



III Jornada Internacional
Semântica e Enunciação



2021



PROPOSTA DO SIMPÓSIO TEMÁTICO:

EFEITOS DE SENTIDO NOS DISCURSOS NA/DA MÍDIA

Renata NOBRE TOMÁS
Lorena Maria NOBRE TOMÁS

RESUMO: Com o desenvolvimento das novas tecnologias da comunicação, novas práticas discursivas surgiram. Considerando esse novo contexto de produção, este Grupo de Trabalho reúne estudos que envolvam tanto gêneros do discurso das mídias tradicionais, quanto aqueles específicos do universo digital. As questões a serem tratadas neste simpósio devem refletir sobre os discursos veiculados na (pela) mídia ao abordar as seguintes temáticas: estereótipos, identidade, cultura, questões de gênero, feminismo, violência e direitos humanos. Como arcabouço teórico, privilegamos as análises pautadas na Análise do Discurso, teoria que, em sua origem, privilegiou os discursos políticos, mas que, atualmente, tem se mostrado um poderoso dispositivo de leitura dos mais variados gêneros, das mais diferentes esferas, inclusive os digitais, que se caracterizam, entre outros aspectos, por sua multimodalidade. Este GT tem por objetivo reunir pesquisas concluídas e/ou em andamento, de cunho teórico ou analítico, que investiguem o discurso das mídias na perspectiva da Análise do Discurso fundamentada em teóricos como Michel Pêcheux, Mikhail Bakhtin, Jaqueline Authier-Revuz, Dominique Maingueneau e Patrick Charaudeau. Dos conceitos advindos desses estudiosos, destacamos os de condições de produção, interdiscurso, dialogismo, gêneros do discurso, heterogeneidade, ethos discursivo, cenas de enunciação, entre outros propostos por esses teóricos que possibilitem ao pesquisador depreender os efeitos de sentido dos corpora constituídos com base nos mais diferentes gêneros da mídia de informação. Como destaca Charaudeau (2009, p. 151), “o universo da informação midiática é efetivamente um universo construído. Não é, como se diz às vezes, o reflexo do que acontece no espaço público, mas sim o resultado de uma construção”. Sendo assim considerado, destacamos a pertinência de estudá-lo discursivamente, observando a opacidade inerente à linguagem. Dada a condição interdisciplinar da AD e das temáticas abordadas na mídia, essas pesquisas podem ainda estabelecer interface com outras disciplinas, como a Sociologia, a Antropologia, a História e os Estudos Culturais, ou seja, estudos que podem fundamentar discussões acerca de diferentes questões, como estereótipos, identidade, cultura, questões de gênero, feminismo, violência entre outras noções fundamentais para o estudo dos discursos da mídia. Para tratar dessas temáticas, destacamos as contribuições de Walter Lippmann, Néstor García Canclini, Stuart Hall, Zygmunt Bauman, Yves Michaud, Pierre Bourdieu, Marilena Chaui, Eva Alterman Blay e Pierre Lévy.

PALAVRAS-CHAVE: Discurso. Sentido. Mídia.



III Jornada Internacional
Semântica e Enunciação



2021



RESUMOS APROADOS:

**O ESTILO CONSTRUTOR DO EFEITO DE SENTIDO EM NOTÍCIA: A SITUAÇÃO
DE IMIGRANTES E REFUGIADOS VENEZUELANOS EM MANAUS**

Aline Cristina OLIVEIRA DAS NEVES (UnB)
alinecristinan@gmail.com

Ana Adelina LOPO RAMOS(UnB)
ramos.anadeli@gmail.com

RESUMO: Este trabalho objetiva analisar duas notícias veiculadas em dois Portais distintos: D24Amazonas e Folha de São Paulo/UOL. A primeira, “Operação Acolhida inicia reordenamento da área da rodoviária de Manaus” (doravante N1), e a segunda, “Venezuelanos são retirados de barracos para montagem de albergue em Manaus” (doravante N2), divulgam a situação de famílias de imigrantes venezuelanos em Manaus. A análise debruça-se sobre os efeitos de sentido provocados pela escolha estilística de dois jornalistas distintos para noticiar o mesmo fato. Buscou-se observar diferentes recursos utilizados nos textos para divulgar a notícia, à luz da noção de estilística elucidado por Monteiro (2009); discurso relatado definido por Maingueneau (2008) e Authier-Revuz (1998). Em vista da especial atenção aos aspectos relacionados à escritura das notícias, bem como os efeitos de sentido provocados pela escolha estilística, as motivações para este trabalho são as seguintes: 1) de que forma a situação ou o contexto regula a seleção dos vocábulos do autor do texto 2); de que modo o discurso relatado direciona a compreensão do leitor sobre o fato noticiado; 3) que efeitos de sentido a escolha estilística para narrar um episódio pode provocar. Este recorte justifica-se, portanto, pelo alinhamento das ideias provocadas pelo contexto das notícias, pela escolha estilística e pelos efeitos discursivos provocados por essa escolha. Entende-se que esse delineamento carrega significados importantes para a construção do entendimento do leitor sobre o fato jornalístico narrado nos textos em análise. Dentre as reflexões realizadas a partir da análise, destacam-se os efeitos de sentido do foco no discurso de autoridade da notícia 1 (N1), com total apagamento de outras vozes, e as vozes dos venezuelanos, sujeitos que sofrem a ação da Operação, expondo a situação em que aquelas famílias estão vivendo na cidade de Manaus na notícia 2 (N2). Além disso, as escolhas estilísticas para narrar os mesmos episódios reafirmam o posicionamento dos autores dos textos: o reordenamento do espaço em que se encontram e o acolhimento por parte do governo brasileiro das famílias de refugiados (N1); o caos da moradia dos imigrantes em torno do espaço da rodoviária e a imposição das instituições para a mudança do local de instalação e de interiorização (N2).

