

CONTRATO DE LEITURA: UM ESTUDO DA ESPECIFICIDADE DO DISCURSO DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO IMPRESSOS.

Candida Lemos França MARIZ *

RESUMO

O desenvolvimento de um estudo sobre o discurso produzido pelos suportes impressos, a partir de um novo olhar sobre a matéria significativa **diagramação**, tem como fundamento a teoria da enunciação dos discursos sociais, sob a perspectiva metodológica de estudo do contrato de leitura, conforme desenvolvida por Eliseo Verón.

PALAVRAS-CHAVE: Discurso. Análise do Discurso. Diagramação. Contrato de leitura

A evolução histórica da imprensa mostra que o desenvolvimento dos periódicos impressos foi marcado pelos avanços tecnológicos. O desenvolvimento da tipografia, o emprego das ilustrações e das cores mostram que a evolução da imprensa esteve associada aos progressos obtidos no aspecto gráfico das publicações, bem como na configuração formal das suas páginas (BAHIA, 1990; SODRÉ, 1966). A diagramação define-se pelo tratamento e pela distribuição dos elementos verbais (títulos, artigos, legendas) e não verbais (ilustrações, gráficos, fios), conferindo um formato à página, assim como ao conjunto constituído pelo suporte impresso.

Este se constitui em um aspecto importante, mas ainda pouco estudado na produção de sentidos pelos meios de comunicação impressos. Além disso, é a diagramação o processo que confere especificidade à produção das mensagens nos suportes impressos. Esta abordagem sobre a diagramação como um aspecto importante no formato dos suportes impressos tem como pressuposto teórico o universo dos estudos da comunicação, a partir dos seus mais recentes desdobramentos. Neste contexto, a Análise do Discurso está entre as disciplinas que têm despertado interesse por esta investigação.

O pressuposto está no fato de que as mensagens produzidas pelos meios de comunicação, e pelos suportes impressos em particular, constituem um discurso. Deste modo, é relevante considerar que, na produção do seu discurso, os meios impressos partem de uma articulação de elementos verbais e não verbais em um formato.

Neste contexto, pode-se questionar: quais processos relacionados ao texto são utilizados pelos suportes impressos para produzir seu discurso? E que outros elementos, além do verbal, constituem o modo particular de o suporte impresso construir seu discurso? É possível pensar no formato como um dos elementos acionados pelo discurso para produzir sentido? Além do texto, é possível tomar o formato e os elementos não verbais como aspectos na construção deste discurso? Tais questionamentos abrem perspectiva para compreender o papel desempenhado pela diagramação na construção do discurso pelos suportes impressos.

A problemática apresentada será abordada no contexto das contribuições da teoria da enunciação dos discursos, enquanto principal fundamento de uma Análise do Discurso. Neste

* Mestre em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela Universidade Federal da Bahia (Ufba), Especialista em Design de Produto pela Universidade do Estado da Bahia (Uneb), e jornalista graduada pela Universidade Federal da Bahia (Ufba). É docente nos cursos de graduação em Jornalismo e Publicidade e Propaganda no Centro Universitário Barão de Mauá (Ribeirão Preto) e Universidade de Franca – Unifran (Franca).
candida_lemos@yahoo.com.br

contexto merece destaque a abordagem sugerida por Eliseo Verón, a partir da noção de contrato de leitura (VERÓN, 1983). Em sua proposta metodológica para estudo dos meios de comunicação, Verón procura compreender as relações entre um suporte e os seus leitores, a partir de um estudo que se detém no nível enunciativo do discurso.

No contexto do estudo dos discursos, a diagramação se constitui em uma importante matéria significativa acionada na construção de sentido e, por isso, pode ser tomada como ponto de partida para uma análise dos processos enunciativos deste discurso. Os modos pelos quais um suporte aciona os mecanismos próprios da diagramação implicam, na verdade, em modos próprios de enunciar seu discurso. Isto porque a diagramação é o elemento que confere identidade aos suportes, na medida em que estes se distinguem, sobretudo, pelo aspecto visual. Indo mais além, no plano do conteúdo, garante-se que um mesmo fato seja reportado de maneiras diferentes, por dois suportes, graças à diagramação.

Teoria da enunciação

A terceira fase no desenvolvimento da semiologia, que acontece nos anos 1980, denominada de semiologia de terceira geração, está voltada para o processo que compreende desde a produção do sentido até o seu consumo, tomando a mensagem como lugar de circulação social dos sentidos. Neste momento, o entendimento dos processos de sentido passa a considerar mais do que os mecanismos de produção das mensagens; considera a constituição destas mensagens tendo em vista seu consumo como parte dos efeitos de sentido gerados pelo discurso. A principal contribuição desta terceira fase da semiologia é o desenvolvimento de uma teoria que pretende dar conta do funcionamento da enunciação no discurso.

