhuma das unidades que compõem uma produção discursiva qualquer, e só pode ser inferida pelo jogo de combinações de todos esses fatores. (CHARAUDEAU, 2011).

Já em relação à *língua*, esta diz respeito ao lugar de consubstanciação entre formas e sentidos organizando-se em sistemas, enquanto o *discurso* é o lugar, ao mesmo tempo, de estruturação dos usos em função das condições de produção desses usos, relacionados a comportamentos linguageiros dos sujeitos falantes, e de categorizações de sentido relacionadas a sistemas de conhecimento e de crença aos quais aderem os indivíduos ou grupos sociais (CHARAUDEAU, 2011).

Quanto à oposição *texto* e *discurso*, o primeiro, no âmbito da TS, é o resultado material de um ato de linguagem (CHARAUDEAU, 1992), sendo, então, a unidade onde se registra, por meio da materialidade linguística, os “acontecimentos” do ato de linguagem. Já o segundo é um “percurso de significância que se acha inscrito num texto e que depende de suas condições de produção e dos locutores que o produzem e o interpretam.” (CHARAUDEAU, 2011, p. 6). Logo, o discurso não é o texto, porém ele é carregado por textos. Nesse sentido, “[u]m mesmo texto é, então, portador de diversos discursos e um mesmo discurso pode impregnar textos diferentes.” (CHARAUDEAU, 2011, p. 6).

O contrato de comunicação e a Teoria Semiolinguística

Toda essa encenação discursiva entre os sujeitos *no* e *pelo* ato, só ganha sentido pelo *contrato comunicacional* ou *contrato de fala* que liga os parceiros através de uma finalidade discursiva. Desse modo, a noção de contrato é fundamental para compreender o esquema enunciativo que a Teoria propõe. Sobre essa noção, Charaudeau (1983) afirma que:

o contrato de fala (...) é constituído pelo conjunto de restrições que codificam as práticas sócio-linguageiras e que resultam em condições de produção e interpretação (circunstâncias do discurso) do ato de linguagem. Esse contrato de fala dá um certo estatuto sócio-linguageiro aos diferentes protagonistas da linguagem, determinando suas falas [tradução nossa]⁴ (CHARAUDEAU, 1983, p. 54).

Desse modo, o contrato comunicacional constitui-se como um dos saberes partilhados pelos protagonistas do dizer (fazendo parte, portanto, das Circunstâncias do Discurso), visto que toda troca verbal está calcada em um contrato que, na forma de um saber, é partilhado pelos membros de uma comunidade social.

Esse contrato é ainda caracterizado por um conjunto de restrições condicionantes das práticas sócio-linguageiras e que tocam nos seguintes componentes:

- a) **Finalidade:** Charaudeau (2006a, p. 69) define a finalidade como a categoria que ordena o ato de linguagem em função de um objetivo, obrigando os parceiros da troca a responderem a seguinte pergunta: “*estamos aqui para dizer o quê?*”. Essa finalidade é ainda entendida como um dos elementos essenciais na constituição da expectativa (*enjeu*) da troca linguageira, uma vez que ela determina a orientação discursiva de toda a situação de comunicação;
- b) **Identidade dos participantes:** é o componente que depende diretamente dos sujeitos que se acham inscritos e engajados na troca linguageira, sendo definida

⁴No original “*Contrat de parole (...) est constitue par l’ensemble des contraintes qui codifient les pratiques socio-langagières et que résultent des conditions de production e d’interprétation (circonstances de discours) de l’acte de langage. Ce Contrat de parole donne un certain statut socio-langagier aux différents protagonistes du langage que surdétermine leur parole.*”

pelas perguntas “*quem troca com quem?*”, “*quem fala com quem?*”, “*quem se dirige a quem?*”, em termos que variam de traços da natureza social a traços do *status* social (CHARAUDEAU, 2006a, p.68-69);

- c) **Propósito:** Charaudeau (2006a) demonstra que o propósito é a categoria que requer que todo ato de linguagem seja construído em torno de um domínio de saber, respondendo a pergunta “*do que se trata?*” (CHARAUDEAU, 2006a, p. 69-70). É, portanto, “aquilo de que se fala, o projeto que se tem em mente ao tomar a palavra; o que é, afinal proposto” (CHARAUDEAU, 2006b, p. 187);
- d) **Circunstâncias materiais:** ou condições materiais da comunicação, constituem o dispositivo material em que o ato de linguagem se realiza. Charaudeau (2006a, p. 104) aponta que “(...) a cada situação de comunicação (...), associa-se um dispositivo particular que constitui as condições materiais *ad hoc* de realização do contrato”. Desse modo, o dispositivo material é o ambiente, o quadro, o suporte físico da mensagem. Para a apreensão das características materiais desse dispositivo, a Teoria (CHARAUDEAU, 1992, p. 637-638) propõe um conjunto de perguntas: “*os parceiros estão presentes fisicamente?*”; “*eles se veem?*”; “*eles são únicos ou múltiplos?*”; “*que canal – oral ou gráfico – é por eles utilizado?*”; “*que outro código semiolinguístico é por eles utilizado?*”; etc.

