

**Disciplina:** Metodologia da pesquisa

**Professora**: Raquel Bambirra

**Aluna:** Marina Santos Silva

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

**Orientadora:** Lílian Arão

**OFICINA 2**

**Coleta de dados e recorte**

Como já dito, *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. 159), 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 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.

Portanto, ao final, o *corpus* se delimitou a oito exemplares (ed. 153 a 160). Consideramos que a quantidade é suficiente para observarmos recorrências e contrastarmos as edições em busca das estratégias discursivas que apelam à dimensão patêmica na publicação.

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. Para o analista do discurso, “o jogo de títulos produz um efeito de ofuscamento racional” (p.259). 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. Nesse sentido, “a imagem é, ao mesmo tempo, um testemunho da realidade em difração e um espelho de nós mesmos. Seria melhor dizer: um testemunho em difração porque espelho de nós mesmos” (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 capa pode ser considerada uma síntese da identidade editorial de *Vida Simples*, onde se manifestam importantes estratégias de persuasão da revista. Veremos também se os mesmos preceitos que orientam a primeira página se encontraram diluídos ao longo da revista.
2. Sumário: seção que mostra a composição editorial da revista, indicando o conteúdo daquele mês e suas páginas. Em *Vida Simples*, é acrescido também de uma foto sobre alguma das matérias daquela edição. O sumário nos possibilitará uma análise dessa fotografia, além de nos ajudar a delimitar certo campo semântico, dando diretrizes sobre as temáticas e os tratamentos dados a elas pela revista.
3. 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 uma forma mais direta ao público. Nesse sentido, a carta ao leitor ou editorial constrói um discurso de autorrepresentação e revela 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. Ao analisar essa seção, 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).
4. 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 recorrências semânticas, modos de organização textual e desencadeadores linguísticos de *patemização*. Acreditamos que as matérias de capa também deixaram fortes 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 traços verbais e não-verbais, índices linguísticos e paralinguísticos da revista.

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**

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

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.

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.