

The logo for 'jise' is written in a stylized, lowercase, cursive font. The letters are dark grey or black, with small red and blue accents on the top of the 'i' and 'e' respectively.

III Jornada Internacional  
Semântica e Enunciação



2021



**PROPOSTA DO SIMPÓSIO TEMÁTICO:**

**ARGUMENTAÇÃO, DISCURSO E JORNALISMO: SENTIDOS  
EM CIRCULAÇÃO NA IMPRENSA**

Fabiano ORMANEZE (Unicamp / UniMetrocamp / UniAnchieta)

Duílio FABBRI JÚNIOR (UFSCar/ Unisal / UniAnchieta)

**RESUMO:** Este simpósio acolhe trabalhos que reflitam sobre os discursos colocados em circulação pela imprensa brasileira e/ou internacional contemporânea, considerando as diferentes materialidades e suportes on e off-line, como jornais, revistas, sites, televisão, rádio, redes sociais digitais etc. A aliança e as relações entre poder político-econômico e imprensa são nítidas desde o surgimento dos primeiros órgãos que se propunham a “informar” a sociedade a respeito de fatos que, explicados pela suposta transparência de conceitos como objetividade e valor-notícia, são compreendidos e circulam como sendo de interesse (do) público e como verdadeiros. Assim, os dizeres da imprensa têm impacto político, social, econômico e cultural na configuração da democracia e do saber sobre o mundo, constituindo-se a partir de e como memória, num jogo entre poder, poder dizer, ouvir e ser ouvido, calar(-se) e ser calado, silenciar(-se) e ser silenciado. Nesse sentido, a proposta é discutir de que maneira o discurso jornalístico coloca em circulação, nessa relação de forças e poderes, dizeres acerca do mundo, os fatos, a história e os agentes políticos, considerando ainda formatos e fenômenos emergentes, próprios da contemporaneidade e das condições de produção da mídia no início do século 21, como a convergência, as fake-news, a pós-verdade, os processos de fact-checking e midiawatching, entre outros. Da mesma forma, propõe-se a discutir, pelo viés dos estudos de argumentação e discurso, relações estabelecidas entre o discurso jornalístico e outras materialidades midiáticas, como o entretenimento, a divulgação científica, a religiosidade midiática, a propaganda, a publicidade, o discurso educacional, a utilização de textos jornalísticos como ferramenta pedagógica, a educomunicação etc. Por fim, congrega pesquisas que discutam o jornalista como agente político, a partir de noções como autoria, interpretação e subjetividade, entre outras. O diálogo crítico entre Linguística e estudos de Jornalismo traz contribuições a ambos os campos, uma vez que, sendo comuns e crescentes os estudos que os inter-relacionam, oferece, para a primeira, mais elementos contextualizadores da prática jornalística e, para o segundo, mais recursos de análise, que expandem as explicações conteudísticas, considerando os efeitos de sentidos do que é colocado em circulação e a forma como delimitam espaços de saber e poder na sociedade.

**PALAVRAS-CHAVE:** Discurso. Argumentação. Jornalismo. Imprensa.



III Jornada Internacional  
Semântica e Enunciação



2021



**RESUMOS APROVADOS:**

### **REPRESENTAÇÃO DA MULHER NEGRA NAS CAPAS DA VERSÃO BRASILEIRA DA REVISTA GLAMOUR**

Amanda MOURA ((PPRER – Cefet/RJ)  
amanda.moura87@gmail.com

**RESUMO:** O objetivo deste projeto é analisar a representação de mulheres negras nas capas da Revista Glamour, desde a chegada do título no Brasil, em abril de 2012, até dezembro de 2018. Com uma abordagem qualitativa, o projeto visa ter um caráter explicativo. É necessário identificar como a revista representa a mulher negra nas capas e o objetivo será entender quais são as origens histórico-sociais desse cenário e as consequências dessa representação. O corpus de análise constitui o discurso verbal e as imagens da própria publicação, utilizando a análise do discurso, que serve como base para a compreensão da relação entre a estruturação dos textos e imagens em si e os lugares sociais que os tornam possíveis (MAINGUENEAU, 2015). A pesquisa tem um compromisso crítico de entender a responsabilidade da mídia de apresentar ao público determinados grupos, especialmente as chamadas minorias sociais, e de construir um local para eles, como Muniz Sodré entende (SODRÉ, 2005, p.1). Na perspectiva do sociólogo cultural jamaicano Stuart Hall, a ideia é explorar o conceito central de representação (HALL, 1997, 2016) e entender o papel da mídia nas sociedades, especialmente no que se refere à naturalização da diferença racial, à subordinação do corpo negro e a padronização da beleza. Já Tânia Hoff nos ajuda a entender como o corpo é retratado na mídia, segundo a pesquisadora este é mutilado, modificado, transformado e estetizado “para servir como aporte de mercadorias/produtos e de conceitos/ideias” (HOFF, 2005, p.32-33). Também será essencial a compreensão do conceito de raça, e para tal seguiremos a ideia proposta por Stuart Hall, de que esta é uma construção não-biológica, [...] “discursiva, um conceito classificatório importante na produção da diferença, um significante flutuante, deslizando, que significa diferentes coisas em diferentes épocas e lugares” (HALL, 1995). Os resultados parciais desta pesquisa apontam para a produção/manutenção/construção de uma representação das mulheres negras que raramente é protagonista quando se trata de beleza. Também é possível detectar que as poucas mulheres negras escolhidas geralmente têm pele clara e características fenotípicas mais próximas de um padrão de beleza eurocêntrico.

