

A SEMIOLINGUÍSTICA APLICADA A UMA NOTÍCIA: O CASO DO PADRE ROBSON E A ASSOCIAÇÃO FILHOS DO PAI ETERNO

SEMIOLINGUISTICS APPLIED TO A NEWS STORY: THE CASE OF PRIEST ROBSON AND THE SONS OF THE ETERNAL FATHER ASSOCIATION

Max Silva da Rocha¹

Universidade Federal de Alagoas - UFAL. Universidade Estadual de Alagoas - UNEAL.

Louise da Silva Torres²

Universidade Estadual de Alagoas (UNEAL)

João Benvindo de Moura³

Universidade Federal do Piauí - UFPI

RESUMO

Este trabalho objetiva analisar o ato de linguagem presente em uma notícia, veiculada no *site* G1, pertencente às Organizações Globo. A notícia selecionada tem como assunto a investigação sobre os possíveis desvios milionários da Associação Filhos do Pai Eterno (AFIPE), liderada pelo padre Robson de Oliveira Pereira, com sede em Trindade, na Região Metropolitana de Goiânia. A partir do arcabouço teórico-metodológico da Teoria Semiolingüística, estudamos de que maneira o ato de linguagem, com as categorias do quadro comunicacional, do contrato de comunicação e das estratégias discursivas do sujeito enunciator, produzem possíveis interpretativos sobre o conteúdo publicizado em um dos maiores *sites* de notícias do Brasil acerca de uma questão polêmica, envolvendo um dos mais famosos padres brasileiros. A partir de uma investigação qualitativa, descritiva e interpretativista, foi possível compreender, durante as análises realizadas nos cinco atos de linguagem, as artimanhas discursivas e argumentativas presentes na notícia em tela, razão por que apresenta posicionamentos do jornalista como sujeito comunicante e enunciator, mas também e, principalmente, das Organizações Globo, também enquanto sujeito comunicante do referido ato de linguagem, reverberando diferentes efeitos de sentido para o sujeito interpretante que poderá ou não aderir à proposta apresentada ao assentimento.

PALAVRAS-CHAVE: Discurso. Gênero notícia. Semiolingüística.

ABSTRACT: This paper aims to analyze the act of language present in a news story on the G1 website, belonging to Globo Organizations. The selected news has as subject the investigation about the possible millionaire embezzlement of the Associação Filhos do Pai Eterno (AFIPE), led by priest Robson de Oliveira Pereira, based in Trindade, in the Metropolitan Region of Goiânia. From the theoretical and methodological framework of the Semiolingüistic Theory, we studied how the language act, with the categories of the communicational framework, the communication contract and the discursive strategies of the enunciating subject, produce possible interpretations about the content published in one of the largest news sites in Brazil about a controversial issue involving one of the most famous Brazilian priests. From a qualitative, descriptive and interpretativist research, it was

¹ Endereço eletrônico: msrletras@gmail.com

² Endereço eletrônico: louise@alunos.uneal.edu.br

³ Endereço eletrônico: jbenvido@ufpi.edu.br

possible to understand, during the analysis performed on the five language acts, the discursive and argumentative tricks present in the news in screen, reason why it presents the journalist's positions as communicating and enunciating subject, but also and, mainly, of Globo Organizations, also as communicating subject of the referred language act, reverberating different effects of meaning for the interpreting subject that may or may not adhere to the proposal presented to the assent.

KEYWORDS: Discourse. News Genre. Semiolinguistics.

Considerações iniciais

Este trabalho está inserido no escopo dos estudos em Semiolinguística e tem como principal objetivo analisar o ato de linguagem presente em uma notícia, veiculada no *site* G1, pertencente às Organizações Globo. Diante disso, a notícia que selecionamos para este trabalho tem como temática principal a investigação que foi realizada sobre os possíveis desvios milionários efetuados na Associação Filhos do Pai Eterno (AFIPE), entidade liderada pelo padre Robson de Oliveira Pereira, com sede em Trindade, na Região Metropolitana de Goiânia, estado de Goiás. A escolha desse material se deu pela importância do conteúdo para a sociedade, sobretudo, os fiéis católicos, pelo fato de analisar de que maneira se dá a construção de sentidos acerca de uma notícia sobre um padre de grande visibilidade midiática por meio da qual influencia as decisões do auditório; e partir da necessidade de compreender como os sujeitos agem estrategicamente com o objetivo de moldar a opinião pública.

A partir do arcabouço teórico-metodológico e analítico da teoria Semiolinguística de Análise do Discurso, fundada pelo célebre linguista Patrick Charaudeau em 1983, na França, buscamos estudar de que modo está organizado o ato de linguagem em uma notícia. Para a concretização deste estudo, tomamos algumas categorias imprescindíveis da teoria Semiolinguística, como o quadro comunicacional, o contrato de comunicação, as estratégias discursivas. Por meio desses dispositivos, foi possível compreender de que maneira as artimanhas discursivas estão manifestadas no gênero em destaque.

Certamente, o objetivo desses elementos postos no discurso é criar efeitos de sentido e fazer com que os leitores possam ser conduzidos a acreditar no que é veiculado pela mídia destacada. O sujeito destinatário é o alvo da notícia e se constitui como a instância de recepção, por meio da qual um sujeito comunicante visa conduzir a interpretação que deseja. Assim, o leitor passa a agir de forma programada e é influenciado pela forma de ver as informações por meio de um ponto de vista dos sujeitos (comunicante e enunciador), sobremaneira o comunicante, que é o produtor da notícia.

Assim sendo, um sujeito comunicante se dirige a um sujeito destinatário e produz possíveis interpretativos sobre o conteúdo publicizado em um dos maiores *sites* de notícias deste país acerca de uma questão polêmica, envolvendo um dos mais famosos padres brasileiros da Igreja Católica Apostólica Romana do Brasil. Ademais, a partir de uma investigação qualitativa, descritiva e interpretativista, desvelamos, nos cinco⁴ atos de linguagem analisados, as possíveis artimanhas discursivas e argumentativas⁵ presentes na notícia em tela.

Vimos que a notícia em estudo apresenta posicionamentos ideológicos do jornalista como sujeito comunicante e enunciador, mas também e, principalmente, das Organizações Globo, também enquanto sujeito comunicante do referido ato de linguagem, reverberando, dessa maneira, diferentes efeitos de sentido para o sujeito interpretante que poderá ou não aderir à proposta que a ele for dirigida. Por meio da teoria Semiolinguística, é possível mostrar a importância de uma leitura crítica e questionadora dos discursos e não se deixar levar de forma automática e programada pelo discurso midiático, o qual reverbera escolhas ideológicas e relações de poder, podendo arrebatar as mentes do auditório.

Ademais, além das considerações iniciais e finais, este trabalho está dividido em seis seções assim delineadas: na primeira, pontuamos a definição e algumas características históricas da teoria Semiolinguística do discurso; na segunda, teorizamos acerca do ato de linguagem a partir do quadro comunicacional e de cada elemento interno e externo que compõe o quadro; na terceira, apresentamos o contrato de comunicação com os seus componentes e princípios; na quarta, discorremos sobre as estratégias discursivas, conceituando e especificando cada uma delas; na quinta, tecemos considerações sobre o discurso midiático, enfatizando as finalidades desse tipo de discurso; na sexta, mostramos as análises dos cinco atos de linguagem que foram selecionados para este trabalho.

Cada etapa aqui apresentada foi seguida com o fito de analisar de que maneira elementos discursivos e argumentativos estão postos em uma notícia, conferindo-lhe um lugar de sentidos que, em muitos casos, tem o objetivo de manipular a opinião pública e condicioná-la ao pensamento do sujeito comunicante a partir do contrato midiático. Este

⁴ Seguimos a tipologia de Machado (2019), ao abordar os macro e os micro atos de linguagem. Por isso, afirmamos que, em uma mesma notícia, temos mais de um ato de linguagem.