O desenvolvimento da semiologia coincide, em alguma medida, com o percurso que marca o desenvolvimento da Análise do Discurso sob a influência das questões relacionadas à enunciação. Inicialmente, a Análise do Discurso apreende seus objetos independentemente dos atos de enunciação que os tornara possíveis. A enunciação não é vista, neste momento, como uma dimensão que integra o discurso.

Sucintamente, poder-se-ia dizer que a AD (análise do discurso) de “primeira geração”, aquela dos fins dos anos 60 e início da década de 70, procurava essencialmente colocar em evidência as particularidades de formações discursivas (o discurso comunista, socialista, etc.) consideradas como espaços relativamente auto-suficientes, apreendidos a partir de seu vocabulário. A AD de segunda geração, ligada às teorias enunciativas, pode ser lida como uma reação sistemática contra aquela que a precedeu (MAINGUENEAU, 1997, p.21).

Tanto a abordagem estruturalista quanto a enunciativa serviram como referências para o desenvolvimento da Análise do Discurso (MAINGUENEAU, 1991). Com a enunciação, ganha corpo uma reflexão sobre a relação do sujeito com seu enunciado, que, antes de ser tomado apenas como um fragmento de língua, remete a uma situação de enunciação.

Assim, considerar o contexto como parte do processo de produção do enunciado implica em conferir a este enunciado diferentes modalidades de realizar um ato de linguagem, o que, por sua vez, depende da situação particular que o gerou e da relação que se estabelece entre os personagens deste ato de linguagem. A perspectiva de entender o discurso a partir de uma abordagem enunciativa parece mais apropriada para empreender um estudo das mensagens produzidas pelos meios de comunicação, tendo em vista a configuração estratégica destas mensagens, a partir de um fazer persuasivo junto aos públicos.

A noção de enunciação traz para o estudo do discurso a preocupação com o papel do sujeito no ato de produção discursiva. A enunciação diz respeito à atividade do sujeito no discurso, ao mesmo tempo em que também remete à situação, ao contexto no qual se dá a produção discursiva. Este pressuposto traz a perspectiva de que o discurso revela as relações existentes entre os sujeitos deste ato de linguagem, percebidas através das marcas deixadas na superfície do próprio discurso.

O estudo da enunciação procura investigar os mecanismos de utilização da língua pelo sujeito. Segundo Émile Benveniste (1970, p.12), “a enunciação é este colocar em funcionamento da língua por um ato individual de utilização” (tradução nossa)¹. Desta compreensão evidenciam-se dois aspectos. O primeiro é o fato de a enunciação se constituir enquanto ato de uso da língua, enquanto um modo particular de o indivíduo apropriar-se da língua. O segundo diz respeito ao fato de o sujeito enunciador implicar a si e ao outro no ato de enunciação. Ou seja, ao apropriar-se da língua, o sujeito enuncia a sua posição de locutor, ao mesmo tempo em que se refere ao outro, assumindo para este a condição de co-locutor.

[...] Na enunciação, a língua encontra-se empregada à expressão de uma certa relação com o mundo. A condição mesma desta mobilização e desta apropriação da língua é, no locutor, a necessidade de referir-se pelo discurso, e, no outro, a possibilidade de co-referir-se identicamente, no consenso pragmático que faz de cada locutor um co-locutor. A referência é parte integrante da enunciação. (BENVENISTE, 1970, p.14; tradução nossa.)²

A inscrição do sujeito no discurso, através da enunciação, resulta na construção de uma imagem para si, pelo sujeito enunciador, e de uma imagem do sujeito destinatário ou co-enunciador, com o qual mantém uma relação através do ato de produção do discurso. Esta relação se expressa na construção de um dispositivo de enunciação que compreende (VERÓN, 1984, p.35):

- a) A construção de uma imagem de quem fala, denominado enunciador do discurso. A imagem é, na verdade, o lugar (ou lugares) atribuído pelo enunciador a si mesmo e que permite relacionar quem fala ao que é dito.
- b) A construção da imagem daquele a quem se endereça o discurso, definido como seu destinatário. Este lugar do destinatário é construído pelo enunciador do discurso no momento em que define um lugar para si e para o outro.
- c) A construção de uma relação entre enunciador e destinatário, que se dá no e pelo discurso, a partir da determinação de lugares a serem ocupados pelo enunciador e pelo destinatário.

Deste modo, a constituição de um dispositivo de enunciação permite compreender os processos de construção do sentido a partir do envolvimento de um sujeito enunciador e de um sujeito co-enunciador deste discurso, que, através dos atos de linguagem, determinam os lugares ocupados e as relações estabelecidas através do discurso. Resta, nesta perspectiva,

¹ “L’ énonciation est cette mise en fonctionnement de la langue par un acte individuel d’ utilisation”.

