**Disciplina:** Metologia da pesquisa

**Profª.** Raquel Bambirra

**Aluna:** Marina Santos Silva

**Orientadora:** Lílian Arão

**Projeto:** *Vida Simples*: O papel das emoções em um discurso jornalístico de autoajuda

1. **METODOLOGIA**

Esta dissertação se insere na linha II – Discurso, Mídia e Tecnologia – do Programa de Pós-Graduação em Estudos de Linguagens. Propomos, enquanto objetivo geral, uma investigação acerca dos recursos discursivos usados pela revista *Vida Simples* passíveis de gerar emotividade. Partimos da hipótese de que, por se tratar de uma revista temática e especializada sobre qualidade de vida na contemporaneidade, a referida publicação deverá apresentar um discurso de tom prescritivo e terapêutico, marcado por uma relação intimista e afetiva com os leitores.

Por pensarmos a revista em suas diferentes camadas modais – texto, ilustração, fotografia, diagramação – (RIBEIRO, 2013), vamos nos preocupar também com o tratamento gráfico/visual da publicação. Vale ponderar que embora o enfoque da pesquisa seja a revista enquanto produto, vamos estudá-la à luz das teorias da análise do discurso, portanto, sem negligenciar as condições de produção e circulação dos textos.

Nossa investigação se enquadra dentro de uma abordagem qualitativa do problema, pois não estamos preocupados em determinar a frequências de itens lexicais que poderiam desencadear o que aqui chamamos “efeitos patêmicos”, enfatizando a quantificação ou a descrição de dados numéricos e estatísticos. Afinal, de acordo com a análise do discurso, as palavras isoladas, em estado de dicionário, não desencadeiam emoções. Pelo contrário, investigaremos a importância de algumas estratégias discursivas na formação de um discurso de bem-estar e aconselhamento na revista, a partir de um olhar cuidadoso e crítico desses documentos, considerando as diferentes linguagens em seu contexto.

* 1. **Desenho**

A respeito do desenho da pesquisa, esta se insere na categoria documental. Podemos dizer que a pesquisa documental busca compreender a realidade social não em sua interação imediata, mas de forma indireta, por meio da análise dos diferentes documentos produzidos pelo homem. Em nosso caso, investigamos modos discursivos de apelo às emoções, exemplificados por meio de um recorte que privilegiará alguns exemplares recentes de *Vida Simples*, como veremos.

Entendemos por documento todas as realizações produzidas pelo homem que se mostram como indícios de sua ação e podem revelar suas ideias, opiniões e formas de atuar (BRAVO, 1991). Em meio à multiplicidade e à diversidade de materiais que podem se enquadrar dentro dessa definição, classificamos nosso documento enquanto “fonte de primeira mão”: aqueles que não receberam ainda tratamento analítico, como documentos oficiais, reportagens de jornais e revistas, cartas, diários, filmes, entre outros (GIL *apud* PRODANOV; FREITAS, 2013).

Vale esclarecer que, embora grande parte das pesquisas documentais se debruce sobre acervos e materiais antigos, fazer pesquisa documental não significa necessariamente promover uma investigação histórica do objeto. A pesquisa documental pode ser usada também para suscitar e investigar questões contemporâneas, o que é o nosso caso.

* 1. **Natureza**

Quanto à natureza, nossa pesquisa pode ser classificada como básica: objetiva gerar conhecimentos novos úteis, sem aplicação prática prevista, que envolvem verdades e interesses universais (PRODANOV; FREITAS, 2013). Nossa pesquisa é descritiva, isto é, observa, registra, ordena e analisa dados, sem manipulá-los. Não é nosso intuito formular algum tipo de intervenção sobre o fenômeno aqui investigado.

Nas pesquisas descritivas, os fatos são observados, registrados, analisados, classificados e interpretados, sem que o pesquisador interfira sobre eles, ou seja, os fenômenos do mundo físico e humano são estudados, mas não são manipulados pelo pesquisador. (PRODANOV, FREITAS, 2013, p. 52)

Outra característica marcante desse tipo de pesquisa é o uso padronizado de técnicas de coleta e análise de dados, como a observação sistemática do material, buscando estabelecer relações entre variáveis, e a análise de conteúdo, a qual faremos uso.

**1.3 Coleda de dados**

*Vida Simples* é uma revista de circulação mensal. Portanto, a coleta do material acompanhou esses ciclos. Foram adquiridas revistas desde junho de 2014 (ed. 145) até junho de 2015 (ed. 160), totalizando 13 exemplares.