⁵ De acordo com Morais (2019, p. 34), “ao tentar persuadir ou convencer alguém o retor realiza uma ação por meio da palavra, o que coaduna numa linguagem potencialmente argumentativa, no sentido de levar alguém a crer no que é dito”. E no entendimento de Moura (2020, p. 49), “a partir do momento em que argumentamos acerca de um objeto do mundo, estamos tentando influenciar alguém, buscando inseri-lo em um quadro específico de crenças e convicções”. Por isso, a argumentação é uma perspectiva sobremaneira importante neste trabalho haja vista as tentativas de convencimento e persuasão por meio do discurso.

trabalho se torna importante, uma vez que se junta a outros estudos, a exemplo de Moura (2020), Feres, Ribeiro e Monnerat (2021), que se debruçam sobre as estratégias discursivas implicadas nos gêneros de linha midiática cuja finalidade é domesticar a opinião daqueles que não conseguem enxergar o intrincado das falas. Por meio da análise Semiolinguística, aquilo que está escondido há de aparecer no fio do discurso.

Acerca da teoria Semiolinguística

A Semiolinguística é uma teoria de Análise do Discurso e filia-se a um campo de estudos que versa sobre fenômenos languageiros presentes em diferentes instâncias enunciativas, produzidos por determinados sujeitos sociais em dado contexto. Segundo Machado (2019), o discurso, em Semiolinguística, se realiza por meio de sujeitos languageiros que possuem pelo menos duas identidades, uma sociológica ou psicossocial e outra que resulta das peculiaridades do próprio discurso. Assim, podemos afirmar que o sujeito possui duas identidades: uma social e outra discursiva e ambas precisam ser consideradas durante a análise semiolinguística, sobretudo quando o objetivo é compreender os possíveis interpretativos que aparecem mediante o discurso de um sujeito enunciador que pode se manifestar via diferentes semioses (verbal, visual, verbo-visual, verbo-sonoros, verbo-voco-visuais), conforme destaca Feres (2021).

Nesse sentido, a teoria que nos propomos estudar é a Semiolinguística, surgida na França, na década de 1980, e que resulta dos estudos do linguista Patrick Charaudeau, professor Emérito da Universidade de Paris XIII. Essa recente teoria do discurso toma como objeto de estudo o fenômeno languageiro como resultado de uma dupla dimensão: explícita e implícita. O próprio Charaudeau (2005) nos diz quais foram as motivações da denominação de sua teoria. A primeira parte é “*semio*” e diz respeito à construção de significado por meio da relação entre forma e sentido, em que um sujeito age discursivamente com um projeto de fala; a segunda, “*linguística*”, que concerne às línguas naturais, as quais correspondem ao material que manifesta o sentido, e, desse modo, semiotizam o mundo por meio dos processos de transformação e transação, responsáveis por imprimir os interpretativos.

Com esse pensamento embasado no citado autor, é importante destacar que a teoria Semiolinguística, sobretudo a praticada no Brasil, sofreu adaptações e foi ampliada por pesquisadores brasileiros vinculados a diferentes grupos de pesquisa e instituições de ensino

superior, a exemplo da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG)⁶, Universidade Federal Fluminense (UFF)⁷, Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ)⁸, Universidade Federal do Piauí (UFPI)⁹, entre outras. Por isso, não é possível falar em uma teoria puramente francesa, uma vez que as contribuições de estudos brasileiros são expressivas, o que ratifica a ideia de termos uma teoria tropicalizada, como assevera o estudo de Machado (2019). A nosso ver, a Teoria Semiolinguística encontrou, aqui no Brasil, um terreno fértil para a sua estabilização e ampliação das bases epistemológicas dessa linha de estudos discursivos.

Segundo observa Corrêa-Rosado (2014), a teoria em destaque possui um grande instrumental e potencial de análise dos mais diversos discursos: publicitário, literário, político, midiático, religioso, dentre outros. Neste trabalho, o nosso foco é o discurso midiático, veiculado em um *site* de notícias (G1), a fim de compreender de que maneira o ato de linguagem está encenado nesse objeto específico. Outras questões podem surgir como, por exemplo, as imagens de si (*ethos*), os efeitos passionais (*pathos*), o uso de argumentos (*logos*). Desvelar os sentidos atribuídos aos fenômenos que semiotizam o mundo é uma probabilidade para que possamos compreender os possíveis interpretativos postos no discurso, neste caso, em uma notícia da esfera jornalística. Assim sendo, é imprescindível adentrar nas especificidades do ato de linguagem, considerado um dos pilares da teoria charaudiana.

As instâncias do ato de linguagem: espaços do fazer e do dizer

Em Charaudeau (2019a), vemos que o ato de linguagem resulta de dois espaços específicos: o primeiro chamado de espaço do fazer, em que temos os sujeitos reais, seres sociais; e o segundo, o espaço do dizer, em que se encontram os sujeitos de fala, seres do discurso. Nesse sentido, “o ato de linguagem não deve ser concebido como um ato de comunicação resultante da simples produção de uma mensagem que um Emissor envia a um Receptor” (CHARAUDEAU, 2019a, p. 44). Em virtude disso, o ato de linguagem repousa em um princípio dialético, interacional entre sujeitos que, a todo instante, negociam sentidos por meio de dois processos: produção e interpretação. O primeiro é realizado por um EU e dirigido a um TU; o segundo, criado por um TU que constrói uma imagem do EU. Como destaca Charaudeau (2019a), o ato de linguagem é uma instância de caráter interrenunciativo.

⁶ Núcleo de Análise do Discurso (Nad).

⁷ Grupo de Pesquisa em Semiolinguística: Leitura, Fruição e Ensino (GPS-LeiFEn).

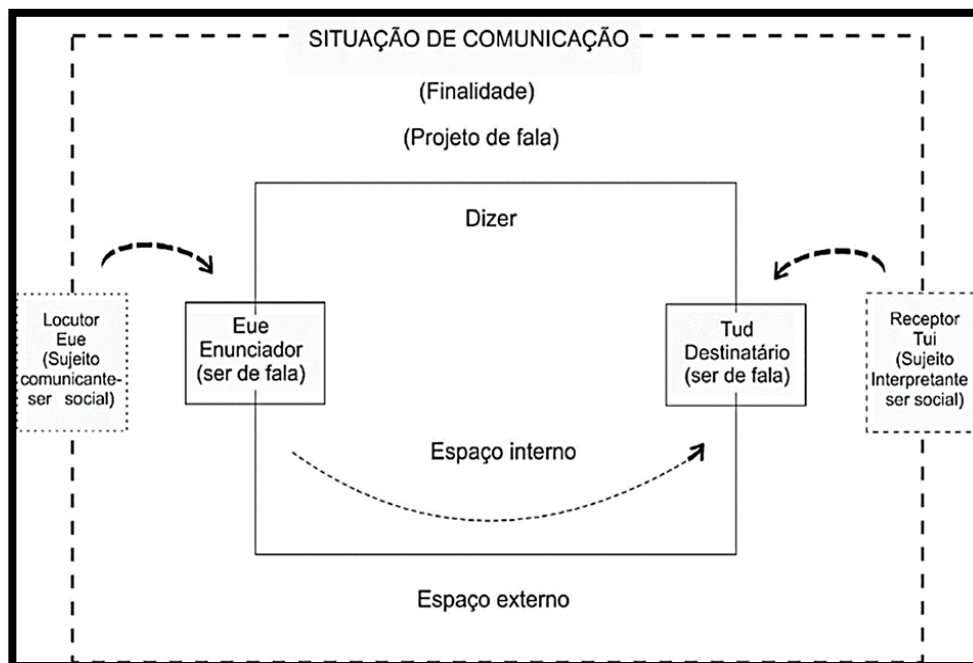
⁸ Círculo Interdisciplinar de Análise do Discurso (CIAD).