² “[...] Dans l’ énonciation, la langue se trouve employée à l’ expression d’ un certain rapport au monde. La condition même de cette mobilisation et de cette appropriation de la langue est, chez le locuteur, le besoin de référer par le discours, et, chez l’ autre, la possibilité de co-référer identicquement, dans le consensus pragmatique qui fait de chaque locuteur un co-locuteur. La référence est partie integrante de l’ énonciation”.

compreender como estes posicionamentos enunciativos se constroem a partir de atos de linguagem que extrapolem o aspecto verbal dos discursos.

A enunciação pode ser compreendida a partir da oposição com a noção de enunciado. “A enunciação é apresentada seja como o surgimento do sujeito no enunciado, seja como a relação que o locutor mantém pelo texto com o interlocutor, ou como a atitude do sujeito falante em atenção a seu enunciado” (DUBOIS, 1970, p.100; tradução nossa)³.

O nível do enunciado é aquele do que é dito, correspondendo, em certa medida, ao conteúdo do discurso. O nível da enunciação guarda relação com o dizer e suas modalidades, com as formas de dizer. A oposição enunciado/enunciação pode ser compreendida pela distinção entre o que é dito e as modalidades de dizer. Apesar da distinção, enunciado e enunciação não operam separados um do outro, pois a enunciação, enquanto nível de funcionamento do discurso, não se destaca do conteúdo.

Através da enunciação determinam-se diferentes modos de dizer um mesmo conteúdo. Estes diferentes modos de dizer constituem um dispositivo de enunciação do discurso. Este dispositivo explica as posições ocupadas e as relações existentes, no discurso, entre o enunciador e co-enunciador. A enunciação trabalha a partir de quatro conceitos fundamentais, que explicam as relações entre enunciador e co-enunciador no discurso (DUBOIS, 1970, p.104).

A presença do sujeito no discurso, princípio da teoria da enunciação, revela-se pelas marcas deixadas na superfície discursiva, o que diz respeito ao aspecto verbal e, segundo nossa hipótese, à dimensão não verbal do discurso. Esta relação dos sujeitos — enunciador e destinatário ou co-enunciador — que se constrói no discurso também permite compreender os diferentes posicionamentos discursivos assumidos. No caso do discurso dos meios de comunicação este posicionamento ajudaria a entender as diferenças enunciativas verificadas, inclusive, no plano não verbal do discurso.

Abre-se, portanto, uma perspectiva para estudar os meios de comunicação que vai além do conteúdo das mensagens e que permite aprofundar o conhecimento sobre os processos enunciativos de construção dos sentidos nos discursos. Abre-se, sobretudo, uma perspectiva para compreender os discursos dos meios de comunicação a partir de uma dimensão não verbal, que constitua avanços no estudo dos discursos sociais.

Contrato de leitura

A abordagem metodológica do contrato de leitura, sugerida por Eliseo Verón, constitui-se uma ferramenta de análise da especificidade discursiva dos meios de comunicação. Esta abordagem está inserida no contexto dos estudos sobre a enunciação dos discursos, que fundamentam a prática da Análise do Discurso. Este referencial comporta a decisão de investigar o processo de enunciação do discurso nos suportes impressos a partir da sua dimensão não verbal.

A abordagem do contrato de leitura também permite investigar o discurso informativo a partir de um novo lugar de investimento de sentido, que abarca as estratégias de captura e

³ “L’*énonciation* est présentée soit comme le surgissement du sujet dans l’*énoncé*, soit comme la relation que le locuteur entretient par le texte avec l’interlocuteur, ou comme l’*attitude* du sujet parlant à l’égard de son *énoncé*”.

manutenção do leitor. Esta tese corrobora com a hipótese de que a diagramação, enquanto configuração formal, constitui um modo de produção de sentido na enunciação do discurso. Por fim, tal abordagem possibilita estudar o funcionamento da diagramação, não apenas como um conjunto de regras de produção, mas enquanto modo discursivo de produção de sentido.

No contexto da pesquisa em comunicação na América Latina, Eliseo Verón é apontado como um formulador de metodologias, as quais sustentam o desenvolvimento de estudos de cunho epistemológico e teórico. No trabalho deste autor identificam-se relações entre teoria e metodologia: “a teoria precisa de investigação sistemática e suas obras são produto de pesquisas teóricas e empíricas” (TORRE, 2001, p.193). O percurso de estudos traçado por Verón demonstra o lugar ocupado pela pesquisa empírica na fundamentação de suas investigações teóricas. Representa o contraponto apresentado entre pesquisa de base e pesquisa aplicada no percurso deste investigador.