Entretanto, durante o período da coleta houve uma importante mudança: a revista deixou de ser um produto da Editora Abril e passou para a Editora Caras, a partir de novembro do ano passado (ed. 152). Para anular quaisquer possibilidades de que essa troca interfira na proposta e no modo de apresentação da publicação aos seus leitores, afinal, são empresas de comunicação distintas que seguem diretrizes editoriais próprias, optamos por eliminar da análise os exemplares anteriores à edição 152. Ao final, o *corpus* se delimitou a oito exemplares (ed. 153, 154, 155, 156, 157, 158, 159 a 160).

Como esclarece Morais (1999), em pesquisas cuja metodologia é a análise de conteúdo, não existem limites lógicos para delimitar o contexto de análise, uma vez que “não é possível incluir todas as condições que coexistem, procedem ou sucedem a mensagem, no tempo e no espaço”. Nesse caso, a delimitação do contexto irá depender do pesquisador e dos objetivos propostos pela investigação. Em nossa pesquisa, consideramos que a quantidade (8 exemplares) é suficiente para observarmos recorrências e contrastarmos as edições em busca das estratégias discursivas que apelam à dimensão patêmica na publicação.

**1.4 Recorte**

Em termos da composição editorial de *Vida Simples*, optamos por analisar as seguintes partes ou seções:

1. Capa: por ser a “porta de entrada” da publicação, deve ser atrativa e seduzir os leitores para sua compra e consumo. Aqui ficam evidenciadas algumas das principais estratégias de dramatização no impresso, sinalizadas por Charaudeau (2006): a titulagem e o poder de evocação da imagem (p. 259-260). Para o analista do discurso, “o jogo de títulos produz um efeito de ofuscamento racional”. O pesquisador também afirma que interpretamos e sentimos as imagens através da maneira como elas são mostradas e através da nossa própria história individual e coletiva (p. 260). Segundo Eliseo Verón (2004), as modalidades de enunciação na capa são um fator crucial na construção do contrato de leitura do impresso: “A capa pode *mostrar* de um modo simultaneamente condensado e preciso a natureza do contrato, ou então, ser mais ou menos incoerente com este último” (p.221, grifos do autor). Acreditamos que a primeira página pode ser considerada uma síntese da identidade editorial de *Vida Simples*. Veremos também se os mesmos preceitos que orientam a capa se encontraram diluídos ao longo da publicação.
2. Carta ao leitor: é um espaço dentro da revista destinado a apresentação do conteúdo daquela edição, usado para oferecer alguma explicação ou comentário sobre o processo de fabricação daquele produto e, como o próprio nome já indica, para se reportar de forma mais direta ao público. Nessa seção, constrói-se um discurso de autorrepresentação e revelam-se aspectos interessantes sobre a processualidade e a identidade do veículo, segundo aponta Frederico Tavares (2013). De acordo com o jornalista e pesquisador, existe uma autorreferencialidade no e do processo produtivo textual – princípio que também é chamado por ele de *ethos pré-discursivo*, o que se mostraria de maneira explícita na carta ao leitor. Portanto, ao analisá-la, teremos fortes indícios da imagem que a revista constrói de si mesma, seu *ethos*, o modo pelo qual ela se apresenta e se legitima diante dos leitores (MAINGUENEAU, 2005).
3. Matérias de capa: é a matéria mais importante da edição, a qual a ilustração da capa se refere. É geralmente o conteúdo que dispõe de maior número de páginas. Por seu destaque e extensão, a matéria de capa merece atenção em nossa análise, devendo nos permitir constatar modos de organização textual (CHARAUDEAU, 2010) e desencadeadores linguísticos de *patemização* (PLANTIN, 2010). Acreditamos que as matérias de capa também nos permitirão observar, com maior profundidade, indícios sobre uma “enunciação pedagógica” (VERÓN, 2004, p.223). Segundo Verón, o enunciador pode se valer de jogos de linguagem para construir cumplicidade e interpelar diretamente ao seu destinatário, pré-ordenar o universo do discurso na intenção do leitor, guiá-lo, responder perguntas, explicar, informá-lo. “A presença ou a ausência de uma posição de enunciação pedagógica, é claro, não é só uma questão de linguagem, passa também pelos modos de tratamento da imagem” (VERÓN, 2004, p.229). Motivo pelo qual, novamente, reforçamos nosso intuito em estudar recursos verbais e não-verbais da revista.