⁹ Núcleo de Estudos e Pesquisas em Análise do Discurso (NEPAD).

Endossando mais ainda essa questão, Moura (2020) enfatiza que o espaço do fazer é constituído pelo sujeito comunicante (EUc) e pelo sujeito interpretante (TUi), e que ambos são responsáveis pela produção do ato de linguagem e se constituem como seres comuns, reais, psicossociais; já no espaço do dizer, o autor explica que se encontram sujeitos de fala, ou seja, seres reais que se revestem de uma identidade discursiva: o sujeito enunciador (EUe) e o sujeito destinatário (TUd). Portanto, podemos dizer que existe uma relação contratual entre o fazer e o dizer nas instâncias enunciativas do ato de linguagem. Com efeito, podemos considerar que “toda essa encenação, da qual participam vários sujeitos, não se dá aleatoriamente. Pelo contrário, necessita de regras para que cada um exerça o seu papel de modo satisfatório tornando bem sucedidas as estratégias argumentativas” (MOURA, 2020, p. 35).

Como vimos, nesses dois espaços estão inseridos, ao menos, os quatros sujeitos do discurso, os sujeitos de fala (sujeito enunciador e sujeito destinatário) e os sujeitos agentes (sujeito comunicante e sujeito interpretante). Logo, “o ato de linguagem torna-se então um ato *interenunciativo* entre *quatro sujeitos* (e não 2), lugar de encontro imaginário de dois universos de discurso que não são idênticos” (CHARAUDEAU, 2019a, p. 45, grifos do autor). Assim, o ato de linguagem se concretiza mediante dois processos (produção e interpretação), nos quais cada sujeito (comunicante e interpretante) é responsável por um desses processos. Para que seja possível compreender de maneira mais consistente o ato de linguagem, vejamos a seguir o quadro comunicacional formulado por Charaudeau (2019a), para representar os componentes do fenômeno languageiro (situação de comunicação, os espaços interno e externo, e os quatro sujeitos: comunicante, enunciador, destinatário e interpretante):

Figura 1 – Quadro comunicacional



Fonte: Charaudeau (2019a, p. 52).

Esse esquema formulado por Charaudeau (2019a) corresponde ao núcleo da teoria Semiolinguística, uma vez que apresenta, de modo sistemático, de que maneira ocorre uma situação de comunicação. Esta, por sua vez, é considerada como todo o acontecimento discursivo que circunscreve um determinado ato de linguagem. Em seguida, um dos principais (talvez, o primeiro) aspecto a ser observado é a categoria das circunstâncias de discurso, pois ela revela o ambiente material em que se dá um determinado evento comunicativo. Para Charaudeau (2019a, p. 32), as circunstâncias de discurso acoplam todo o escopo extralinguístico do ato de linguagem e podem ser definidas como “o conjunto dos saberes supostos que circulam entre os protagonistas do ato de linguagem”. Esses saberes se inserem em saberes supostos acerca do mundo por intermédio de práticas sociais partilhadas e saberes supostos sobre pontos de vista comuns entre os protagonistas do ato de linguagem.

Prosseguindo com os elementos que compõem o quadro de comunicação, temos o espaço externo, ou seja, o espaço real, onde estão inseridas a cultura, a sociedade, a política e onde também se encontram os sujeitos reais, psicossociais, chamados de sujeitos parceiros (sujeito comunicante – EUc e o sujeito interpretante – TUi), que são testemunhas do real. De acordo com Charaudeau (2019a), esse espaço é o contexto de produção do discurso, ou seja, local em que se tem acontecimentos políticos, crises na sociedade, eventos importantes que irão contextualizar o ato de linguagem no momento em que ele foi produzido. Ainda nesse

âmbito externo, temos os sujeitos comunicante e interpretante, os quais precisam ser explicados.

O sujeito comunicante (EUC) é quem projeta a imagem do sujeito enunciador (EUE) e inicia o processo de produção discursiva, se unindo ao sujeito interpretante (TUI) e ao sujeito destinatário (TUD). Não podemos esquecer que o EUC é um ser real, que se encontra no espaço externo e que é testemunha de um real e que possui uma identidade social. Para Charaudeau (2019a), o sujeito comunicante é um sujeito pertencente ao real, mas um real que entra na esfera discursiva e que será o responsável por introduzir o processo de produção que existe pelas circunstâncias de discurso específicas ao ato enunciativo.

O sujeito interpretante (TUI) é o responsável pelo processo de interpretação das informações que são produzidas pelo sujeito enunciador (EUE), ele age independente do EU, visto que o TUI apenas estará sobre o domínio do EU se ele se identificar como o TUD. Não acontecendo isso, ele depende apenas dele próprio para se instituir. “O TUI só depende dele mesmo e se institui no instante exato em que opera um processo de interpretação” (CHARAUDEAU, 2019a, p. 46). Quando analisamos os sujeitos de um ato de linguagem, podemos notar que o TUI será composto por todas as pessoas que tiveram acesso ou que, de alguma forma, estejam envolvidas no discurso proferido por um EUC.

Segundo Charaudeau (2019a), o espaço interno é o espaço do discurso, do texto, da fala e onde ocorre a troca languageira. Aqui nesse espaço encontram-se os sujeitos de fala, também chamados de protagonistas (sujeito enunciador – EUE e o sujeito destinatário – TUD), que participam do processo de produção e são seres que existem no e pelo discurso. Eles transformam o real em discurso e se apresentam como os responsáveis por efetivarem o processo enunciativo, engendrando diferentes efeitos de sentido.

O sujeito enunciador (EUE) é uma imagem criada pelo EUC, visando, em última instância, interpelar o TUD. É importante acrescentar que EUE e EUC não estabelecem uma relação de transparência, uma vez que o EUC pode, em dadas situações, mascarar suas reais intenções por meio do EUE. Como diz Charaudeau (2019a, p. 49, grifos do autor), “o EUE é apenas *uma máscara de discurso usada por EUC*”. Não deixemos de lembrar que o EUE é um sujeito de fala pertencente ao espaço interno, o espaço do dizer, por isso dizemos que o EUE é quem irá produzir os efeitos de discurso na tentativa de interpelar o TUI.

O sujeito destinatário (TUD) é classificado como “o interlocutor fabricado pelo EU como destinatário ideal, adequado ao seu ato de enunciação” (CHARAUDEAU, 2019a, p. 45). Diferentemente do TUI, o TUD é o público idealizado pelo EUE, o público que o EUE

pretende atingir com o seu discurso, ou seja, são aqueles que o EUE tentará convencer e persuadir por meio do discurso, a fim de que ocorra uma tomada de atitude por parte do auditório idealizado. Enquanto o TUi se institui por ele próprio, o TUD é dependente do EU para se instituir, sendo assim, ele também faz parte desse processo discursivo e é peça fundamental na encenação languageira. Diante disso, entendemos que o TUD sempre estará presente no ato de linguagem, seja explícita ou implicitamente, pois todo discurso almeja influenciar.