Para isso, o autor recorre a uma multiplicidade de disciplinas, como a psicologia, a sociologia e a semiótica, com as quais manteve contato ao longo do seu percurso, ao qual integrou diversos modelos para a construção de um objeto (TORRE, 2001, p.204). O campo da comunicação, em particular, tem sido o de maior desenvolvimento de métodos e técnicas, nos estudos de Verón.

Uma rápida passagem por este percurso revela a presença, em diversos momentos, de disciplinas que contribuíram para configurar o pensamento do autor. Na década de 50, Verón tem contato com a lingüística de Ferdinand de Saussure, na qual busca fundamentação teórica para seus estudos em ciências sociais. Na década de 60, na França, Verón mantém contato com a semiologia, de Roland Barthes. Ao final deste período e durante os anos 70, Verón inicia estudos voltados para a análise dos meios de comunicação, adotando conceitos pós-estruturalistas para sustentar uma análise das condições de produção, determinadas pelas condições de reconhecimento. Já nos anos 80, Verón passa a desenvolver estudos voltados para o processo de recepção dos discursos.

Considerem-se as seguintes situações: a) Tomando-se dois suportes concorrentes, que trazem conteúdos semelhantes e dirigem-se a um mesmo público, por que um deles fracassa enquanto o outro tem sucesso? b) Por que indivíduos que têm um mesmo perfil sócio-econômico preferem suportes de imprensa diferentes?

As situações descritas levantam questionamentos a respeito da relação que se estabelece entre um suporte de imprensa e os seus receptores; sobre como se dá esta relação, como ela é construída e a partir de quais mecanismos.

A relação entre um suporte de imprensa e seus leitores repousa sobre o que se denomina como um contrato de leitura (VERÓN, 1985, p.206). Esta relação é construída pelos suportes e visa criar e manter com seus leitores uma ligação ao longo do tempo. A construção desta ligação se dá por meio de uma construção discursiva, a qual articula suporte e leitores através do discurso.

A noção de “contrato” coloca ênfase sobre as relações de construção da ligação que une **no tempo** um *media* a seus “consumidores”. [...] O objetivo deste contrato (de leitura, de escuta ou de visão, de acordo o suporte mediático) é de construir e de preservar o hábito de consumo. [...] No campo

dos *media*, comunicar hoje implica **manter uma ligação contratual no tempo**. (Grifos do autor; VERÓN, 1991, p.168; tradução nossa.)⁴

A metáfora do contrato tem sido utilizada por outros autores para se referir às condições que regem a realização do discurso. Dominique Maingueneau (2001, p.31) relaciona a noção de contrato à idéia de que o ato de realização de um discurso, além de cooperativo, é também regido por regras. Patrick Charaudeau remete a uma metáfora de ordem jurídica para explicar a noção de contrato:

A noção de **contrato** pressupõe que os indivíduos pertencentes a um mesmo corpo de práticas sociais sejam capazes de entrar em acordo a propósito das representações de linguagem destas práticas. Conseqüentemente, o sujeito que se comunica sempre poderá, com certa razão, atribuir ao outro (o não-EU) uma competência de linguagem análoga à sua que o habilite ao **reconhecimento**. O ato de fala transforma-se, então, em uma **proposição** que o EU dirige ao TU e para o qual guarda uma contrapartida de convivência. (Grifos do autor; CHARAUDEAU, 1983, p.50; tradução nossa.)⁵

Em Verón, a idéia de uma ligação contratual passa pela construção de uma relação de confiança entre suporte e leitores. Esta relação de confiança é construída pelos suportes ao longo do tempo.

Recorrendo a Michel de Certeau, Verón recupera a idéia de que a crença, a confiança, só se estabelece com o passar do tempo. E conclui: “Isto é essencial no caso dos *medias* informativos, que nos reportam a atualidade do mundo em que vivemos. Os meios aos quais sou fiel são aqueles nos quais deposito minha crença” (VERÓN, 1991, p.168; tradução nossa)⁶.

No caso da comunicação de massa, o contrato de leitura é sempre proposto pelos meios de comunicação. Da mesma forma, é possível falar de contrato para quaisquer tipos de suporte, seja ele impresso, televisão ou rádio. Segundo Verón, cada suporte propõe aos seus públicos diferentes modos de estabelecer esta relação, os quais sustentam o contrato de leitura.

O contrato de leitura se estabelece, de um lado, entre o discurso do suporte e, de outro, entre os leitores deste suporte. Ao propor um contrato, um suporte de imprensa deve obedecer a três condições (VERÓN, 1985, p.206): a) Dinâmica dos leitores: o suporte de imprensa deve propor um contrato que se articule com os interesses, com a dinâmica dos seus leitores. A intenção é, por meio do discurso, criar e estabelecer uma ligação com estes leitores. b)

⁴ “La notion de ‘contrat’ met l’accent sur les conditions de construction du lien qui unit **dans le temps** un media à ses ‘consummateurs’. [...] L’objectif de ce contrat (de lecture, d’écoute ou de vision, selon le support médiatique) est de construire et de préserver l’habitus de consommation. [...] Dans le champ des médias, communiquer aujourd’hui implique **entretenir un lien contractuel dans le temps**”.