PALAVRAS-CHAVE: Estilística. Gênero notícia. Discurso relatado. Efeitos de sentido

PROBLEMAS AMBIENTAIS: A CONSTRUÇÃO

DISCURSIVA DE “MAIS DO MESMO”

Camilla Reisler CAVALCANTI (Universidade Federal do Espírito Santo)
camillitz@hotmail.com

RESUMO: Nos últimos anos, questões ambientais têm ganhado elevada importância na sociedade. Isso se dá ao fato de que há uma dinâmica recontextualização dos tópicos relacionados ao meio-ambiente, definindo-os como “problemas sociais globais”. A resolução desses problemas é complexa por envolver diferentes atores sociais em diferentes contextos. A comunicação entre as partes interessadas deve ser feita com responsabilidade para a mútua cooperação. Hoje também se pressupõe que é necessária a habilidade de usar diferentes plataformas. Esse trabalho tem como objetivo demonstrar a distância entre discursos sobre assuntos ambientais e contextos nos quais esses discursos se concretizam. Partindo do princípio básico de que a função das “notícias” é de informar a população, levantamos a hipótese de que há uma lacuna entre o que é reportado e os efetivos interesses da população. O caráter sensacionalista das notícias oferece à população uma sensação de alarme, causando ansiedade muitas vezes por medo de algo que ainda não se concretizou efetivamente. Examinamos como notícias sobre desastres ambientais são representadas nos meios de comunicação virtuais. Para a análise de como esses discursos são construídos, apoiamos-nos na Análise Crítica e Multimodal do Discurso (Machin e Mayr, 2012) assim como na Análise Crítica do Discurso de vertente sociocognitiva de van Dijk (2012, 2014). Como serão analisadas notícias e comentários em redes sociais, conta-se também com as categorias de Multimodalidade propostas por Kress (2010) assim com a Representação Social proposta por van Leeuwen (2008). Se tragédias e acidentes são representadas como eventos de responsabilidade indefinida, dando um caráter heroico aqueles que se propõem a agir, os eventos de impacto contínuo (poluição, injustiça social) são recontextualizados em um consenso não sustentável. Os resultados apontam para uma tendência de os atores sociais envolvidos travarem uma verdadeira batalha discursiva quanto à representação e definição de problemas ambientais. Argumentamos que esse embate dificulta a implementação de práticas que tragam cooperação entre as partes verdadeiramente interessadas. Por fim, enfatizamos que as práticas comunicativas que acontecem nos meios mais convencionais, por terem forte impacto na opinião pública, necessitam maior escrutínio sendo esse um importante papel do pesquisador.

PALAVRAS-CHAVE: Análise Crítica do Discurso. Problemas Ambientais. Representação Social.

O LUGAR DO BRASIL NO DISCURSO POLÍTICO-ECONÔMICO DO JORNAL *LE MONDE*: ALTERNÂNCIA DE DISCURSOS DIRETOS E INDIRETOS E EFEITOS DE SENTIDO SOBRE AS REPRESENTAÇÕES DO BRASIL

Camila RIBEIRO (Doutora em Ciências da Linguagem - Université de Picardie/França)