**PALAVRAS-CHAVE:** Mídia, Mulher negra. Representação

# I@-CORPO: EFEITOS CORPÓRIO DA INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL PELO DISCURSO JORNALÍSTICO

Antônio Inácio DOS SANTOS DE PAULA (Unicamp / Labjor)  
[inacioantoniodepaula@gmail.com](mailto:inacioantoniodepaula@gmail.com)

**RESUMO:** Ancorado na Teoria da Análise do Discurso (AD), o estudo se debruça sobre o discurso jornalístico (SCHWAAB & ZAMIN, 2014) e, a partir do discurso de divulgação científica (ORLANDI, 2001), busca identificar os possíveis efeitos de corporalidade, materialidades textuais que produzem sentidos e que constroem o corpo (COURTINE, 2013) para a inteligência artificial: i@-corpo. Levanta-se a hipótese de que os sentidos corpóreos da IA possam ser identificados nos e pelos enunciados, potencializados no processo de circulação da imprensa, o que vai ao encontro do interesse de mobilização do Simpósio Temático - 16. Com isso, pretende-se analisar os enunciados da entrevista com a genoide SophIA, realizada pelo programa televisivo Fantástico, transmitida pela Rede Globo, em 21 de outubro de 2018, momento em que o robô esteve no Brasil. No mesmo prisma, almeja-se refletir sobre a produção jornalística acerca de notícias relacionadas à tecnologia. Dentre várias, a tecnologia (FEENBERG, 2003) é mais uma criação do ser humano. Imbricados, tecnologia e indivíduo sofrem processos de subjetivações (des) continuamente, corrosões provocadas pelo processo histórico. Aliás, a história é a cicatriz do existir, algo capaz de mostrar não apenas marcas, mas também o corpo afetado e/ou o corpo-artefato. Por isso, interessa ainda questionar a metaforização do que é o corpo. SophIA foi criada pelo Dr. David Hanson em abril de 2015, na China, mais especificamente, em *Hong Kong* e se destaca dos demais robôs por algumas peculiaridades. A genoide imita sessenta e duas expressões faciais próprias do ser humano. Ela possui boca, nariz e olhos. Além disso, é o primeiro robô a receber título de cidadania, uma iniciativa inédita da Arábia Saudita, e é intitulada como embaixadora da IA. Essas possíveis aproximações com o ser humano não terminam por aí. Sophia se relaciona com o meio, faz palestra e pontua propostas de melhorias à sociedade. Discursos de autoridades parecem não apenas politizar a tecnologia, no caso a IA, distanciando-a do pseudo efeito de neutralidade, mas a coloca ideologicamente posicionada. A partir disso, acredita-se que Sophia não é apenas uma voz de dimensão algorítmica (DIAS, 2018), que aparece e interage por meio de perguntas e respostas. O i@-corpo também se mostra, articula e gesticula, produz expressões faciais. Então, seriam essas peculiaridades de onde insurge o efeito biologizante do i@-corpo? Tais problematizações contribuem tanto para questões teóricas que permeiam diversas áreas científicas quanto para (re)pensar o funcionamento da tecnologia no espaço sócio-digital.