Contrato de comunicação

O contrato de comunicação é uma das principais categorias da teoria Semiolinguística e diz respeito a um acordo estabelecido previamente entre os sujeitos participantes do ato de linguagem. Tais sujeitos pertencem a uma mesma comunidade social, por isso partilham de um mesmo saber e/ou conhecimento em comum. Isso é necessário para que haja a relação contratual, pois caso os sujeitos não se reconheçam e não partilhem dos mesmos saberes, certamente haverá uma ruptura e o ato de linguagem não logrará o êxito esperado. Logo, a noção de contrato comunicacional sugere que os sujeitos, inscritos em um mesmo contexto de práticas sociais, estejam abertos a chegarem a um acordo acerca das manifestações sociolinguageiras de tais práticas. “Em decorrência disso, o sujeito comunicante sempre pode supor que o outro possui uma competência languageira de reconhecimento análoga à sua. Nesta perspectiva, o ato de linguagem torna-se uma proposição que o EU faz ao TU e da qual ele espera uma contrapartida de conviência” (CHARAUDEAU, 2019a, p. 56).

Essa relação contratual ora apresentada impõe restrições específicas e elas indicarão aos sujeitos o que é permitido ou não no contexto enunciativo imediato. Na verdade, se trata de um estatuto sociolinguageiro, firmado entre os sujeitos que partilham de um mesmo saber social e que são responsáveis pelas circunstâncias de discurso e de interpretação. Ainda segundo Charaudeau (2019a, p. 60), o contrato de comunicação se apresenta “[...] constituído pelo conjunto das restrições que codificam as práticas sociolinguageiras, lembrando que tais restrições resultam das condições de produção e de interpretação (Circunstâncias de Discurso) do ato de linguagem”. Todo contrato, geralmente, apresenta restrições que são responsáveis por estabelecer o que é ou não permitido nessa espécie de acordo.

Charaudeau (2001) institui quatro componentes do contrato: a) finalidade, b) identidade dos participantes, c) propósito e d) circunstâncias materiais. É preciso ver cada um deles detalhadamente. O primeiro ocorre quando tratamos da finalidade de um ato de

linguagem, ou seja, quando estamos querendo entender com que objetivo o ato foi produzido e qual a mensagem transmitida por meio dele. O segundo componente contempla a identidade dos sujeitos participantes da troca linguageira, como, por exemplo, quem são os sujeitos, quais *status* sociais ocupam, o que almejam. São questões como essas que contribuirão com o entendimento de determinado ato enunciativo.

O terceiro refere-se ao propósito e aborda um conhecimento prévio que se tem sobre determinado tema que se propõe a tratar no ato de linguagem, pois quando o sujeito toma a palavra certamente ele já tem algum planejamento sobre o que irá falar, logo, tem um conhecimento específico sobre o assunto, pois ninguém fala por falar. O quarto diz respeito às circunstâncias materiais e refere-se ao meio pelo qual o ato de linguagem se realiza, se é por meio da oralidade ou texto escrito, se os participantes estão presentes fisicamente ou se a troca linguageira ocorre de forma virtual, se os participantes se veem, mas não estão presentes no mesmo espaço físico, se havia apenas um participante ou vários.

Segundo Corrêa-Rosado (2014), a finalidade, a identidade dos participantes e o propósito são os meios pelos quais os sujeitos da troca linguageira irão se reconhecer, a partir do momento em que os participantes se identificam com o objetivo a que o ato foi produzido, com a identidade do outro participante e com o assunto que está sendo tratado pelo ato de linguagem, eles vão estabelecer ligações que fundamentam o contrato comunicacional. Portanto, conforme o autor, essa ideia sobre contrato implica “condições como a existência de dois sujeitos em relação de intersubjetividade, de convenções, normas e acordos que regulam a troca linguageira e de saberes partilhados, que compõem as circunstâncias de produção e interpretação do discurso” (CORRÊA-ROSADO, 2014, p. 14).

Além dos componentes do contrato que acabamos de ver, temos, segundo postula Charaudeau (2005), os princípios contratuais que são indissociáveis e que colaboram para as condições de comunicação. São eles: a) princípio de alteridade, b) princípio de pertinência, c) princípio de influência, e d) princípio de regulação. É importante discorrer sobre cada um deles e mostrar a importância para o estabelecimento da relação contratual.

O princípio de alteridade, também chamado de princípio de interação, se caracteriza pela troca linguageira entre os sujeitos do ato de linguagem. Na alteridade ocorre a alternância de papéis comunicativos, isto é, o reconhecimento do outro enquanto sujeito interpretante. Nesse sentido, os sujeitos se reconhecem por meio das semelhanças, mas também das diferenças. Embora estejam dispostos a manter a troca linguageira, o processo não é simétrico. Segundo Charaudeau (2005), os sujeitos são semelhantes porque compartilham de

saberes comuns e se identificam pela diferença, pois é ela que vai fazer com que eles assumam papéis diferentes, um assumindo o papel de sujeito emissor-produtor (sujeito comunicante) e o outro no papel de sujeito receptor-interpretante (sujeito interpretante).

O princípio de pertinência concerne ao compartilhamento de saberes entre os sujeitos do ato de linguagem. É necessário que eles se identifiquem com o que for apresentado por intermédio do discurso e é preciso reconhecer se o ato de linguagem tem relevância, se é algo importante, visto que, quando se projeta um determinado discurso, procura-se envolver aqueles que participam da encenação linguageira. Só há pertinência em um ato de linguagem se o sujeito comunicante (EUc) e o sujeito destinatário (TUd) estiverem engajados interacionalmente em todo o processo, como bem explica o linguista francês Charaudeau (2005).

O princípio de influência refere-se às intencionalidades, pois, geralmente, quando se produz um ato de linguagem, ele apresenta efeitos de persuasão, sedução, emoção, com o objetivo de influenciar o parceiro e, de alguma forma, interpelar o outro, levando-o a agir. Como lembra Corrêa-Rosado (2014, p. 7), “o sujeito produtor do ato de linguagem, através de sua encenação discursiva, quer atingir seu parceiro seja para fazê-lo agir, seja para emocioná-lo, seja para orientar seu pensamento”. Assim, infere-se que o ato de linguagem não é neutro ou inocente, mas almeja suscitar emoções no sujeito interpretante, buscando conquistar a sua adesão ao assentimento de uma proposta apresentada.

O princípio de regulação corresponde à maneira com que o sujeito comunicante (EUc) organiza seu discurso de forma que consiga manter o engajamento dos parceiros da comunicação. Este princípio está totalmente ligado ao de influência, uma vez que visa manter a interação do ato de linguagem até atingir a intencionalidade almejada. Segundo Moura (2020), o princípio de regulação trata das condições necessárias tanto para desenvolver o contrato de comunicação, quanto para desenvolver a troca linguageira entre os sujeitos. Em virtude disso, é imprescindível criar meios para captar a atenção do outro e garantir que o ato de linguagem possa cumprir sua missão: transmitir informações com finalidades específicas.

Endossando mais ainda esse pensamento, Charaudeau (2005) advoga que, a fim de evitar o confronto físico durante a interação e para que não ocorra uma ruptura da fala, “os parceiros procedem à « regulação » do jogo de influências. Para isso, eles recorrem a estratégias no interior de um quadro situacional que assegure uma intercompreensão mínima, sem a qual a troca não é efetiva” (CHARAUDEAU, 2005, p. 3). Assumimos que essa ideia de

regulação postulada pelo autor assemelha-se ao acordo argumentativo¹⁰ da Retórica e até mesmo à negociação da Linguística Textual em que é imprescindível a interação. O mais importante é estabelecer uma situação de comunicação que se mantenha dialógica.

Esses princípios (alteridade, pertinência, influência e regulação) que acabamos de ver representam o processo de transação por meio do qual o sujeito comunicante apresenta ao sujeito interpretante as informações acerca de um mundo significado. Monnerat (2021) afirma que esses princípios representam a base do contrato comunicativo estabelecido entre os sujeitos comunicante e interpretante. Além desses quatro procedimentos, existem as estratégias discursivas que o sujeito se utiliza, a fim de lograr êxito durante o ato de linguagem. Provavelmente, os atos de linguagem que apresentarem tais estratégias discursivas conseguirão alcançar seu objetivo sociocomunicativo com maior eficácia.