cafernandaribeiro@gmail.com

RESUMO: Partindo da perspectiva da Análise do Discurso e baseando-nos em enunciados do jornal *Le Monde*, pretendemos submeter à discussão neste simpósio a maneira como o dizer do jornalista francês (discurso direto) e o dizer que ele convoca (discurso indireto) constroem uma certa representação político-econômica do Brasil oscilando entre um momento de renovação - representado pela mudança econômica pela qual passa o país em 2005 - e um momento “permanente” - “déjà là” - derivando de aspectos estereotipados do país. A maneira como o locutor enuncia e convoca outros dizeres contribui para a criação de uma dicotomia entre um discurso “novo” e um discurso “déjà-là” que atribui um “lugar” pré-determinado para o Brasil: uma sociedade fadada a não se desenvolver, mas a continuar sendo apenas um lugar de estereótipos socioculturais. A perspectiva argumentativa desse discurso emerge na construção da convivência (Herman, 2008) entre jornalista e leitor francês através da alternância de discursos diretos e indiretos. Esse conjunto gera uma esquematização (Grize, 1996) dos saberes (europeus, franceses) sobre o Brasil através dos pré-discursos (Paveau, 2006) que são mobilizados. Em outras palavras, através da alternância de discursos diretos e indiretos, podemos identificar os rastros de pré-discursos que alimentam essa convivência e contribuem para a criação da esquematização do lugar ocupado pelo Brasil nas representações jornalísticas do jornal *Le Monde*. Apontando os dizeres do locutor e os dizeres que ele cita - e como ele cita -, avançaremos uma interpretação para essa maneira de representar o Brasil: legitimar a existência de países desenvolvidos construindo ao mesmo tempo o sentido do desenvolvimento econômico, criando categorias e normas para que os países “emergentes” não tenham acesso ao estatuto de “desenvolvidos”. Além das noções já citadas, mobilizaremos também as de realidade discursiva (Pêcheux, 1975), discurso fundador (Orlandi, 1993), mito fundador (Chauí, 2000), discursos constituintes (Maingueneau et Cossutta, 1995), quadro anterior de interpretação (Ribeiro, 2018), além de nos basearmos em Authier-Revuz (1992) para considerações sobre discursos diretos e indiretos. Terá seu espaço também nessa comunicação uma discussão em torno da noção de “lugar”.

PALAVRAS-CHAVE: Discurso jornalístico francês. Representação político-econômica. Estereótipos. Lugar.

(DES)ENCONTROS DO *ETHOS* DISCURSIVO NA MÍDIA: ANÁLISE DOS EFEITOS DE SENTIDO NA REPORTAGEM *O QUE OS PROFESSORES ESTÃO FALANDO SOBRE A BASE NACIONAL COMUM?*

Camila Rodrigues VIANA – UFT
camila.rodrigues@ufma.br

João de Deus LEITE- UFT
joaodedeusleite@hotmail.com

RESUMO: Com a promulgação da Base Nacional Comum Curricular (BNCC), são notórios tensões e conflitos tanto de cunho teórico-científico, como de cunho pedagógico em todo o país, especialmente em relação às questões ligadas à alfabetização, à garantia do direito de aprendizagem desde a infância, à definição de conjunto de aprendizagens essenciais, em especial em cada etapa de ensino, dentre outras mudanças no ensino. Durante o período de elaboração da base, o discurso do professor ganhou destaque na fase da consulta pública, e a mídia desempenhou um papel de elo dialógico entre os profissionais da educação, na forma de (des)articular tanto os pontos convergentes quanto os divergentes das revisões das versões. Com efeito, temos, neste trabalho, a mídia como uma arma de persuasão, de poder e de sedução. Objetivamos, desse modo, analisar os (des)encontros da circulação do *ethos* discursivo do professor na mídia, dos efeitos de sentidos e as formações discursivas veiculadas na reportagem intitulada de *O que os professores estão falando sobre a Base Nacional Comum?*, extraída da plataforma *Nova Escola*. Também, levamos em conta, nas análises, a plataforma *Nova Escola* por ser um suporte midiático que possibilita a ampla divulgação de temas ligados à educação. Tal reportagem foi fruto de uma consulta pública, em 2017, ano embrionário das discussões do documento, no âmbito de uma comunidade virtual de professores do *facebook*, alguns responderam via rede social e outros por telefone. Por esse viés, propomos uma análise delineada pelas concepções qualitativas, tendo como aporte teórico e metodológico a Análise do Discurso, especificamente a partir do conceito de enlçamento e interdiscurso (MAINGUENEAU, 1997; 2001; 2008; 2016), visto como o modo pelo qual o texto institui uma cena enunciativa. Serão mobilizadas, também, as concepções de discurso, de condição de produção, de imagem discursiva e de *ethos* no gênero jornalístico midiático. Assim, temos a reportagem como *corpus* de análise de discursos e como foco os sujeitos envolvidos no processo de implantação da BNCC, de forma interativa e colaborativa, no veículo em pauta, especialmente os discursos de representatividade. Buscamos contribuir, desse modo, com reflexões nas quais analisar o discurso implica interpretar os sujeitos falando e as formações de quando o dizer discursivo e o dito se (inter)legitimam, bem como destacar o lugar social dos sujeitos participantes da pesquisa e a posição enunciativa desse sujeito.

PALAVRAS-CHAVE: *Ethos* discursivo. Mídia. Sentido. BNCC.