**PALAVRAS-CHAVE:** Inteligência artificial. I@-corpo. Discurso. Jornalismo.

# A RETÓRICA DE CANDIDO NA AMPLIFICAÇÃO DE CLARICE LISPECTOR

Bruna CAMARGO CORREA (UNIFESP)  
brunacamargocorrea@outlook.com

Ana Cristina CARMELINO (UNIFESP)  
anacriscarmelino@gmail.com

**RESUMO:** A crítica literária jornalística, a qual se encontra ausente nos jornais e quase extinta na atualidade, faz-se uma produção de grande relevância tanto para a descoberta de escritores quanto para o sucesso (ou não) desses profissionais como referência de uma literatura prestigiada. Além disso, a crítica literária favorece o letramento literário e possui caráter persuasivo, já que é de ordem epidítica, visto que objetiva louvar ou censurar uma obra e/ou seu autor. Ainda que tais considerações sejam óbvias, são escassos os estudos que buscam entender a crítica literária por um viés distinto da Teoria Literária. Com base nessas ponderações, este estudo visa refletir sobre a constituição do discurso laudatório proferido pelo crítico literário no que compete ao autor e à sua obra. Para tal, tem-se como objeto de análise o artigo “Perto do Coração Selvagem”, publicado em julho de 1944, na seção “Notas de crítica literária” do jornal *Folha da Manhã*, redigido pelo crítico literário Antonio Candido (influyente crítico literário, professor, sociólogo e pensador) referente à estreia literária de Clarice Lispector (escritora brasileira da década de 40, que se debutou positivamente durante o Movimento Modernista). O objetivo é verificar quais são os recursos retóricos – como lugares, figuras, argumentos e seleção lexical – mobilizados na constituição do discurso epidítico e dos *ethé*, tanto da escritora quanto do crítico. Desse modo, considera-se que o discurso presente no artigo não apenas constrói uma imagem desses referentes (autora e crítico), o que colabora para um reconhecimento ou uma desconsideração, que pode (ou não) perdurar, mas também que, a partir dele, Candido se utiliza de expedientes retóricos para amplificar a imagem de Clarice Lispector. Partindo disso, o estudo respalda-se especialmente nos pressupostos teóricos da Retórica (ARISTÓTELES, 2015) e da Nova Retórica (PERELMAN; OLBRECHTS-TYTECA, 2005; REBOUL, 2004; MEYER 2007; EGGS, 2008; FERREIRA, 2010; FIORIN, 2015), com ênfase na noção de *ethos*. Esta, segundo Ferreira (2010), concerne à construção de uma imagem de si e do(s) outro(s) no discurso. Em vista disso, no caso em questão, o crítico literário, Antonio Candido, por meio do discurso epidítico, não somente constrói a imagem de si, como também a da escritora Clarice Lispector.

**PALAVRAS-CHAVE:** Ethos Retórico. Discurso Epidítico. Clarice Lispector. Antonio Candido.

## **ETHOS DISCURSIVO EM MANCHETES DE JORNAL:**

### **MASCARAMENTOS E PROTEÇÃO DE FACE**

Pilar Cordeiro Guimarães PASCHOAL (SME-RJ e UERJ)  
[pilarcordeiro@hotmail.com](mailto:pilarcordeiro@hotmail.com)

Alessandra Cristina Costa MENDES (SME-RJ)  
[alecrismendes@gmail.com](mailto:alecrismendes@gmail.com)

Todo ato de tomar a palavra implica na construção da imagem de si para seu interlocutor. Além disso, essa é uma tentativa de atuar sobre esse mesmo interlocutor. Seja intencionalmente ou não, o enunciador escolhe suas expressões, palavras e frases a partir daquilo que pensa, de seu conhecimento de mundo, de sua cultura. Então, se a escolha lexical se volta a um e não a outro, isso determinará e provocará a imagem que é construída desse *coenunciador*. Nesse jogo discursivo, o emissor projeta, em seus destinatários, a imagem de que faz de si mesmo e aquelas que também constrói hipoteticamente sobre o interlocutor. Assim, nenhum sujeito comunicante se apresenta sem uma máscara social adequada às diversas situações comunicativas, ou como afirma Goffman (2012), no jogo teatral das relações sociais, a proteção de face se faz necessária para argumentar e se manter nas relações estabelecidas. Nosso intuito, portanto, neste trabalho se objetiva a discutir como se relaciona discursivamente a proteção de face social, junto à construção do *ethos* discursivo favorável no texto jornalístico. Para tanto, apresentaremos uma análise a partir do cotejo de manchetes publicadas nos sites de jornais do RJ, mais precisamente os jornais EXTRA e o site de Notícias G1, veículos de comunicação que se propõem a atingir públicos de todas as classes sociais. A escolha do *corpus* justifica-se pelo fato de que a compreensão estratégica de uma notícia jornalística, a partir da manchete, envolve a rápida ativação de scripts ou atitudes relevantes, dando espaço a diversos recursos de linguagem ligados à pressuposta identidade do interlocutor. Destarte, a relevância deste trabalho parte da necessidade de se ampliar o estudo sobre argumentação no discurso jornalístico, ainda que reconheçamos a grande diversidade de estudos acerca do tema. Além disso, ainda há muito que se refletir sobre os impactos políticos e socioculturais da imprensa, tendo em vista que propomos uma aproximação entre o campo das ideias (da teoria) e o das práticas, já que tendem a andar em caminhos paralelos. Um encontro entre estes dois agentes do processo comunicativo é necessário, embora ambos façam pouco esforço para compreender um ao outro. Assim, abordaremos, as ocorrências discursivas que evidenciam a subjetividade e revelam sua intencionalidade argumentativa, como também, auxiliam na construção do *ethos* na cena enunciativa.