Essa noção de contrato implica, portanto, condições como a existência de dois sujeitos em *relação de intersubjetividade*, de *convenções*, *normas* e *acordos* que regulam a troca linguageira e de *saberes partilhados*, que compõem as circunstâncias de produção e interpretação do discurso. É por meio destas três condições que os parceiros da troca linguageira são possibilitados de se intercompreenderem, de se reconhecerem através de suas identidades discursivas, de reconhecerem a finalidade que o ato de linguagem tem para cada um deles, de entenderem o que constitui o propósito temático do ato, além de considerarem as circunstâncias materiais em que tal ato se realiza.

As estratégias discursivas e a Teoria Semiolingüística

A noção de estratégia é também consequência do complexo esquema enunciativo característico da Teoria Semiolingüística do Discurso. Tal noção repousa-se sobre a ideia de que o sujeito comunicante concebe, organiza e concretiza suas intenções de modo a produzir determinados *efeitos* sobre o sujeito interpretante, levando este último, em uma problemática de influência, a se identificar com o sujeito destinatário idealizado e construído pelo primeiro. Todavia, tais estratégias não podem, por sua vez, ir contra as restrições condicionadas pelo contrato comunicacional; ao contrário, diante do espaço de restrições do contrato, o sujeito enunciador tem uma margem de manobra que concretiza seu projeto de fala por meio de suas estratégias discursivas. Logo, o ato de linguagem é, nesse sentido, caracterizado por dois espaços: a) um *espaço de restrições*, condicionado pelo contrato de comunicação; b) um *espaço de estratégias* que, considerando o primeiro espaço e o projeto de fala do sujeito que enuncia, diz respeito à margem de manobra em que o sujeito pode “circular” para encenar seu discurso.

Além do mais, por meio das estratégias discursivas, o sujeito enunciador (EUE), visando influenciar o seu destinatário, lança mão dos efeitos pretendidos pelo ato de linguagem. De acordo com os procedimentos de tomada de palavra (processos de regulação, de identificação, de dramatização e de racionalização), o sujeito enunciador pode encenar, no âmbito de seu ato de linguagem, efeitos de identificação, relacionados com a imagem que ele quer construir de si próprio e que ele deseja que o destinatário assuma como sendo a sua; efeitos de patemização, relacionados com as emoções que ele pretende que o destinatário experimente; efeitos de racionalização, concernentes às estratégias de argumentação ou de narração do ato de linguagem.

As estratégias encenadas pelo EUE em seu ato de linguagem podem ainda intervir em três diferentes planos: a) *plano de legitimidade*, no qual as estratégias são determinantes da *posição de autoridade* do sujeito enunciador, ou seja, tais estratégias fundamentam a autoridade do sujeito, sendo, portanto, orientadas em função do “eu”; b) *plano de credibilidade*, na qual as estratégias determinam a *posição de verdade do sujeito*, isto é, no plano da credibilidade, o sujeito enunciador está preocupado em mostrar que *o seu discurso é verdadeiro e que ele pode ser tomado como verdade*, orientando o ato de linguagem para si

próprio, o “ele”; c) *plano de captação*, cujas estratégias objetivam fazer com que o *parceiro da troca comunicativa entre no mesmo arranjo enunciativo proposto pelo EU*, sendo, assim, orientadas em função do “tu”.

Os modos de organização do discurso

O sujeito comunicante, diante das restrições que configuram o contrato comunicacional, utiliza, para a concretização de seu projeto de fala, categorias de língua ordenadas em Modos de Organização do Discurso. Segundo Charaudeau (1992), os *modos de organização do discurso* constituem-se como princípios de organização da matéria linguística que dependem da finalidade comunicativa do sujeito falante. São procedimentos de ordem linguageira que consistem no uso de certas categorias de língua, ordenando-as em função das finalidades discursivas do ato de linguagem, sendo agrupados em quatro modos: *enunciativo, descritivo, narrativo e argumentativo*.

Cada um desses modos possui uma função de base, correspondente à finalidade discursiva do projeto de fala do locutor (enunciar, descrever, contar/narrar, argumentar) e um princípio de organização que, para o descritivo, o narrativo e o argumentativo, trata-se de um duplo princípio.

Desse modo, cada um dos modos acima propõe dois aspectos: uma *organização do “mundo referencial”* (ou mundo fenomênico), resultante das lógicas de construção de cada um dos modos (construção descritiva, lógica narrativa e lógica argumentativa) e uma *organização da encenação desses mundos* construídos (encenação descritiva, encenação narrativa e encenação argumentativa).