⁵ “La notion de **contrat** présuppose que les individus appartenant à un même corps de pratiques sociales soient susceptibles de se mettre d’accord sur les représentations langagières de ces pratiques sociales. Il s’ensuit que le sujet communiquant pourra toujours raisonnablement supposer à l’autre une compétence langagière de **reconnaissance** analogue à la sienne. L’acte de langage devient alors une **proposition** que le JE fait au TU et pour laquelle il attend une contrepartir de connivence”.

⁶ “Ceci est capital dans le cas des medias informatifs, qui nous racontent l’actualité du monde ou nous vivons. Les médias auxquels je suis fidèle, ce sont ceux dans lesquels j’ai déposé ma croyance”.

Evolução sócio-cultural: o contrato deve evoluir para acompanhar a evolução sócio-cultural de seus leitores. A fim de manter uma ligação, o contrato de leitura de um suporte deve considerar as possíveis mudanças que possam ocorrer no perfil deste público e que possam levar a modificações no próprio contrato. c) Concorrência entre os suportes: o suporte deve modificar o contrato, se a concorrência com outros suportes assim o exigir. Além da relação com os leitores, a relação que um suporte estabelece com outros suportes traz implicações para o contrato de leitura que esse propõe.

Assim, o conceito de contrato de leitura refere-se às propriedades do discurso que permitem a um suporte criar e manter, ao longo do tempo, uma relação com seus leitores; relação esta que se baseia em uma noção de confiança. O contrato de leitura é proposto pelos *medias*, de acordo com as particularidades de cada suporte, em função de um público receptor, cujos interesses e cuja evolução devem ser considerados na formulação do contrato, bem como em função de uma relação de concorrência com outros suportes.

O contrato de leitura opera sobre o nível da enunciação dos discursos sociais. O contrato diz respeito às modalidades de dizer de um determinado tipo de discurso, que implicam um enunciador e um destinatário em uma situação de comunicação. “Pelo funcionamento da enunciação, um discurso constrói uma certa imagem daquele que fala (**enunciador**), uma certa imagem daquele a quem se fala (**o destinatário**) e, por consequência, uma **ligação** entre estes ‘lugares’” (grifos do autor; VERÓN, 1985, p. 207; tradução nossa)⁷.

Esta proposição traz algumas implicações relacionadas à construção da análise do contrato de leitura. A primeira delas está relacionada com a oposição entre enunciação e enunciado. O nível do enunciado mostra-se inadequado ao estudo do contrato de leitura. Isto porque um mesmo conteúdo pode ser abordado por suportes concorrentes a partir de diferentes modalidades de dizer. Em nossa perspectiva, o nível do enunciado também se torna inadequado para uma abordagem voltada para compreender uma dimensão não verbal do discurso. No caso dos suportes impressos, as diferenças discursivas passam, sobretudo, pela configuração formal dos enunciados, através da diagramação.

As zonas de concorrência na qual operam os suportes funcionam a partir da homogeneização das ofertas de conteúdo. Assim, uma análise de conteúdo que busque identificar o que há de comum entre os conteúdos apresentados por suportes diferentes não fornecerá pistas sobre o contrato de leitura.

Portanto, os estudos do contrato de leitura por meio de uma descrição sobre o plano de enunciação, mostram que dois suportes extremamente próximos do ponto de vista de suas rubricas e dos conteúdos que eles apresentam, são em verdade muito diferentes um do outro sobre o plano do contrato de leitura, plano que é crucial, pois é nele que se constrói a ligação de cada suporte com seu leitorado. A análise do contrato de leitura permite assim destacar a **especificidade** de um suporte, de fazer sobressair, de forma comprovada, as dimensões que constituem a maneira particular que ele tem de construir sua relação com seus leitores. (VERÓN, 1985, p.209; tradução nossa.)⁸

⁷ “Par le fonctionnement de l'énonciation, un discours construit une certaine image de celui qui parle (**l'énonciateur**), une certaine image de celui à qui l'on parle (**le destinataire**) et, par conséquent, un **lien** entre ces ‘places’”. (Grifos do autor.)