**PALAVRAS-CHAVE:** Ethos. Máscaras. Discurso Jornalístico. Argumentação.

## O DISCURSO JORNALÍSTICO SOBRE O CORPUS ALIENUM: PUBLICIDADE OU JORNALISMO?

RODRIGO DANIEL SANCHES

**RESUMO:** A pesquisa busca investigar e refletir, na perspectiva teórica da Análise do Discurso (Pêcheux; Orlandi), em interface com pesquisadores das Ciências Sociais, sobre o sujeito e os efeitos de sentido produzidos pelo discurso jornalístico da boa forma e emagrecimento. O corpus foi composto por revistas e sites que promovem as novas dietas, e que, além da publicação impressa, dispunham de versão digital com espaço para comentário dos leitores. A nossa hipótese é a de que o discurso jornalístico das novas modalidades de regime afeta a constituição da mulher e sua relação com o corpo na contemporaneidade. As revistas de boa forma e vida saudável atuam no contexto midiático legitimando um ideário sobre o corpo perfeito e como fazer para alcançá-lo. É difícil caracterizar as revistas e sites de boa forma quanto ao seu conteúdo. Os textos e as imagens das revistas e seus pares virtuais (blogs, sites, redes sociais, entre outros) nos levam a crer que estamos diante de um discurso jornalístico que faz funcionar os sentidos de beleza, perfeição, magreza, atitude, vitalidade, jovialidade, entre tantos outros associados ao *Corpus Alienum*. O deslizamento dos efeitos de sentidos provocados por essas publicações permite, nas arestas dos discursos, entrever o seu teor publicitário, uma publicidade travestida de jornalismo. A análise dos enunciados traz à tona uma “performance de linguagem”, a articulação de palavras com o intuito de convencer o interlocutor “através da produção de evidência dos sentidos”. O objetivo dos redatores é não deixar margem para o consumidor/leitor duvidar daquela informação. Daí a diferença entre enunciados teoricamente jornalísticos ou publicitários. Podemos investigar, nas arestas desse discurso, algumas características comuns e subjacentes a esse fenômeno, àquilo que dá sustentação a essas relações de sentido, um discurso organizado e organizador cuja força se dá pela repetição, de imagens tecnicamente produzidas, mas também de enunciados, construções linguísticas de cunho publicitário/jornalístico. As Formações Discursivas da boa forma estão ancoradas em um discurso publicitário travestido de jornalismo, que estabilizam certos dizeres sobre o corpo feminino em detrimento de tantos outros.

**PALAVRAS-CHAVE:** Discurso. Jornalismo. Mídia. Corpo feminino.

**O PAPEL DA MÍDIA IMPRESSA NO PROCESSO DE CONFIGURAÇÃO DO ATOR  
DA ENUNCIÇÃO, PARTICIPANTE DAS MANIFESTAÇÕES  
DE JUNHO DE 2013 NA CIDADE DE SÃO PAULO**

Tânia Regina Exposito FERREIRA  
(CPS – FATEC Osasco-SP / FECS Hospital Alemão Oswaldo Cruz)  
[tanexpotref@gmail.com](mailto:tanexpotref@gmail.com)