As estratégias discursivas

As estratégias discursivas são recursos que o sujeito comunicante utiliza para influenciar o sujeito interpretante. Charaudeau (2009) afirma que essas estratégias pertencem ao nível discursivo do ato de linguagem e definem a relação do contrato de comunicação. Nesse sentido, a noção de estratégia se efetiva quando “o sujeito comunicante (EUc) concebe, organiza e encena suas intenções de forma a produzir determinados efeitos – de persuasão ou de sedução – sobre o sujeito interpretante (TUi), para levá-lo a se identificar – de modo consciente ou não – com o sujeito destinatário ideal (TUd) construído por EUc” (CHARAUDEAU, 2019a, p. 56). Nesse sentido, o sujeito comunicante avalia de que maneira irá se utilizar de manobras com o objetivo de organizar o projeto de fala. Entre as estratégias descritas por Charaudeau (2009) estão as seguintes: estratégia de legitimação¹¹, credibilidade e a de captação, que poderão contribuir com a encenação do sujeito comunicante do ato de linguagem. É importante apresentar cada uma delas, definindo-as de acordo com a teoria em destaque.

As estratégias de legitimação associam-se à autoridade que o sujeito comunicante apresenta quando profere o discurso. Aspectos como a função social e a imagem de si (*ethos*)

¹⁰ O início e o desenvolvimento da argumentação “pressupõem acordo do auditório. Esse acordo tem por objeto ora o conteúdo das premissas explícitas, ora as ligações; do princípio ao fim, a análise da argumentação versa sobre o que é presumidamente admitido pelos ouvintes” (PERELMAN; OLBRECHTS-TYTECA, 2014, p. 74).

¹¹ Segundo Rebello (2021, p. 22), a estratégia de legitimação não é o mesmo que legitimidade. Por exemplo, um padre tem legitimidade para celebrar uma missa. No entanto, só contemplará a legitimação se construir uma boa imagem de si (*ethos*) quando proferir o discurso.

construídos no processo discursivo, são fatores que atestam a legitimação do sujeito comunicante. Para Charaudeau (2009, p. 7), essas estratégias mostram a necessidade de criar ou de reforçar a “posição de legitimidade do sujeito falante quando este tem dúvidas quanto à maneira pela qual o outro percebe seu ‘direito à palavra’. Precisa então persuadir seu interlocutor de que sua fala e sua maneira de falar correspondem à posição de autoridade que seu status lhe confere” por meio do discurso que é encenado.

As estratégias de credibilidade mostram de que maneira o sujeito comunicante almeja apresentar seu discurso como crível, verdadeiro, confiável. Assim, ele se utiliza de atitudes que apresentam neutralidade, distanciamento e engajamento. É o momento por excelência em que o sujeito comunicante deve apresentar as provas daquilo que se diz. Consoante Rebello (2021, p. 23), “é comum a mídia utilizar o discurso relatado que funciona, estrategicamente, como um discurso de prova”, conferindo autenticidade ao ato de linguagem encenado. Portanto, “as estratégias de credibilidade levam o sujeito falante não mais a assegurar sua legitimidade, (embora muitas vezes estejam ligadas), mas a fazer crer ao interlocutor que o que ele diz é ‘digno de fé’” (CHARAUDEAU, 2009, p. 7).

As estratégias de captação visam conquistar o sujeito interpretante por meio de aspectos como polêmica, sedução e dramatização. A primeira ocorre quando é apresentada uma posição contrária que gera conflitos; a segunda surge quando se oferece alguma proposta que trará, de alguma maneira, benefícios para o outro; a terceira acontece quando o sujeito comunicante apela para o estado passional do interlocutor. Em resumo, o objetivo é atingir os sentimentos, as paixões (*pathos*) do interlocutor, de maneira que ele se identifique com o discurso e acabe se engajando no ato de linguagem. Nesse sentido, “as estratégias de captação levam o sujeito falante a fazer com que o interlocutor dê sua adesão absoluta (não racional) ao que ele diz, e, além disso, à sua própria pessoa” (CHARAUDEAU, 2009, p. 7).

Esses três tipos de estratégias discursivas podem ser utilizados pelo sujeito comunicante. Essas estratégias constroem a identidade discursiva do sujeito; e o contrato de comunicação estabelece uma identidade discursiva específica, convencional que se destina a determinado momento de encenação linguageira. Partindo desse ponto, o sujeito comunicante poderá ou não fazer uso dessas estratégias apresentadas, a fim de tornar seu discurso arrebatador e conseguir convencer e persuadir o sujeito interpretante, a partir das referidas estratégias apresentadas. Assumimos que se um orador habilidoso utilizar a legitimação, a credibilidade e a captação, então, certamente conseguirá a adesão de seu auditório idealizado,

pois acreditamos que esses recursos conseguem tornar um discurso com maior potencial persuasivo.

O discurso das mídias

Em Charaudeau (2019b), encontramos um estudo acerca das idiossincrasias do discurso midiático. Nele, o autor postula que, como todo ato comunicativo, a comunicação midiática apresenta duas instâncias específicas: a de produção e a de recepção. Na primeira, temos o ato de fornecer a informação ao auditório, a fim de fazer saber, para que o destinatário possa consumir as informações propagadas. Nessa instância, “nunca se sabe realmente quem pode responder por uma informação, mesmo quando é assinada por um determinado jornalista, de tanto que os efeitos da instância midiática de produção transformam as intenções da instância de enunciação discursiva tomada isoladamente” (CHARAUDEAU, 2019b, p. 74). Neste trabalho, consideramos os desdobramentos entre sujeito comunicante e sujeito enunciador para chegar a uma possível compreensão dessa instância produtora.

Na segunda, temos a manifestação de interesse do destinatário em consumir tais informações. Obviamente, não se trata de um público geral, pois sabemos da heterogeneidade existente em nossa sociedade. “Geralmente, nos estudos que tratam das mídias, considera-se que é o público que constitui a instância de recepção. Entretanto, sabe-se que o público é uma entidade compósita que não pode ser tratado de maneira global” (CHARAUDEAU, 2019b, p. 78). Em nosso estudo, consideramos os leitores da notícia veiculada no *site* G1 das Organizações Globo como sendo essa instância da recepção, uma vez que se constituem como os destinatários das informações transmitidas. Certamente, o principal objetivo da notícia é fazer com que os consumidores desse gênero possam acreditar no que está sendo apresentado como verdade e que realizem ações de acordo com o que preceitua o conteúdo da notícia.

Por trás da notícia, não temos apenas o jornalista que assina, mas todos aqueles que compõem o sistema de comunicação e são esses os responsáveis por formatarem as informações do mundo e colocá-las em discurso, ou seja, semiotizá-las. É a partir disso que ocorrem as manipulações de forma que possam direcionar as opiniões e é nessa busca em captar o sujeito interpretante que, na instância de produção, os sistemas midiáticos visam “conduzir sua interpretação em uma direção específica, fazendo-o pensar e sentir de maneira mais ou menos programada discursivamente” (FERES; RIBEIRO; MONNERAT, 2021, p.

91). O sujeito interpretante, dessa forma, não faz uma interpretação autônoma, mas influenciada pela forma de ver as informações a partir do ponto de vista dos sujeitos que produziram a notícia.