⁸ “Or, les études du contrat de lecture par le moyen d'une description sur le plan de l'énonciation, montrent que, souvent, deux supports extrêmement proches du point de vue différents l'un de l'autre sur le plan du contrat de

O contrato de leitura opera no nível da enunciação, mas o nível do enunciado não deve ser completamente descartado da análise. Por operar sobre o nível da enunciação do discurso, o contrato de leitura refere-se a todos os aspectos de um suporte que promovem uma ligação com o leitor. Diz respeito a todos os aspectos de um suporte sobre o qual operam diferentes modalidades de dizer do discurso (VERÓN, 1985, p.211).

O contrato de leitura diz respeito às propriedades do discurso que promovem uma ligação entre um suporte e seus leitores. Refere-se às propriedades internas do discurso na medida em que estão articuladas com as condições de produção e reconhecimento deste discurso. Isto porque o contrato de um suporte deve considerar a dinâmica e evolução dos seus leitores, bem como a relação com os suportes concorrentes que impliquem em possíveis mudanças no contrato. Aí residem as influências que uma dimensão contextual exerce sobre a dimensão textual no discurso.

Segundo Verón, o discurso não pode ser reduzido a uma análise sob uma perspectiva imanente, pois comporta uma articulação entre uma dimensão textual e uma dimensão contextual, ou extratextual. Os discursos sociais são constituídos de matérias (sons, imagens, grafias) que são investidas de sentido a partir do social, das suas condições de produção. Os discursos podem ser entendidos, então, como “objetos semioticamente heterogêneos ou 'mistos', nos quais intervêm, ao mesmo tempo, várias matérias significantes e vários códigos” (VERÓN, 1980, p.78).

Considerações finais

A noção de contrato de leitura pressupõe a existência de um lugar de articulação entre a produção e o reconhecimento dos discursos. A análise do contrato de leitura visa levantar hipóteses a respeito das propriedades dos suportes investigados que permitem ou realizam esta ligação com os leitores.

O estudo do contrato se detém sobre os mecanismos de produção do discurso, os quais devem estar relacionados com o momento de reconhecimento. A investigação do contrato de leitura toma como objeto todos os elementos que configuram um suporte de imprensa, estando aí incluídos as imagens, os títulos e as rubricas, por exemplo.

O estudo do contrato de leitura aplica-se, por consequência, sobre todos os aspectos da construção do suporte de imprensa, na medida em que eles constroem a ligação com o leitor: cobertura, relação texto/imagem, modo de classificação do material redacional, dispositivos de “apelo” (títulos, subtítulos, cartolas, etc...), modalidades de construção das imagens, tipos de “percurso” propostos ao leitor (por exemplo; cobertura – quadro de matérias – artigo) e as variações que ele produz, modalidades de diagramação e outras dimensões que podem contribuir para definir a forma específica pela qual o suporte constrói a ligação com seu leitor. (VERÓN, 1985, p.211; tradução nossa.)⁹

lecture, plan qui est crucial, car c'est là que se construit le lien de chaque support avec son lectorat. L'analyse du contrat de lecture permet ainsi de dégager la **spécificité** d'un support, de faire ressortir, preuves à l'appui, les dimension qui constituent la manière particulière qu'il a de construire sa relation avec ses lecteurs”.

⁹ “L'étude du contrat de lecture porte, par conséquent, sur tous les aspects de la construction d'un support presse, dans la mesure où ils construisent le lien avec le lecteur: couverture, rapports texte/image, mode de classement du matériel rédactionnel, dispositifs d'appel' (titres, sous-titres, chapeaux, etc...), modalités de

Três exigências presidem a análise do contrato de leitura (VERÓN, 1985, p. 203): a) A regularidade das propriedades descritas: na análise do contrato de leitura procuram-se identificar as propriedades do discurso que aparecem de forma recorrente, suas propriedades estáveis. A análise do contrato procura identificar as propriedades invariantes do discurso, verificadas no decorrer de um longo período de análise, de pelos menos dois anos. b) A diferença obtida pela comparação entre os suportes: a comparação das propriedades invariantes de cada um dos diferentes suportes que está sendo analisado permite identificar semelhanças e diferenças regulares de cada um. A comparação permite identificar as especificidades de cada suporte no modo de construir a relação com o leitor. c) A sistematicidade das propriedades exibidas por cada suporte: a identificação das propriedades regulares e diferenciadas, trazidas por cada suporte, permite determinar a configuração do conjunto de propriedades a partir do qual se pode destacar o contrato de leitura, bem como identificar os pontos fortes e os pontos fracos do contrato, as zonas de ambigüidade e as eventuais incoerências.

O ponto de partida é um “suporte de referência”, considerado o centro do estudo, o qual é comparado a seus concorrentes imediatos. O estudo contempla duas fases, que compreendem a definição do contrato de leitura e a verificação do contrato junto ao público. A primeira etapa, que consiste na análise semiológica, tem por objetivo identificar e descrever os contratos de leitura dos suportes que compõem um determinado universo de concorrência. A etapa inicial constitui-se da análise comparativa dos suportes em questão, a fim de identificar as propriedades regulares e as diferenças, bem como a sistematicidade destas propriedades.