**1.5 Análise dos dados**

Como já visto em nossa fundamentação teórica, Christian Plantin (2010) afirma que é possível “argumentar emoções”. Em outras palavras, um discurso pode ser orientado pelo locutor, por meio de dados linguísticos, em direção à expressão de um afeto e com o propósito de sensibilizar ou persuadir o interlocutor. Plantin reflete sobre uma técnica de análise que permita certa determinação das emoções ditas e o modo como os indícios linguísticos de emoção experenciada pelo sujeito atuam como marcadores de orientação emocional ou traços argumentativos emocionais – também chamados de patemas. Sobre os instrumentos retóricos do *pathos*, encontramos o seguinte quadro (Quadro 1) referenciado por Plantin, com os *Princípios da inferência emocional* de Ungerer (1995), o qual propõe uma teoria de indutores (desencadeadores) de emoção no texto jornalístico:

Quadro 1: PRINCÍPIOS DA INFERÊNCIA EMOCIONAL

|  |  |
| --- | --- |
| PRINCÍPIOS DA INFERÊNCIA EMOCIONAL | DESENCADEADORES LINGUÍSTICOS |
| 1. Princípios da relevância emocional  Princípio de proximidade: “nós vs eles”. Foco no que está próximo do leitor  Princípio da animação (princípio de “vida e morte”). Foco no que é perigo de vida ou geração de vida para a existência humana  Princípio da classificação ou numeração: Foco no que concerne a muitas e importantes pessoas | Dêiticos, termos de uso familiar, afetuosidade, formas de endereçamento  Vocabulário de “calamidades”: (homicídio, estupro, assalto, terremoto, vítimas, assassinato, ferimentos)  Numerais e outras expressões de quantidade, denominações |
| 2. Princípio da avaliação  Proporciona avaliações baseadas em normas da sua cultura | Advérbios de comentário, itens lexicais com conotações positivas/negativas |
| 3. Princípio da intensidade de apresentação: seja drástico | Uso de detalhes vividos e conexões metafóricas com domínios emocionalmente estabelecidos (Bíblia) |
| 4. Princípio do conteúdo emocional  Menção dos aspectos emocionais em eventos específicos | Termos de emoção descritiva (adjetivos, substantivos e verbos) |

Utilizaremos o quadro acima como importante ferramenta teórico-metodológica para criar as categorias de análise do texto e articularemos os desencadeadores linguísticos de emoção com os modos de organização do discurso, analisados por Charaudeau (2012), para quem todo ato de linguagem resulta de vários componentes linguísticos e situacionais. O teórico categoriza quatro maneiras de organizar a encenação discursiva (p. 75): a) enunciativo, b) descritivo, c) narrativo e d) argumentativo, mostrando como cada uma delas segue princípios, satisfaz certas funções e orienta determinados efeitos discursivos, como podemos ver (Quadro 2).