Charaudeau (2019b) apresenta duas finalidades do contrato midiático: o fazer saber e o fazer sentir, insuflados pelo alvo intelectual e afetivo, respectivamente. O alvo intelectual concerne ao destinatário pensante que irá analisar se a notícia é relevante, se o sistema informativo tem credibilidade; o alvo afetivo não enfatiza a notícia de forma racional, mas sim de forma emocional, por isso que “a instância midiática constrói hipóteses sobre o que é mais apropriado para tocar a afetividade do sujeito alvo” (CHARAUDEAU, 2019b, p. 81). A instância midiática seleciona as devidas estratégias discursivas de forma a conquistar por meio da racionalidade ou passionalidade. Mesmo assim, essas duas instâncias podem aparecer de forma conjunta, com a mesma finalidade: conquistar a adesão do sujeito destinatário.

Acerca do gênero discursivo notícia, Charaudeau (2019b, p. 132) postula: “propomos chamar ‘notícia’ a um conjunto de informações que se relaciona a um mesmo espaço temático, tendo um caráter de novidade, proveniente de uma determinada fonte e podendo ser diversamente tratado”. A notícia corresponde aos acontecimentos do mundo real que são revelados e tornados públicos por meio das mídias. Já Costa (2014, p. 157), em seu dicionário de gêneros textuais, afirma que o gênero notícia é “um relato ou narrativa de fatos, acontecimentos, informações recentes ou atuais, do cotidiano, ocorridos na cidade, no campo, no país ou no mundo, os quais têm grande importância para a comunidade e público-leitor”.

Constatamos, assim, que a notícia se efetiva por meio de acontecimentos do dia a dia, oriundos dos mais diversos campos da atividade humana. Para Alves Filho (2011, p. 90), “a notícia é um dos gêneros aos quais as pessoas estão mais intensamente expostas em sua vida cotidiana porque ela é difundida em inúmeros lugares e suportes”. Neste trabalho, a notícia que foi amplamente divulgada teve como acontecimento central o suposto caso de desvios milionários realizados na AFIPE, sob a liderança do então padre Robson de Oliveira Pereira, fundador dessa associação. Na próxima seção, procederemos às análises dos atos de linguagem selecionados com base na teoria semiolinguística apresentada neste trabalho.

Atos de linguagem do gênero notícia à luz da Semiolinguística

Neste momento, passaremos às análises dos atos de linguagem que foram selecionados. Os atos aqui apreciados foram recortados do evento comunicativo notícia, por

meio da qual foi possível recortar os atos linguageiros que apresentaram recursos potencialmente argumentativos com base no *ethos*, *logos* e *pathos*, além de outras categorias já referenciadas neste trabalho. Inicialmente, importa compreender, com base na teoria Semiolinguística do discurso, de que maneira os componentes do quadro comunicacional, bem como do contrato de comunicação e das estratégias discursivas estão postos no discurso de modo a influenciar as opiniões das pessoas e persuadi-las. Eis o primeiro ato de linguagem a seguir:

Ato de linguagem 1: “Conheça a trajetória do padre Robson e entenda a investigação do MP sobre a compra de imóveis de luxo com dinheiro de fiéis. Valor movimentado nas contas da Associação Filhos do Pai Eterno, na última década, chega a R\$ 2 bilhões. MP investiga gasto de R\$ 120 milhões com bens não ligados a atividades religiosas”.

Fonte: <https://g1.globo.com/go/goias/noticia/2020/08/27/entenda-a-ascensao-de-padre-robson-na-igreja-as-movimentacoes-milionarias-de-sua-entidade-e-o-escandalo-de-desvio-de-dinheiro.ghtml>. Acesso em agosto de 2020.

Neste primeiro ato de linguagem, vemos a presença dos sujeitos pertencentes ao quadro comunicacional proposto na teoria semiolinguística charaudiana. Esse discurso apresenta um sujeito comunicante e enunciador, constituído pelo sujeito que assina a notícia, neste caso, o jornalista Rafael Oliveira. Este, por sua vez, devidamente autorizado por outro sujeito comunicante (Organizações Globo, redatores, diretores de jornalismo, entre outros), busca, por meio do princípio de influência, persuadir o sujeito interpretante (todos aqueles que são consumidores da notícia) acerca de uma possível desonestidade do Padre Robson de Oliveira Pereira enquanto religioso, fundador e, principalmente, líder da AFIPE com sede na região metropolitana de Goiânia.

O enunciador encadeia a seguinte sequência: “Conheça a trajetória do padre Robson e entenda a investigação do MP sobre a compra de imóveis de luxo com dinheiro de fiéis”. Diante disso, observamos que o enunciador, por meio de um modo verbal imperativo (conheça), interpela o sujeito destinatário para que acredite no que está sendo noticiado e possa ler a notícia na íntegra. Como forma de mostrar a credibilidade dessa notícia, o enunciador fundamenta o seu dizer em um discurso citado¹², uma vez que quem está investigando e descobrindo os possíveis crimes cometidos é o Ministério Público e não o

¹² “A noção de discurso citado corresponde às formas linguísticas de representação do discurso alheio, ou seja, a representação do discurso de um enunciador distinto daquele que é responsável pela enunciação do discurso” (PIRIS, 2012, p. 157).

sujeito enunciador. Assim, mesmo sendo uma investigação em pleno andamento, o enunciador infere e faz crer que já se trata de um fato, ou seja, que realmente o sacerdote católico comprou “imóveis de luxo” e “com dinheiro de fiéis”. Isso evidencia os posicionamentos ideológicos do sujeito comunicante e do sujeito enunciador, os quais coagem o auditório para que este acredite nessas informações que estão sendo noticiadas por um dos maiores *sites* de notícias do Brasil.

Em seguida, o enunciador ressalta: “Valor movimentado nas contas da Associação Filhos do Pai Eterno, na última década, chega a R\$ 2 bilhões”. Neste momento, o sujeito enunciador recorre a um argumento de quantidade¹³, pois é dito que a referida associação movimentou cerca de 2 bilhões de reais, ou seja, um valor astronômico. Desse modo, o enunciador formula para o destinatário uma imagem negativa da AFIPE, baseado em dados numéricos, os quais, por consequência, são persuasivos. A partir dessas asserções, depreendemos que uma associação que deveria utilizar uma grande soma de recursos doados por fiéis para fins caridosos, provavelmente desviou esses recursos, conforme o discurso apresentado nesse primeiro ato de linguagem. Essa informação pode, de algum modo, impactar decisivamente a opinião dos leitores que são ou não filiados à AFIPE. Dessa maneira, também é possível verificar o princípio de captação, visto que algumas paixões podem ser despertadas mediante o discurso do enunciador, a exemplo da indignação, da cólera, do ódio, da vergonha, entre outras, ocasionadas por esse possível esquema corrupto com laços religiosos. Por isso, notamos que o discurso do sujeito enunciador apresenta recursos discursivos ligados à patemização, cuja função é, de algum modo, despertar emoções no público.

Na última parte desse ato de linguagem, temos a seguinte sequência discursiva: “MP investiga gasto de R\$ 120 milhões com bens não ligados a atividades religiosas”. Novamente, percebemos que o sujeito enunciador se utiliza do discurso citado, ou seja, o responsável por esse discurso não é o jornalista assinante da notícia, mas sim o Ministério Público, que é o representante da investigação. Vemos, ainda, a recorrência do argumento de quantidade ao utilizar a expressão 120 milhões de reais. O sujeito enunciador, com o objetivo de interpelar o sujeito destinatário, faz saber que, possivelmente, esse montante de dinheiro adquirido por intermédio de doações dos fiéis católicos não foi usado em atividades religiosas e filantrópicas pela AFIPE. Com isso, o sujeito enunciador, via seu discurso, poderá fazer com que o auditório sinta determinadas paixões que podem, de alguma maneira, fazer com que o

¹³ “Entendemos por lugares da quantidade os lugares-comuns que afirmam que uma coisa é melhor do que outra por razões quantitativas” (PERELMAN; OLBRECHTS-TYTECA, 2014, p. 97).

sujeito destinatário tome atitudes, como, por exemplo, deixe de seguir a religião católica apostólica romana, bem como se desfilie da referida associação fundada pelo padre Robson de Oliveira Pereira.