O DISCURSO DA MÍDIA SOBRE OS CANDIDATOS A PRESIDENTE NAS ELEIÇÕES DE 2018 NO BRASIL

Claudiana NARZETTI (Universidade do Estado do Amazonas-PPGLA)

cn.narzetti@gmail.com

RESUMO: A atual conjuntura política brasileira tem sido considerada significativamente conflituosa, sobretudo devido ao que se tem enquadrado como uma polarização do país em torno de duas ideologias políticas (tidas como de esquerda e de direita). Nossas pesquisas têm investigado o(s) discurso(s) que a mídia tradicional, por meio de seus principais veículos, têm constituído e colocado em circulação sobre os políticos (e, por extensão, sobre a política) que integram a conjuntura acima referida. Neste trabalho, propomo-nos a apresentar uma análise de charges publicadas pelo jornal *Folha de São Paulo* tanto no contexto das eleições presidenciais no Brasil no ano de 2018 quanto mais recentemente. As charges selecionadas para análise têm como “tema” os candidatos à eleição de 2018 no Brasil bem como alguns políticos de relevo no país no momento atual. A charge, gênero típico da mídia tradicional, pode ser considerada como um dos gêneros jornalísticos de natureza argumentativa, ao lado de editoriais, por exemplo. O objetivo da pesquisa é, assim, descrever o(s) discurso(s) sustentado(s) nessas charges e, ao mesmo tempo, correlacioná-lo(s) com o discurso sustentado em editoriais e notícias desse mesmo jornal (descrito em pesquisa anteriormente desenvolvida). O referencial teórico adotado é o da AD francesa derivada dos trabalhos de Michel Pêcheux. São empregados em especial os conceitos de formação discursiva, interdiscurso, pré-construído, memória discursiva, contradição. O pressuposto é que a mídia tem exercido importante papel na construção de discursos sobre os políticos e a política, discursos que podem embasar as escolhas dos cidadãos no pleito eleitoral. Isso porque os discursos construídos pela mídia tendem a ser recebidos como verdade, dado o fato de que muitos cidadãos a consideram uma espécie de meio de informação situado acima das ideologias e de quaisquer interesses. A pesquisa justifica-se, portanto, na medida em que intenta identificar mecanismos discursivos que caracterizam o discurso da mídia sobre os políticos e a política, de modo a revelar suas determinações ideológicas. A análise corpus selecionado revelou que os políticos em questão (candidatos que disputaram as eleições presidenciais de 2018 no Brasil e alguns de seus aliados): a) têm sido identificados como ocupantes de dois extremos (a extrema esquerda e a extrema direita); b) seriam muito semelhantes entre si em suas atitudes e discursos. Nota-se quanto a esse ponto tanto a reprodução de uma memória discursiva (“os políticos são todos iguais”) quanto a produção de uma memória para os políticos referidos.

PALAVRAS-CHAVE: Análise do discurso francesa. Mídia. Discurso político. Charges.

UMA ANÁLISE DISCURSIVA SOBRE O ENEM: VISÃO MIDIÁTICA SOBRE AS REDAÇÕES DO ENEM

Fátima Aparecida KIAN (UFABC)
fatima.kian@ufabc.edu.br

RESUMO: A tarefa empreendida nesta pesquisa articula-se à análise foucaultiana do discurso e intenta investigar os discursos acerca das provas de redação do Exame Nacional de Ensino Médi produzidos pela imprensa nacional entre os anos de 2014 e 2018, e suas possíveis implicações no sistema de ensino do país e também nas provas subsequentes. Esse trabalho se justifica uma vez que procura tecer reflexões sobre o poder da mídia mediante o tema da educação, principalmente acerca do maior exame nacional e que possibilita o ingresso em universidades do país e também do exterior. Para consolidar os objetivos da pesquisa, esse trabalho foi elaborado em duas etapas. A primeira delas trata-se de uma pesquisa bibliográfica, que visa trazer reflexões teóricas necessárias ao desenvolvimento do trabalho o primeiro momento desse texto é destinado a abordar os conceitos fundamentais com que operamos na análise proposta e diz respeito ao discurso e aos dispositivos, além de trazer uma breve contextualização acerca das provas do Enem. São esses conceitos que embasaram a análise discursiva de notícias publicadas em jornais e portais online do país, segunda etapa do trabalho. Em seguida utilizamos de recortes dos maiores sites de jornais e portais de notícias online do país para analisarmos como a mídia trata das provas de redação do Enem. Para isso, parte-se de uma revisão bibliográfica acerca dos postulados de Michel Foucault (1996), Agambem (2015) e Deleuze (1999) sobre o discurso e os dispositivos. Apresentamos uma breve explicação sobre as provas do ENEM e passa-se a descrição da prova de redação, para, posteriormente, a analisar discursos midiáticos sobre o tema da redação publicados por alguns jornais e portais em sua versão online como o O Globo, Portal Uol, Portal o Dia, El País, O Estado entre outros. Percebe-se, após as análises, que a mídia faz um esforço para tornar o público sempre fiel inclusive a seus serviços, utilizando para isso informações rápidas e relevantes. Nas notícias sobre a prova, os sujeitos que tinham o direito privilegiado de fala eram especialistas da área da educação, principalmente professores da rede privada de ensino. Ainda, a ênfase dada aos resultados da prova de redação, que seriam melhores em escolas privadas, segue a lógica neoliberal, que trata a educação como mercadoria.