Quadro 2. MODOS DE ORGANIZAÇÃO DO DISCURSO

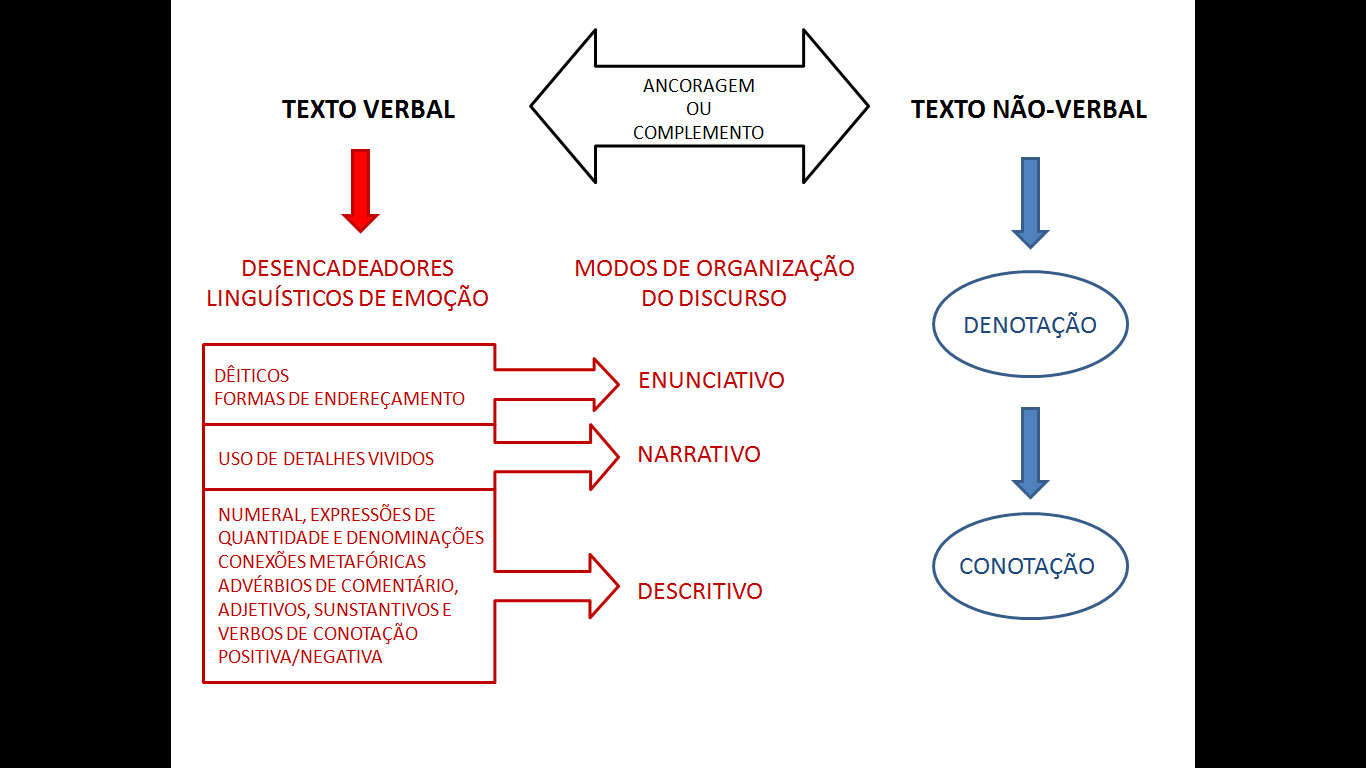
|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| MODO DE ORGANIZAÇÃO | FUNÇÃO DE BASE | PRINCÍPIO DE ORGANIZAÇÃO |
| ENUNCIATIVO | **Relação de influência**  (EU –> TU)  **Ponto de vista do sujeito**  (EU –> ELE)  **Retomada do que já foi dito**  (ELE) | * Posição em relação ao interlocutor * Posição em relação ao mundo * Posição em relação a outros discursos |
| DESCRITIVO | **Identificar e qualificar** seres de maneira objetiva/subjetiva | * Organização da construção descritiva   (Nomear-Localizar-Qualificar)   * Encenação descritiva |
| NARRATIVO | **Construir a sucessão das ações** de uma história no tempo, com a finalidade de fazer um relato | * Organização da lógica narrativa (actantes e processos) * Encenação narrativa |
| ARGUMENTATIVO | **Expor e provar casualidade** numa visada racionalizante para influenciar o interlocutor | * Organização lógica argumentativa * Encenação argumentativa |

Uma vez que investigamos um objeto multimodal, e é nosso intuito analisar tanto o conteúdo verbal quanto o não-verbal presentes na revista, optamos por combinar referenciais da semiótica à análise do discurso. Para a interpretação dos recursos icônicos, iremos nos apoiar em Roland Barthes (1990) e suas reflexões acerca de uma retórica da imagem. De acordo com o teórico, que desenvolveu estudos sobre a interpretação de imagens impressas em revistas e anúncios publicitários, os signos imagéticos são dotados de um primeiro sentido, o denotativo ou mensagem literal, relacionado a percepção simples e superficial, ao qual se soma um sentido segundo, o conotativo ou mensagem cultural, constituído por um sistema de códigos de natureza simbólica. É no segundo nível em que estaria ancorada a ideologia, não havendo nenhuma imagem isenta de conotação; em cada imagem há uma sobreposição de mensagens.

Barthes ainda afirma que a imagem pode estabelecer com o texto verbal tanto uma relação de redundância ou ancoragem, o que é mais comum, duplicando a mensagem, ou uma relação de complemento, ocorrendo acréscimo de informação. Em nossa análise atentaremos para os dois níveis simbólicos, observando como se dá essa dinâmica no processo de significação do discurso em *Vida Simples*.

Para sintetizar nossos referenciais de análise, reunindo as reflexões sobre patemização de Plantin, a sistematização sobre os modos de organização do discurso de Charaudeau e os estudos sobre a retórica da imagem em Barthes, criamos o seguinte modelo sobre os *Procedimentos discursivos para “argumentar” emoções* (Modelo 1):

Modelo 1. PROCEDIMENTOS DISCURSIVOS PARA “ARGUMENTAR” EMOÇÕES



Analisando o modelo, constata-se que não há uma articulação evidente entre os desencadeadores linguísticos e o modo de organização argumentativo. Segundo Charaudeau (2012), o modo argumentativo é mais difícil de ser tratado, uma vez que, diferente do narrativo e do descritivo, não se confronta com uma forma de realidade, visível e tangível (valendo ressaltar que ambos podem ser também bastante subjetivos, como veremos, e que o enunciativo atravessaria todos os outros).