Portanto, notamos, neste primeiro ato de linguagem aqui analisado, que a finalidade é, por meio do gênero discursivo notícia, apresentar os acontecimentos que envolveram a AFIPE e o padre Robson de Oliveira Pereira nesse suposto caso de corrupção. De maneira habilidosa e estratégica, o sujeito enunciatador busca agir sobre o sujeito destinatário, com o objetivo de convencê-lo e persuadi-lo. Eles não estão presentes face a face, mas de maneira virtual, tendo em vista que o *site* G1 das Organizações Globo é um dos maiores *sites* de notícias do país e tem um grande alcance e número de seguidores nas redes sociais. Assim sendo, existe uma relação de alteridade, pois a todo momento o discurso do sujeito enunciatador almeja causar efeitos racionais e emocionais no sujeito destinatário. Logo, o sujeito comunicante ocupa um lugar de legitimidade e também apresenta legitimação por meio do discurso, já que se utiliza de provas (citação do MP) acerca do que está noticiando. Neste caso, o discurso citado configura-se como um plano de credibilidade ao projeto de fala do sujeito enunciatador nesse momento enunciativo. Em seguida, passaremos ao segundo ato de linguagem analisado.

Ato de linguagem 2: De celebridade religiosa a investigado pelo Ministério Público de Goiás por suspeita de desvio de R\$ 120 milhões doados por fiéis, padre Robson de Oliveira Pereira nega as irregularidades e se afastou das atividades na Igreja Católica durante a apuração. Antes, ele era responsável por organizar a Romaria do Divino Pai Eterno, em Trindade, na Região Metropolitana de Goiânia, considerada a maior do mundo em devoção à Santíssima Trindade e que atrai, todos os anos, cerca de 3 milhões de fiéis.

Fonte: <https://g1.globo.com/go/goias/noticia/2020/08/27/entenda-a-ascensao-de-padre-robson-na-igreja-as-movimentacoes-milionarias-de-sua-entidade-e-o-escandalo-de-desvio-de-dinheiro.ghtml>. Acesso em agosto de

2020.

Nesse segundo ato de linguagem, temos uma continuidade sequencial da notícia que estamos analisando à luz da teoria charaudiana. Em seguida, vemos que o sujeito enunciatador argumenta sobre as diferentes imagens do sacerdote: “De celebridade religiosa a investigado pelo Ministério Público de Goiás”. Verificamos, nessa asserção, que o sujeito enunciatador, por meio desse discurso comparativo, cria um antagonismo entre as imagens de celebridade e investigado, suscitando uma imagem negativa do padre Robson. Isso acontece porque o referido sacerdote possuía um lugar de credibilidade, de prestígio social, por meio de sua

função sacerdotal, tendo em vista que ele constantemente estava na mídia, a exemplo de um programa religioso (Programa do Divino Pai Eterno) na Rede Vida de televisão.

Diante disso, com o objetivo de formular o projeto de fala, o sujeito enunciador mostra ao sujeito destinatário uma possível desconstrução dessa credibilidade, já que padre Robson de Oliveira Pereira se tornou alguém investigado por corrupção, ao ser acusado de desviar alguns milhões de reais da AFIPE criada e dirigida por ele mesmo e, desse modo, cria-se uma discrepância entre essas diferentes imagens (celebridade e investigado), os quais culminam com uma imagem deveras negativa do chefe religioso católico apostólico romano.

Novamente, seguindo o *modus operandi* do primeiro ato de linguagem, percebemos que o sujeito enunciador recorre ao argumento de quantidade (120 milhões), que é utilizado nesse discurso com o objetivo de endossar ainda mais a tentativa de mostrar uma possível má conduta do religioso católico, a qual vai ao encontro da possível corrupção impetrada.

Nesse sentido, a intenção do sujeito enunciador certamente é mostrar ao sujeito destinatário que padre Robson de Oliveira Pereira não merece confiança, uma vez que está sendo acusado de prática criminoso. Por isso que ele “se afastou das atividades na Igreja Católica”. Essas construções discursivas mobilizadas pelo sujeito enunciador visam influenciar e comover os leitores dessa notícia em tela sobre a honestidade do sacerdote católico à frente da AFIPE. Assim sendo, percebemos que a construção da notícia caminha no sentido de forjar um fazer saber no campo racional e um fazer sentir no campo patêmico acerca dos acontecimentos noticiados pelo site G1 das Organizações Globo.

Ademais, o sujeito enunciador evoca uma memória discursiva sobre as atividades que padre Robson de Oliveira Pereira exercia, quando afirma: “antes, ele era responsável por organizar a Romaria do Divino Pai Eterno”. Nessa sequência discursiva, constatamos que o sujeito enunciador apresenta uma imagem de competente do padre Robson, pois este conseguia organizar uma Romaria com grande quantidade de pessoas. Essa festividade religiosa cristã de linha católica era “considerada a maior do mundo em devoção à Santíssima Trindade”, razão por que prova a importância da referida associação para a captação de mais afiliados e adeptos à AFIPE, coordenada pelo então padre Robson. Nesse trecho, ainda podemos identificar a utilização do argumento de quantidade, pois o sujeito enunciador aborda a questão por meio de razões quantitativas, ao dizer que se trata da “maior do mundo”.

No final desse segundo ato de linguagem, notamos, mais uma vez, de forma recorrente, a utilização do argumento de quantidade pelo sujeito enunciador, quando assevera: “e que atrai, todos os anos, cerca de 3 milhões de fiéis”. Esse recurso argumentativo, por meio

de dados numéricos, atesta o grande alcance da AFIPE. Isso mostra que a referida associação consegue atrair milhões de pessoas que confiam e doam recursos financeiros a essa instituição que se apresenta apenas com fins religiosos. Desse modo, o sujeito enunciador cria uma imagem institucional da AFIPE como uma entidade que tem a capacidade de congregar milhões de seguidores em todo o Brasil. Talvez, esse alcance aconteça por meio dos programas de TV apresentados pelo padre Robson na Rede Vida de televisão, enquanto uma “celebridade” do meio religioso cristão católico. Por meio desses recursos discursivos ora apresentados, podemos verificar a construção dos possíveis sentidos manifestados explícita e implicitamente. A seguir, teremos a apresentação e análise do terceiro ato de linguagem.

Ato de linguagem 3: O padre entrou para o seminário aos 14 anos e se tornou sacerdote 10 anos depois. Ao se formar, foi ganhando destaque na igreja e começou a escalar cargos na hierarquia católica. Antes de se tornar padre, recebeu a função de formador, aos 18 anos, e foi um dos únicos no país, segundo a biografia relatada pelos pais de Robson ao portal Divino Pai Eterno. Depois, estudou na Irlanda e em Roma. Ao voltar ao Brasil, recebeu a função de reitor da Basílica do Divino Pai Eterno, na cidade natal.

Fonte: <https://g1.globo.com/go/goias/noticia/2020/08/27/entenda-a-ascensao-de-padre-robson-na-igreja-as-movimentacoes-milionarias-de-sua-entidade-e-o-escandalo-de-desvio-de-dinheiro.ghtml>. Acesso em agosto de 2020.

