



**JEL** UERJ  
Jornadas de Estudos da Linguagem  
02 a 04 de DEZEMBRO de 2010



## **A imagem do jornal e a produção do texto jornalístico - entre o impresso e o digital**

Telma Domingues da Silva  
[telmadds@gmail.com](mailto:telmadds@gmail.com)  
UNIVAS

Esta análise integra-se a um projeto que coordeno intitulado “Discurso jornalístico, mídia e sujeito: práticas textuais nas tecnologias de linguagem”, cuja proposta geral é compreender as relações entre texto e discurso, enquanto noções na Análise de Discurso, no âmbito da produção textual e discursiva na Mídia. Entendo a Comunicação (ou Mídia) como âmbito específico de produção de linguagem (textos e discursos), caracterizado pela articulação de linguagens verbais e não-verbais, pelo confronto de diferentes práticas profissionais, em um conjunto heterogêneo de práticas discursivas e textuais, que (se) articulam enquanto interlocução específica voltada para *público* universalizado. Na relação com diferentes linguagens/ tecnologias/ materialidades, esse sujeito é o *leitor*, o *telespectador*, o *navegador* etc., que, no quadro estrutural da comunicação, é situado como “receptor” ou “consumidor de mensagens”, seja informação ou entretenimento, sejam textos verbais ou imagens etc.

A partir de trabalhos anteriores – a saber, análises da televisão e de embalagens –, realizei um percurso no sentido de refletir, a partir da teoria da Análise de Discurso, sobre a área da Comunicação.

Retomo, nesse momento, a distinção, sobre os processos de produção do discurso, entre *constituição*, *formulação* e *circulação* (Orlandi 2001), sendo que a formulação e circulação serão abordadas mais diretamente nesta análise. No contexto discursivo-textual que é o da Comunicação, a prática do jornalismo, que é específica, integra-se a um conjunto de práticas diversas, o que afeta, a meu ver, a própria constituição do discurso jornalístico. Podemos falar em “discursos midiáticos”, para dizer dos diversos discursos que compõe a Mídia, e em um *discurso jornalístico* midiaticizado, para dizer dos efeitos produzidos pelo confronto com esses discursos outros (entretenimento, publicidade etc.).

No contexto do jornalismo, o evento da tecnologia digital produz o jornalismo digital, e a minha proposta para esta apresentação foi a de compreender a “identidade” do jornal hoje, diante desse fato.

As mudanças ocorridas em 2010 nas redações dos jornais Estado e Folha foram tomadas como objeto de análise, através de um corpus que inclui o material produzido pelas duas empresas (vídeos, encartes etc.), através dos quais estas se dirigem ao leitor para falar sobre as reformulações que são feitas, nesse momento, em que o jornal se desdobra, sendo um produto digital e um produto impresso. Tais reformulações são tomadas como *acontecimento discursivo* (Pêcheux 1990) que, mobilizando a memória discursiva sobre o fazer jornalístico e sobre o jornal, permitem uma compreensão dessa prática hoje.

A divisão da prática jornalística entre o impresso e o digital coloca questões sobre a identidade do jornal e a ameaça de seu fim. Os enunciados analisados mostram, pois, o modo como se dá na prática do jornalismo um re-investimento sobre o “corpo” do jornal e um trabalho sobre esse texto, que é cada vez mais voltado para o consumo da imagem, e para a valorização de uma identidade corporativa (o Estado é o Estado e a Folha é a Folha, nos dois meios).

Como um primeiro resultado de análise, observa-se dois movimentos que afetam a prática jornalística e a imagem do jornal, enquanto leitura:

1) a produção de uma identidade corporativa – mais exatamente, o reforço da identidade corporativa que já funciona – sobre esse corpo enquanto imagem (imaginário), que se marca graficamente;

2) a produção de uma divisão sobre esse corpo enquanto materialidade textual – ou, antes, o aprofundamento dessa divisão em dois tipos de leituras/ leitores: o leitor de imagens ou “leitura sintética” (gráficos, fotografias, diagramação, letras (os tipos), cores etc.) e o leitor de textos ou “leitura analítica”.

**PALAVRAS-CHAVE:** análise de discurso; discurso jornalístico; prática discursiva; mídia; jornalismo on line.

#### **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:**

AUROUX, Silvain, *A revolução tecnológica da gramatização*, Campinas, Ed. da Unicamp, 1992.

ORLANDI, Eni, *Interpretação*. Petrópolis, Vozes, 1996.

\_\_\_\_\_ *Discurso e texto*, Campinas, Ed. Pontes, 2001.

PÊCHEUX, Michel. *O discurso: estrutura ou acontecimento*. Campinas: Pontes. 1997.

SILVA, Telma Domingues da, “Os manuais de imprensa: da redação à circulação pública”. In ORLANDI, E. (org.), *História das Idéias Lingüísticas no Brasil*, Campinas: Pontes, 2001.

**ÁREA TEÓRICA: ANÁLISE DE DISCURSO**

**TIPO DE APRESENTAÇÃO: COMUNICAÇÃO**