PALAVRAS-CHAVE: Mídia. Redação ENEM. Análise do Discurso. Dispositivo.

EFEITOS DE SENTIDO DO GÊNERO TEXTUAL DAS ESCOLAS RADIOFÔNICAS DO MOVIMENTO DE EDUCAÇÃO DE BASE.

FRANCISCO TENÓRIO DA SILVA (Universidade Federal de Alagoas)
francisco.tenorio@cedu.ufal.br

RESUMO: As escolas radiofônicas foram instrumentos utilizados pelo Movimento de Educação de Base (MEB) no início da década de 1960 para à alfabetização de jovens e adultos. O objetivo era implementar a educação de base com a proposta de promover a formação integral dos sujeitos ancorado numa educação conscientizadora, emancipadora e política. O rádio era o principal meio de comunicação adotado no país desde a década de 1940. A partir das experiências das diversas campanhas de alfabetização que ocorria no país, o MEB implantou o sistema radiofônico em diversos municípios das regiões Norte, Nordeste e Centro-Oeste do país. Em 1961, foi assinado um convênio entre o presidente Jânio Quadro e a Conferência Nacional de Bispos do Brasil (CNBB). O estudo é o recorte da pesquisa que está em andamento no Grupo de Pesquisa Políticas Públicas, História e Discurso do Centro de Educação da UFAL. Assim, a pesquisa está ancorada na Análise do Discurso (AD) da vertente francesa alinhada ao materialismo histórico dialético e acionaremos as categorias da Condições de Produção, Formação Discursiva, Formação Ideológica e Interdiscurso como dispositivo de análise e interpretação do texto escrito. As condições de produção ampla apresentavam o Brasil, na década de 1960, marcado por uma política populista, fundamentado no caráter nacional e desenvolvimentista. Assim, o interesse do governo federal era aumentar o quadro eleitoral, já que na época, somente os eleitores alfabetizados podiam votar. O MEB, a partir de 1962, após a primeira reunião dos coordenadores na cidade de Recife assumiram a posição por uma educação popular direcionando as suas ações educativas para uma formação crítica do sujeito. Embora, o Movimento estivessem vinculada a Igreja Católica, a participação dos chamados leigos progressistas ocasionaram conflitos internos dentro da instituição católica. Entendemos que a Análise do Discurso é uma teoria crítica da linguagem e da realidade social, já que os discursos são ideológicos e são afetados pela história, assim como afirma Bakhtin (2014) a língua escrita é marcada por diversos gêneros do discurso nos determinados movimentos históricos. Logo, pretendemos analisar os sentidos do gênero textual das letras das músicas da campanha das escolas radiofônicas produzidos pelo MEB e transmitidas nos intervalos das aulas aos monitores e aos educandos da zona rural.

PALAVRAS-CHAVE: MEB. Discurso. Escolas Radiofônicas. Gênero Textual.

EFEITOS DE SENTIDO NA/DA MÍDIA

Giselle de Souza R. Coutinho
(Universidade Federal Fluminense)

RESUMO: Nas mídias atuais que têm como público-alvo mulheres, percebem-se mudanças na abordagem de assuntos como casamento, beleza e maternidade, isto é, busca-se uma nova roupagem para veicular imaginários sociais acerca do feminino, tendo em vista as demandas que elas apresentam atualmente. Contudo, embora haja essa nova construção discursiva, há, ainda, muitos estereótipos sendo veiculados no que tange ao corpo e aos comportamentos das mulheres. Desse modo, é a partir da compreensão da capa de revista enquanto um gênero textual CORADO (2010), que este trabalho propõe-se a analisar as estratégias de captação e de credibilidade de três capas da revista “Boa forma” da editora Abril – março de 2016, julho de 2017 e junho de 2018, mídia que também tem como destinatário o público feminino. A hipótese é que as capas selecionadas projetam uma falta de um corpo ‘perfeito’ – magro e esbelto, a fim de captar o TU. Por isso os objetivos são investigar se as manobras utilizadas pelo sujeito-enunciador correspondem as do discurso publicitário que tem como TU mulheres e verificar qual a principal intenção das capas: informar ou incitar. Para isso, pauta-se, principalmente, nos estudos da Semiologia do discurso de Patrick Charaudeau (2010; 2008; 2007; 2004; 2001) com os conceitos de contrato de comunicação, sujeitos, modos de organização do discurso, visadas discursivas e *ethos* de Ruth Amossy (2018). Além desses pressupostos, utilizam-se também estudos sobre publicidade de PINTO (1997) e CARRASCOZA (2002), os quais abordam as estruturas da publicidade em diálogo com a teoria discursiva aqui proposta. Como o *corpus* selecionado é multimodal, possui tanto elementos verbais – as manchetes, quanto não verbal – uma modelo centralizada na capa, utiliza-se também o conceito de ancoragem das autoras HOFF e GABRIELLI (2004), a fim de compreender quais efeitos de sentido a imagem aliada à capa consegue produzir. Portanto, o foco da pesquisa é analisar questões que envolvem o imaginário social feminino, que é veiculado por uma mídia que, em sua proposta, prega o “bem-estar” da mulher em primeiro lugar, com o objetivo de estudar se há, de fato, novas abordagens sobre a beleza e o corpo feminino ou se a intencionalidade é mascarada pelo *ethos* das capas.