A proposta de Charaudeau (1992), no que tange a tais modos de organização, é uma proposta de base linguística na medida em que o pesquisador compreende os modos como *princípios de organização da matéria verbal estruturada em categorias de língua*. Como o discurso televisivo é constituído não só da matéria verbal, mas também da matéria visual-filmica, temos também necessidade de encarar os modos de organização do discurso sob o ponto de vista dessa materialidade significativa. Logo, o trabalho de Melo (2003) constitui-se em um referencial teórico-metodológico adequado para a análise da imagem filmica, já que a



pesquisadora brasileira propõe uma decomposição do estrato visual-fílmico em modos de organização do discurso.

Considerações finais

O presente artigo apresentou os pressupostos e conceitos gerais de uma teoria discursiva que se mostra bastante profícua na análise de diversos discursos sociais, tais como o político, o midiático, o literário, o publicitário. Por se tratar de um artigo de revisão de literatura, procuramos apresentar ao leitor os elementos que constituem esse arcabouço teórico-metodológico, a partir de artigos de seu fundador, o professor francês Patrick Charaudeau.

Vimos que, por ser uma teoria discursiva, a Teoria Semiolinguística parte do pressuposto de que linguagem e sociedade estão intrinsecamente relacionadas. Isso permite que tal arcabouço teórico-metodológico não proceda a uma análise linguística do texto em si ou a uma análise sociológica ou psicológica de seu ‘contexto’. Ela articula a enunciação sobre um certo lugar social, permitindo não somente compreender como a linguagem representa o mundo ao redor, mas também às estratégias que o sujeito falante se utiliza para representar o mundo, considerando o sujeito para o qual ele se dirige.

Logo, a Semiolinguística se mostra como uma teoria bastante ampla, passível de ser utilizada na análise de fenômenos sociolinguageiros dos mais variados, inclusive aqueles nos quais o sujeito – tão importante para esse arcabouço teórico-metodológico – possui um papel fundamental na organização do discurso.

SEMIOLINGUISTIC THEORY: SOME ASSUMPTIONS

Abstract: *This article discusses about the assumptions of a very fruitful theoretical and methodological framework in the analysis of various social discourses, such as the political, the mediatic, the advertising, the literary, and which has been used by researchers from various Brazilian and foreign institutions: the Semiolinguistic Theory (TS), by Patrick Charaudeau. It is, therefore, a review of literature on TS, in which we will point out the key assumptions and concepts that constitute this theoretical-methodological framework. In this article, we discuss about the general principles that support this theory, as well as its central concepts, such as discourse, communication contract and discursive strategies. Moreover, we*

treat, briefly, on the discourse organization modes, elements which correspond to the methodological aspect of this framework.

Keywords: *Discourse Analysis. Semiolinguistics Theory. General Assumptions.*

Referências

- CHARAUDEAU, Patrick. **Langage et discours** – éléments de sémiolinguistique (théorie et pratique). Paris: Hachette, 1983.
- _____. **Grammaire du sens et de l'expression**. Paris: Hachette, 1992.
- _____. Une analyse sémiolinguistique du discours. **Langages**, v. 29, n. 117, p. 96-111. Paris, 1995.
- _____. **Discurso das mídias**. Tradução de Angela M. S. Corrêa. São Paulo: Contexto, 2006a.
- _____. **Discurso político**. Tradução Fabiana Komesu e Dilson Ferreira da Cruz. São Paulo: Contexto, 2006b.
- _____. Les stéréotypes, c'est bien. Les imaginaires, c'est mieux. In. BOYER, H. (Org.). **Stéréotypage, stéréotypes** : fonctionnements ordinaires et mises en scène. Paris: Harmattan, 2007.
- _____. L'argumentation dans une problématique d'influence, **Argumentation et Analyse du Discours**, n. 1, 2008a. Disponível em: <<http://aad.revues.org/index193.html>>. Acesso em: 12 nov. 2008a.
- _____. **Linguagem e discurso** – modos de organização. Coordenação da equipe de tradução Ângela M. S. Corrêa e Ida Lúcia Machado. São Paulo: Contexto, 2008b.
- _____. Dize-me qual é teu corpus, eu te direi qual é a tua problemática. **Revista Diadorim**. v. 10, p. 1-23, Rio de Janeiro/RJ, dez. 2011. Disponível em: <<http://www.revistadiadorim.letras.ufrj.br/index.php/revistadiadorim/article/view/18/1>>. Acesso em: 15 nov. 2012.
- MACHADO, Ida Lucia. A AD, a AD no Brasil e a AD do Brasil. In. DE PAULA, L.; STAFUZZA, G. (Orgs.). *Da análise do discurso no Brasil a análise do discurso do Brasil: três épocas histórico-analíticas*. Uberlândia/MG: EDUFU, 2010. p. 203-230.
- MACHADO, Ida Lucia; MENDES, Emilia. A análise semiolinguística: seu percurso e sua efetiva tropicalização. *Revista Latinoamericana de Estudios del Discurso*, v. 13, p. 36-56, 2013.
- MAINGUENEAU, Dominique. **Novas tendências em análise do discurso**. 3. ed. Campinas/SP: Pontes, 1997.
- _____. **Termos-chave da análise do discurso**. 2. ed. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006.