**RESUMO:** O mês de junho de 2013 ficará marcado na história da cidade de São Paulo pelas manifestações populares, cujo motivo inicial foi a revogação do aumento de R\$ 0,20 nos transportes públicos. A imprensa construiu, pelo filtro de seus critérios político-ideológicos, valendo-se de diferentes recursos verbais e não verbais, o sujeito da enunciação do texto-discurso em que se constituiu cada uma das manifestações. A justificativa para a pesquisa foi a de que a luta, que se iniciara para a revogação do aumento de R\$ 0,20 nos transportes públicos, levou à reflexão de que isso era só o início ou um pretexto para enxergar problemas sociais maiores enfrentados pelos brasileiros ao longo desses anos, problemas esses que ultrapassavam a preocupação com o aumento nas tarifas dos transportes. Configurar o *ator da enunciação* destes discursos da imprensa foi o objetivo desta pesquisa, centrado na perspectiva semântica da reconstrução da enunciação. A pesquisa foi conduzida com base nos fundamentos teóricos da Semiótica *Greimasiana*, com particular ênfase no nível discursivo da análise, em que se focaliza a configuração enunciativa do discurso. Para alcançar nosso objetivo, analisamos textos veiculados em dois importantes jornais: *Folha de S. Paulo* e *O Estado de S. Paulo*, visando a neles identificar, avaliar e analisar informações – figuras, temas, referências intertextuais, denominações, qualificações, avaliações diretas ou indiretas, imagens – que convergiam para a definição do sujeito da enunciação das manifestações construído por essa mídia. Como um contraponto à análise dos textos desses jornais, analisamos comentários de internautas no *Facebook* do Movimento Passe Livre- MPL e texto do *Blog* do Observatório da Imprensa sobre o assunto, com o objetivo de identificar a configuração dada ao ator da enunciação nas redes sociais. Os resultados desse estudo mostraram que o ator da enunciação revelado pelas várias reportagens e notícias que se seguiram a cada uma das manifestações é mutante: “vândalo”, “baderneiro” e “herói”.

**PALAVRAS-CHAVE:** Texto. Discurso. Enunciação. Mídia.

# DISCURSO E FALÁCIAS NOS EMBATES POLÍTICOS EM MÍDIAS DIGITAIS E IMPRESSAS

Vívian PEREIRA (UERJ)  
professoravivianpereira@yahoo.com.br

**RESUMO:** O trabalho terá como tema a análise de alguns tipos de falácias e a relação delas com os discursos, envolvendo o meio político direta e indiretamente. Os silogismos falaciosos ou, simplesmente, falácias, estão presentes com muita constância nos discursos políticos ou nos que a eles se referem. E este estudo procura analisar determinados usos falaciosos de exemplos mais recentes no cenário político brasileiro e mundial, demonstrando como a recorrência dessas articulações argumentativas é uma estratégia na esfera política que nos cerca, seja pela oralidade, seja pela escrita. Em grande parte, nota-se a tentativa de se apoiar em estruturas de argumentação fracas ou incompletas, desviando-se do assunto principal, descaracterizando o problema e, inclusive, desqualificando algum adversário, em vez de tratar, diretamente, do tema em questão. Os exemplos foram retirados de mídias digitais e impressas, e a abordagem conceitual terá, como referência, obras consagradas pelo estudo desses silogismos e da argumentação na linguagem. O método de seleção do corpus foi a retirada de notícias e reportagens que estivessem relacionados diretamente à política. O objetivo será identificar a relevância desse tipo argumentativo, que é comum no meio político, mas que, nem sempre, é identificado por grande parte da sociedade como recursos para não se responder e desviar-se do assunto principal ou, ainda, pela falta de propriedade do enunciador. A imprensa é, essencialmente, uma área escritural, (Charaudeau, 2018) feita de palavras, de gráficos, de desenhos e, por vezes, de imagens fixas, sobre um suporte de papel. A atividade de conceitualização é muito mais analítica do que na oralidade ou na iconicidade. Além disso, como tal atividade se acompanha de um movimento que percorre seguidamente o espaço escritural do começo ao fim (e mesmo em vários sentidos), o leitor põe em funcionamento um tipo de compreensão mais discriminatória e organizadora que se baseia numa lógica “hierarquizada”: operações de conexão entre as diferentes partes de uma narrativa, de subordinação e de encaixe dos argumentos, de reconstrução dos diferentes tipos de raciocínio (em árvore, em contínuo, em paralelo, etc.). A escrita desempenha o papel de prova para a instauração da verdade, o que não é possível para a oralidade, não recuperável e, aparentemente, mais efêmera. Como mostra Aristóteles, na Retórica, convergem para a persuasão o *éthos* do orador, o *phátos* do auditório e o *lógos*, o discurso. O orador e o auditório são papéis socialmente determinados, cuja imagem se constrói no discurso (Fiorin, 2015). Os resultados apontam para argumentos inconsistentes, falhos, desviados ou com tentativa de dissimular a situação ou de menosprezar o interlocutor.

**PALAVRAS-CHAVE:** Discurso. Política. Argumentação. Silogismos. Falácias.