PALAVRAS-CHAVE: Semiologia. Imaginário sociodiscursivo. Mulher. Publicidade.

**A ORGANIZAÇÃO DO DISCURSO CONSTITUINTE
LITERÁRIO DE ELIANE BRUM**

Helena Simões MIRANDA (Pontifícia Universidade Católica - PUC/SP)
hsmiranda@gmail.com

Jarbas Vargas NASCIMENTO (Pontifícia Universidade Católica - PUC/SP)
jvnf1@yahoo.com.br

RESUMO: Em sua obra *A vida que ninguém vê*, Eliane Brum se debruça sobre a condição de pessoas socialmente marginalizadas, dando projeção a essa parcela da sociedade por meio de crônicas, que foram escritas enquanto trabalhava no jornal Zero Hora. Em vista disso, este artigo tematiza o discurso literário como discurso constituinte, conforme Maingueneau (2000, 2016) e propõe a inclusão, nesta categoria de discurso, de *O doce velhinho dos comerciais*, produzido por Brum, que selecionamos como *corpus*. Para fundamentar nossa análise, recorreremos à abordagem teórico-metodológica da Análise do Discurso de linha francesa, nas perspectivas de Maingueneau. Questionamos quais são as marcas discursivas próprias do discurso literário que se materializam no *corpus*. Examinamos a constituição do discurso literário e apresentamos os índices, que lhe conferem o estatuto de discurso constituinte e, em seguida, passamos à análise do discurso selecionado. Como resultado, encontramos no discurso de Brum um código linguageiro, que o caracteriza como literário, reiterado pela projeção da cenografia e pela constituição do *ethos* discursivo. Além disso, identificamos a paratopia como condição fundamental para a legitimação desse discurso como constituinte. Também obtivemos a categorização do discurso de Brum no gênero jornalismo literário e sua inclusão no discurso literário, fundamentando-nos nos recursos da Literatura dos quais o enunciador se vale em sua constituição. Houve, além disso, o reconhecimento da condição paratópica do *corpus*, que o legitima como discurso constituinte.

PALAVRAS-CHAVE: Análise do Discurso. Discursos Constituintes. Discurso Literário. Eliane Brum

APROXIMAÇÃO E DISTANCIAMENTO NO DISCURSO DAS INSTITUIÇÕES FINANCEIRAS NAS PROPAGANDAS EM REVISTAS: UM ESTUDO MULTIMODAL

Lucimar Regina Santana Rodrigues (USP-SP)

RESUMO: O objetivo deste trabalho é examinar a construção do discurso a partir da linguagem verbal e visual nas propagandas de instituições financeiras veiculadas em revistas dos anos 80, no Brasil. O presente estudo é um recorte de um projeto maior sobre as propagandas de instituições financeiras em revistas impressas do final do século XX e início do XXI, na perspectiva da multimodalidade. A análise é realizada a partir da seleção do léxico presente no discurso constante em duas propagandas do Banco Real, veiculadas na revista *Veja*. A propaganda tem o importante papel de persuadir, convencer e levar à ação pela palavra, em função disso, a linguagem da propaganda precisa ser atrativa e motivadora. O grande desafio dessa modalidade de linguagem é levar o consumidor a se interessar pela leitura e, por consequência, pelo produto, pelo serviço ou pela ideia propagada. A aproximação e distanciamento se constroem a partir da seleção do léxico e da interação, imprescindível, entre o enunciador e o coenunciador, posto que é da ativação dos conhecimentos partilhados que resulta uma negociação para construção dos sentidos. A construção de aproximação e distanciamento envolve, portanto, a colaboração entre os interlocutores, no caso das propagandas impressas, entre os anunciantes e os clientes dos serviços bancários – leitores de revistas. Os anunciantes trazem em seus discursos, escolhas verbais e visuais que remontam o discurso ideológico daquele momento histórico e social, por isso, o estudo do contexto contribuirá para a percepção da relação entre linguagem e marcas ideológicas. A década de 1980, em que estavam inseridas as duas propagandas selecionadas, foi marcada por grande evolução tecnológica no sistema bancário e trouxe alterações nas relações com o cliente que, em vez de ser atraído pela relação pessoal, passa a valorizar a comodidade, segurança, rapidez e conforto. A fundamentação teórica está centrada nos postulados da multimodalidade, de Kress e van Leeuwen (2006), discurso e contexto, de Van Dijk (2012, 2015) e nas perspectivas teóricas sobre linguagem da propaganda, de Sandmann (2012) e Maingueneau (2013), além dos estudos sobre construção da imagem nos discursos, de Amossy (2018).