A segunda etapa da análise consiste em compreender a eficácia do contrato, através do estudo de campo. Nesta etapa, são realizados grupos projetivos e entrevistas semidiretas com um público formado por leitores e não leitores, a fim de verificar as questões relativas ao “suporte de referência”. O objetivo do estudo de campo é “verificar o funcionamento do contrato proposto por cada um dos suportes estudados: seus pontos fortes e seus pontos fracos” (VERÓN, 1985, p.218).

A análise dos pontos fortes permite inferir sobre os critérios usados pelo “suporte de referência” para construir uma argumentação eficaz que lhe permita atrair leitores e, por consequência, anunciantes, atendendo à lógica econômica que rege o funcionamento do discurso dos *medias*. A análise dos pontos fracos do “suporte de referência”, que acontece em paralelo à análise dos pontos fortes dos suportes concorrentes, indica quais são os elementos que sustentam uma possível modificação do contrato, mediante novas estratégias de posicionamento discursivo.

Inserida na perspectiva oferecida pela teoria da enunciação, a metodologia de análise do contrato de leitura constitui um modo de perceber o funcionamento enunciativo do discurso, os seus processos de engendramento e circulação, tendo em vista um contexto que situa os suportes de imprensa em uma situação de concorrência e sob a influência da dinâmica estabelecida pelos leitores. Ancorado na análise dos posicionamentos discursivos assumidos pelos sujeitos no interior do discurso e que permitem configurar um dispositivo de enunciação, o estudo do contrato de leitura volta-se para o aspecto enunciativo do discurso, em detrimento de um estudo centrado apenas no enunciado. Volta-se, portanto, para os modos

construction des images, types de ‘parcours’ proposés au lecteur (par exemple; couverture - table des matières - article) et les variations qui s’y produisent, modalités de mise en page et bien d’autres dimensions qui peuvent contribuer à définir la façon spécifique par laquelle le support construit le lien avec son lecteur”.

de construção do elo, estabelecido entre o enunciador e o destinatário ou co-enunciador do discurso, o qual caracteriza o contrato de leitura.

Permite, este estudo, considerar ainda que os modos de construção deste elo entre enunciador e co-enunciador se fazem em toda a superfície discursiva, o que abre a possibilidade de um estudo do não verbal. Além disso, estabelece o estudo do contrato procedimentos metodológicos que vão orientar o estudo de caso, ao determinar como princípio a realização de uma análise comparativa de dois suportes concorrentes, buscando identificar as variantes e invariantes na construção do discurso, que venham a se refletir nos posicionamentos discursivos assumidos.

O discurso é o lugar onde se dá, na ordem do textual, o trabalho social de produção do sentido (VERÓN, 1980, p.164). Os discursos são caracterizados pela variedade de matérias significantes que o constituem. A noção de discurso diz respeito não apenas à matéria lingüística, mas a todo o conjunto significativo, considerado como uma ligação de investimento de sentido, quaisquer que sejam as matérias significantes em jogo.

Enquanto estudo das condições que permitem unir, ao longo do tempo, um suporte de imprensa aos seus leitores, a análise do contrato de leitura perpassa todos os aspectos que permitem a construção desta relação. Diz respeito ao conjunto das matérias significantes que constitui, no nível discursivo, o contrato de leitura de um suporte.

As matérias significantes podem ser entendidas como o lugar de investimento de sentido, cuja organização se dá pelas regras de produção que regem um determinado discurso. Matéria significativa “é o tipo de elementos sensoriais com que são construídos os significantes da mensagem” (VERÓN, 1971, p.9). A operação discursiva é, portanto, uma operação de investimento de sentido nas matérias significantes.

As matérias significantes podem ser classificadas de acordo com a ordem sensorial que estabelecem – visual, auditiva, olfativa, tátil ou gustativa. Cada ordem sensorial serve de base para a construção de séries informacionais, definidas “como um processo empírico de transmissão de signos que obedece a um código” (VERÓN, 1971, p.9).

Nos meios impressos, as séries informacionais são construídas a partir de uma matéria significativa visual e classificam-se em (VERÓN, 1971, p.10): a) Série informacional lingüística: trata-se da fala em transcrição gráfica, da linguagem escrita; b) Série informacional paralingüística: cumpre papel análogo ao desempenhado pelas variações sonoras, na comunicação interpessoal. São as aspas, os títulos e o seu tamanho, a disposição espacial; c) Séries visuais não-lingüísticas: são constituídas pelas fotografias, desenhos, cor, dentre outros elementos.