O analista do discurso esclarece que “a argumentação não se limita a uma sequência de frases ou de proposições ligados por conectores lógicos” (p.203). Ao contrário, encontra-se frequentemente no que está implícito. Em nossa análise de *Vida Simples*, iremos considerar que todos os procedimentos presentes no modelo acima são cabíveis de “argumentar” emoções, tendo em vista que, para Charaudeau, a dimensão patêmica do discurso estaria relacionada à mobilização das emoções com fins persuasivos, sendo, portanto, uma questão de estratégia daquele que assume a palavra. As emoções, desse modo, estão ligadas a saberes de crença que se inscrevem em uma problemática da representação psicossocial (CHARAUDEAU, 2010). De fato, é preciso cautela, pois se trata apenas de *efeitos possíveis* (o leitor real pode não perceber ou compartilhar dessa dimensão patêmica do discurso). Mas as emoções serão aqui tratadas como estratégias discursivas com um efeito visado, nem sempre alcançado, porém nada ingênuo. Nesse sentido, *“*argumentar*”* joga luz sobre o caráter intencional e de encenação do discurso das emoções e das emoções no discurso.

É importante frisar que este modelo desenvolvido por nós para a pesquisa irá nos orientar no processo de categorização, descrição e interpretação do material em análise. Porém, como nos lembra Moraes (1999), em uma abordagem qualitativa, construtiva e heurística, as categorias de análise poderão ir emergindo ao longo do estudo, podendo haver alterações à medida que a investigação avança. Assim, confirmaremos a validade desse modelo quando selecionarmos e confrontarmos os dados de fato.

Por fim, é válido esclarecer que esse trabalho não terá a característica de síntese, isto é, não irá capturar e conter em si a estrutura essencial do objeto estudado. Mas ofereceremos, no lugar, um conhecimento esquemático que pode ser considerado alternativamente à sua observação direta, através do processo descritivo, da transcrição de excertos e da reprodução da página quando for necessário à compreensão da análise, especialmente ao que concerne aos aspectos visuais.

**Referências**

BARTHES, Roland. A retórica da imagem. In: **O óbvio e o obtuso**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira,1990.

BRAVO, R. S. **Técnicas de investigação social:** Teoria e ejercicios. 7 ed. Madrid: Paraninfo, 1991.

CHARAUDEAU, Patrick. A patemização na televisão como estratégia de autenticidade. In: MENDES, Emília; MACHADO, Ida Lúcia (orgs.). **As emoções no discurso.** Vol. II. Campinas, São Paulo: Mercado de Letras, 2010.

CHARAUDEAU, Patrick. **O discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2006.

FREITAS, Ernani Cesar; PRODANOV, Cleber Cristiano. **Metodologia do trabalho científico:** Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico**.** – 2. ed. **–** Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

MAINGUENEAU, Dominique. Ethos, cenografia, incorporação. In: AMOSSY, R. (org.) **Imagens de si no discurso:** a construção do ethos. Trad. Dilson Ferreira da Cruz, Fabiana Komesu e Sírio Possenti. São Paulo: Contexto, 2005, p. 69-92.

MORAES, Roque. **Análise de Conteúdo**. Revista Educação, Porto Alegre, v.22, n.37, p.7-32, 1999.

PLANTIN, Chritian. As razões das emoções. In: MENDES, Emília; MACHADO, Ida Lúcia (orgs.). **As emoções no discurso.** Vol. II. Campinas, São Paulo: Mercado de Letras, 2010.

RIBEIRO, Ana Elisa. **Multimodalidade e produção de textos:** questões para o letramento na atualidade. Revista Signo, Santa Cruz do Sul, v. 38, n. 64, p. 21-34, jan./jun. 2013.

TAVARES, F. Revista e identidade editorial: mutações e construções de si e de um mesmo. In: **A revista e seu jornalismo***.* TAVARES, Frederico; SCHWAAB, Reges (Orgs.). Porto Alebre: Penso, 2013.

VERÓN, Eliseo. Quando ler é fazer: a enunciação no discurso da imprensa escrita. In: VERÓN, Eliseo. **Fragmentos de um tecido**. Porto Alegre: Editora Unisinos, 2004, p. 215-238.