PALAVRAS-CHAVE: Propaganda. Multimodalidade. Instituições Financeiras. Discurso e contexto.

**A “REAL BELEZA” NA PUBLICIDADE CONTEMPORÂNEA: DISCURSO
SOBRE A MULHER NA PERSPECTIVA DA ANÁLISE DE
DISCURSO PECHEUTIANA**

Marcia Rita dos Santos Sales
(Universidade Federal da Bahia)

RESUMO: Seguindo uma lógica de mercado, a cultura da mídia, ao elaborar discursos sobre a mulher, objetiva viabilizar a venda de produtos e serviços. Assim, a publicidade busca reproduzir experiências sociais com as quais seu público consumidor interage. Pode-se perceber que as campanhas criadas atualmente têm buscado associar novos conceitos aos benefícios propostos pelos produtos, em seus anúncios. Isso porque se acredita em uma identificação da mulher com representações do feminino que contemplem as diferenças e diversidades. Dando espaço a outra imagem da mulher, a mídia propõe quebrar estereótipos, apresentando uma figura feminina diferente das comumente vistas na propaganda. Esse discurso se caracteriza, principalmente, pela desaprovação de atitudes e comportamentos que discriminem grupos sociais minoritários. A criação de peças publicitárias tem seguido uma orientação que possibilite a inclusão simbólica de minorias sociais. A problemática apresentada aqui é justamente questionar se os parâmetros de beleza tão valorizados socialmente ainda não ecoam nas estratégias discursivas dessas propagandas. O estudo da linguagem, tomando sua importância no ato social de comunicação, é de grande relevância na formação de uma sociedade. Com base nesta consideração, este trabalho visa contribuir para a formação do leitor consciente e crítico diante dos meios de divulgação de produtos. Esta pesquisa pode também ensinar uma real compreensão dos fenômenos de comunicação de massa, num país em desenvolvimento, onde a propaganda é forte instrumento de consumo. Também responsável pela reprodução de determinados discursos que reproduzem estereótipos relacionados às minorias políticas, em especial às mulheres. Orientada à luz da Análise de discurso desenvolvida por Pêcheux, o objetivo desse trabalho é analisar o discurso sobre a mulher, sua “real beleza”, proposta pelas campanhas publicitárias de marcas de cosméticos, levando em consideração a memória discursiva historicamente marcada e determinada por posicionamentos ideológicos na propaganda. Levando-se em conta a Análise do Discurso, como disciplina de interpretação, a análise segue alguns procedimentos, deslocando-se de sua posição inicial para poder apreender os sentidos derivados dos enunciados. Considerando que a análise do discurso Pechetiana visa compreender como um objeto simbólico produz sentido, será adotado o procedimento de ir e vir constante entre teoria, consulta ao corpus e análise, a fim de perceber as formações discursivas explícitas ou implícitas nas propagandas analisadas.

PALAVRAS-CHAVE: Discurso. Propaganda. Mulher. Ideologia.

QUE SUJEITO É ESSE?

UMA ANÁLISE DE DISCURSOS MUDIÁTICOS EM TORNO DA VIDA SAUDÁVEL E DO CUIDADO DE SI VEICULADOS EM REVISTAS CONTEMPORÂNEAS

Raquel Duarte HADLER (Doutoranda em Análise do Discurso – IEL – UNICAMP)