Pode-se assim definir um primeiro nível de análise do que será a seguir denominado processo de produção da significação. Esse primeiro nível concerne às regras de investimento das matérias significantes enquanto matérias significantes. A tais regras vai-se chamar regras constitutivas: o investimento delas numa matéria específica torna tal matéria ‘disponível’ para outros níveis de operações, que são, por sua vez, [...] o verdadeiro ponto de partida da pesquisa semiológica. (VERÓN, 1980, p.66.)

Nesta perspectiva, a análise da superfície discursiva, procurando descrever as regras de operação e a organização das matérias significantes, constitui um dos níveis de entrada na

análise do contrato de leitura de um suporte de imprensa. Compreender a configuração de sentido de um discurso passa pelo desvendamento das regras e das operações discursivas que regem as matérias significantes.

Os modos pelos quais se estabelece uma relação entre enunciador e co-enunciador, através da enunciação, são o ponto de partida para a abordagem metodológica do contrato de leitura. A abordagem do contrato de leitura pressupõe que os meios de comunicação, através dos discursos que produzem, propõem aos seus receptores um modo de se relacionar, ao longo do tempo; ou seja, estabelecem um dispositivo de enunciação, a partir do qual constroem um lugar para si, para o outro e um modo de estabelecer uma relação.

Por outro lado, o contrato de leitura, ao operar no nível enunciativo do discurso, diz respeito a todos os seus aspectos, a todas as suas matérias significantes, o que permite que o estudo se amplie na direção da dimensão não verbal do discurso. Este pressuposto permite considerar que, sendo a enunciação um princípio constitutivo de todo o discurso, e que perpassa o funcionamento de todas as suas matérias significantes, o contrato de leitura se constrói acionando-se todas as dimensões do discurso, incluindo-se aí sua dimensão não verbal.

A construção de um contrato de leitura entre suportes impressos e leitores poderia, portanto, ser explicada a partir de um estudo da diagramação, entendida enquanto processo que dá forma ao discurso da imprensa, a partir da distribuição na superfície da página de um conjunto de elementos que conferem sentido ao discurso. Mais do que isso, a diagramação pode, nesta perspectiva, ser entendida como a matéria significativa a partir da qual se constroem os posicionamentos discursivos adotados por suportes que habitam uma mesma zona de concorrência. Neste contexto, a diagramação permite aos suportes construir uma identidade própria — ou seja, um lugar para si no dispositivo enunciativo —, bem como estabelecer um elo com seus leitores, através da construção de um lugar para o outro no dispositivo de enunciação do discurso.

ABSTRACT

*The developing of a study about the discourse produced by printed supports, from a new look over the signification matter **diagramming**, is based on the theory of enunciation of social discourses, under the reading contract study methodological perspective developed by Eliseo Verón.*

KEYWORDS: *Discourse. Discourse Analysis. Diagramming. Reading contract.*

REFERÊNCIAS

- BAHIA, Juarez. **Jornal, história e técnica:** história da imprensa brasileira. São Paulo: Ática, 1990.
- BENVENISTE, Émile. L'appareil formel de l'énonciation. **Langages**, Paris, n.17, 1970.
- CHARAUDEAU, Patrick. **Langage et discours:** éléments de sémiolinguistique (théorie et pratique). Paris: Hachette, 1983.
- DUBOIS, Jean. Énoncé et enunciation. **Langages**, Paris, n. 13, p.100-110, 1970.
- MAINGUENEAU, Dominique. **L'analyse du discours:** introduction aux lectures de l'archive. Paris: Hachette, 1991.
- MAINGUENEAU, Dominique. **Novas tendências em análise do discurso.** Campinas, SP: Pontes, 1997.

- SODRÉ, Nelson Werneck. **A história da imprensa no Brasil**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1996.
- TORRE, Alberto Efendy Maldonado Gómez de la. **Teorias da comunicação na América Latina**: enfoques, encontros e apropriações da obra de Verón. São Leopoldo, RS: Editora Unisinos, 2001.
- VERÓN, Eliseo. **A produção de sentido**. São Paulo: Cultrix, 1980.
- VERÓN, Eliseo. L'analyse du contrat de lecture. **Les médias, expériences, recherches actuelles, applications**, Paris: IREP, p.203-229, 1983.
- VERÓN, Eliseo. Matière linguistique et analyses des discours (pièce à conviction). **Langage**, n. 28, juin, 1984.
- VERÓN, Eliseo. Quand lire c'est faire: l'énonciation dans le discours de l'impression écrite. **Sémiotique II**, Paris: IREP, p.33-56, 1985.
- VERÓN, Eliseo. Les médias en réception: les enjeux de la complexité. **Mediaspouvoir**, Paris: Bayard Presse, n. 21, janvier-fevrier-mars, 1991.