quelhadler@gmail.com

RESUMO: Este trabalho parte de uma investigação sobre como os discursos midiáticos em torno da vida saudável afetam a constituição do sujeito contemporâneo. Para o desenvolvimento desta discussão, considerando que a personalidade individual é socialmente constituída (BAKHTIN, 1988), é necessário compreender o contexto sócio-histórico presente, marcado pela forte presença da mídia, influente dispositivo discursivo que medeia a lógica cultural capitalista nas diversas esferas do convívio social (GREGOLIN, 2008). Além da capacidade de reconceituar e metaforizar o que exhibe (CANCLINI, 2012), o que muitas vezes espetaculariza a vida (COSTA, 2004), a mídia contemporânea propicia a circulação excessiva de informação em curtos períodos de tempo, que são alguns dos aspectos que interferem o modo como o sujeito percebe a si mesmo e o mundo a sua volta (BIRMAN, 2014). Nesse contexto, movido cada vez mais por relações líquidas (BAUMAN, 1998), o descentramento do ‘sujeito cartesiano’ (HALL, 2006) mostra-se como parte deste cenário e instiga indagações sobre como o sujeito está se constituindo na contemporaneidade. Com o intuito de contribuir para tais indagações, proponho como recorte a análise de discursos em torno da vida saudável, tema muito difundido pelas diferentes mídias e que faz parte da gama diária de discursos que interpelam o sujeito, recorrente nas mais diversas narrativas que compõem a vida cotidiana. Esses discursos podem desencadear diferentes leituras, como o estímulo a práticas hedonistas, à inserção do sujeito em um estado de dominação, assim como ao cuidado de si na perspectiva de Foucault (1984), que argumenta que é através do exercício das práticas de si que o sujeito se constitui enquanto ente ativo, apto a praticar a liberdade individual de forma ética. Com o objetivo de buscar compreender de que modo estes discursos influenciam a atuação dos sujeitos contemporâneos, analiso alguns discursos veiculados nas revistas *Vida Simples*, *Bons Fluidos* e *Saúde*, que são revistas com relevância nacional, com presença na mídia impressa e digital, relacionadas às temáticas que envolvem a vida saudável e o cuidado de si, mas com enfoques distintos, de acordo com a linha editorial de cada uma. Os referenciais teóricos e metodológicos estão fundamentados na Análise do Discurso, principalmente a partir das contribuições de Pêcheux e Maingueneau, em diálogo com autores de outras áreas do saber que apresentam contribuições para compreender o funcionamento discursivo na constituição dos sujeitos contemporâneos.

PALAVRAS-CHAVE: Discursos midiáticos. Sujeitos contemporâneos. Vida saudável. Cuidado de si.

OS CRIMES DE ESTUPRO NA MÍDIA: DO SILENCIAMENTO AO DESCRÉDITO

Renata Nobre TOMÁS (UEA)
renata_tomas@yahoo.com.br

Lorena Maria Nobre TOMÁS (UEA)
lorena_nobre@yahoo.com.br

RESUMO: Este trabalho decorre de uma pesquisa cujo objetivo foi analisar as relações dialógicas presentes nos comentários *on-line* da *Folha de S.Paulo* a fim de investigar os posicionamentos dos leitores quanto aos atos e estados de violência praticados contra a mulher. Embora o conceito de violência empregado em nossa tese investigue os atos e estados de violência, para esta apresentação, delimitamos os comentários das notícias que abordam apenas atos, isto é, aqueles vinculados ao dano físico, mais especificamente as notícias que abordam denúncias de estupro. O objetivo desta apresentação é analisar como os leitores se posicionam em relação a notícias que relatam casos e/ou denúncias de estupro e, com isso, verificar como se manifestam quanto à violência praticada contra a mulher. Para tanto, selecionamos 28 comentários *on-line* postados em 4 notícias publicadas entre os meses de março e maio de 2017 do jornal *Folha de S.Paulo*. As notícias selecionadas são: 1) “Jane Fonda conta que foi estuprada e sofreu abuso quando criança”, com dois comentários; 2) “Segundo nas pesquisas, Bolsonaro é réu sob acusação de incitar estupro”, com quatro comentários; 3) “Líder filipino sugere que soldados que cometam estupros fiquem impunes”, com quatro comentários e 4) “‘Mulheres não ficarão caladas’, diz brasileira após abuso na Tailândia”, com dezoito comentários. Embasamo-nos nos estudos que tratam sobre atos e estados de violência/violência simbólica, dentre os quais Michaud (1989), Dias (2008) e Bourdieu (2016), na concepção dialógica da linguagem de Bakhtin (2015), nas reflexões sobre os discursos da mídia de Charaudeau (2009) e no conceito de silenciamento de Orlandi (1997). A presente pesquisa, cujo enfoque é a perspectiva discursiva, pretende contribuir com estudos sobre as diferentes modalidades de violência, mais especificamente a que se materializa pela linguagem e tem se naturalizado no espaço destinado à interação de leitores do jornalismo *on-line*. Com a análise do *corpus*, verificamos que, considerando o alto índice de estupros no país, há silenciamento dessa temática pela instância midiática e, quando há cobertura, as denúncias são desacreditadas de antemão pelos leitores. Isso comprova que os comentários têm sido um espaço de manifestação de estados de violência mesmo em casos de denúncias graves, como o de estupro.

PALAVRAS-CHAVE: Violência contra a mulher. Dialogismo. Silenciamento. Comentário *on-line*.