Neste terceiro ato de linguagem, podemos observar que o sujeito enunciador apresenta um trecho da fala dos pais de padre Robson, por meio do discurso citado. Os genitores do referido sacerdote tecem comentários acerca da trajetória de vida de seu filho. Inicialmente, temos a seguinte sequência discursiva por meio de uma biografia relatada pelos pais de padre Robson: “O padre entrou para o seminário aos 14 anos e se tornou sacerdote 10 anos depois”. Nesse momento, constatamos, nesse trecho do discurso citado, a construção discursiva da imagem do referido religioso católico, visto que o apresenta como alguém inteligente, competente, estudioso, pois em apenas 10 anos ele conseguiu se tornar um sacerdote católico, conforme consta na biografia relatada por meio da notícia em tela. Esse período de tempo parece muito curto para uma formação dessa envergadura, tendo em vista que, certamente, padre Robson cursou, além do ensino básico completo, os cursos de Filosofia e Teologia, os quais são obrigatórios à formação sacerdotal de linha religiosa católica romana.

Desse modo, conforme consta na notícia, compreendemos que as imagens construídas são parcialmente positivas, razão por que enaltecem padre Robson. Por meio das imagens

positivas construídas, também é possível pensar na ideia de credibilidade, uma vez que não é qualquer seminarista que consegue iniciar o curso aos 14 anos e concluí-lo aos 24, isso é algo difícil de acontecer. Essa informação nos mostra um efeito de patemização, ou seja, almeja despertar a paixão da confiança para que o sujeito destinatário acredite na legitimidade, legitimação e credibilidade do citado sacerdote como alguém muito desenvolvido intelectualmente. No entanto, se trata de um trecho retirado da biografia relatada pelos pais de padre Robson. Diante disso, é possível dizer que, primeiro, é apresentada uma imagem positiva; e, segundo, podemos identificar a crítica potencialmente destinada ao referido padre. Como vemos, esse tipo de discurso não apresenta nenhuma neutralidade, ao contrário, ratifica a ideia de que todo discurso carrega em si elementos significativos que produzem sentidos diversos.

Após isso, o sujeito enunciador apresenta o seguinte trecho: “Ao se formar, foi ganhando destaque na igreja e começou a escalar cargos na hierarquia católica”. A partir desse microato de linguagem, compreendemos que a imagem positiva de padre Robson continua sendo construída nessa parte do discurso. Provavelmente, por ter se formado aos 24 anos, ainda muito jovem, e, por possuir “destaque”, o referido religioso ascendeu “na hierarquia católica”, o que ratifica uma imagem de competente, inteligente e estudioso.

Ao continuar noticiando os acontecimentos da história de padre Robson de Oliveira Pereira, o sujeito enunciador mostra que, na verdade, tais informações foram adquiridas por meio de um discurso citado, quando ressalta: “Antes de se tornar padre, recebeu a função de formador, aos 18 anos, e foi um dos únicos no país, segundo a biografia relatada pelos pais de Robson ao portal Divino Pai Eterno”. Nesse recorte discursivo, constatamos, novamente, uma imagem positiva do padre Robson, pois ele “recebeu a função de formador aos 18 anos”. Diante dessa afirmativa, verificamos que apenas 4 anos após o seu ingresso no seminário, ele se tornou formador, isto é, alguém responsável por transmitir ensinamentos da religião a que é pertencente aos outros companheiros de curso. Essa informação também corrobora as imagens de competente, inteligente e estudioso. Outro aspecto importante é que padre Robson, na posição de formador, “foi um dos únicos do país”. Essa asserção está fundamentada no argumento de qualidade, visto que mostra os atributos raros, únicos encontrados em padre Robson. Dentre muitos seminaristas, ele foi um dos únicos do país que se destacou com apenas 18 anos de idade, ao se tornar formador. Mais uma vez, podemos perceber as competências que são atribuídas discursivamente ao padre Robson de Oliveira Pereira.

Nesse mesmo momento discursivo, o sujeito enunciador também afirma: “segundo a biografia relatada pelos pais de Robson ao portal Divino Pai Eterno”. Notamos aqui a utilização do discurso citado, tendo em vista que o sujeito enunciador recorre a um documento escrito, fora do ato argumentativo, com o objetivo de comprovar o seu discurso. Assim sendo, vemos que as informações que enaltecem o padre Robson não são originárias do sujeito enunciador, mas sim de uma “biografia”. Nesse sentido, cria-se uma ideia de subjetividade dos familiares, pois quem narra a história de vida do referido sacerdote são os próprios pais. Logo, é possível refletir que se trata de um discurso movediço, dotado de elementos afetivos, familiares, o que pode, de alguma maneira, despertar uma desconfiança acerca das competências do padre Robson. Quem fala são os próprios pais, não são pesquisadores, cientistas, a mídia, os críticos, mas a própria família. Como sabemos, nenhum discurso é neutro ou inocente e essas asserções reverberam possíveis sentidos que apenas criam diferentes imagens, todas elas positivas, do mencionado sacerdote. Será que a família desse religioso, em um portal de notícias do “Divino Pai Eterno”, iria construir imagens negativas? Certamente que não!

No último trecho desse ato de linguagem, podemos ver a seguinte enunciação: “Depois, estudou na Irlanda e em Roma. Ao voltar ao Brasil, recebeu a função de reitor da Basílica do Divino Pai Eterno, na cidade natal”. Como podemos observar, temos a construção discursiva das imagens de competente, inteligente e estudioso do padre Robson, já que ele “estudou na Irlanda e em Roma”, razão por que corrobora essas imagens despertadas. Não é qualquer seminarista que tem a oportunidade de estudar em outros países, sobretudo, em países europeus. Por isso, também podemos pensar no argumento da qualidade, uma vez que padre Robson foi contemplado com essa rara oportunidade. Em seguida, o sujeito enunciador mostra que o sacerdote, ao regressar do velho mundo, foi escolhido como “reitor da Basílica do Divino Pai Eterno”. Aqui podemos constatar, novamente, imagens de competente, inteligente e estudioso, aspectos que outorgaram ao padre Robson de Oliveira Pereira o cargo de reitor em sua “cidade natal”. Portanto, depreendemos que as estratégias argumentativas nesse ato de linguagem mostram diferentes construções imagéticas que suscitam apenas aspectos positivos do citado sacerdote católico romano. A seguir, apresentaremos a análise do quarto ato de linguagem.

Ato de linguagem 4: Aos 46 anos, o padre se envolveu na investigação sobre movimentação financeira de recursos doados por fiéis. Está em curso no Ministério Público de Goiás (MP) uma

apuração acerca de compras de imóveis não ligados à atividade religiosa com dinheiro de devotos. O padre é suspeito de apropriação indébita, falsificação de documentos, sonegação fiscal, associação criminosa e lavagem de dinheiro. Entre os bens luxuosos com o dinheiro da entidade estão uma fazenda no valor de R\$ 6,3 milhões, em Abadiânia, e uma casa na praia de Guarajuba (BA), que custou R\$ 3 milhões.

Fonte: <https://g1.globo.com/go/goias/noticia/2020/08/27/entenda-a-ascensao-de-padre-robson-na-igreja-as-movimentacoes-milionarias-de-sua-entidade-e-o-escandalo-de-desvio-de-dinheiro.ghtml>. Acesso em agosto de 2020.

Neste quarto ato de linguagem, podemos perceber uma mudança na narrativa histórica acerca da vida do padre Robson de Oliveira Pereira. Diferentemente do terceiro ato de linguagem, o qual criou diferentes imagens positivas do referido sacerdote católico romano, neste ato de linguagem em tela, constatamos uma oposição, ou seja, a construção de diferentes imagens negativas desse religioso. Vimos que padre Robson, segundo a biografia relatada pelos seus próprios pais, se tornou sacerdote aos 24 anos. Já aqui, verificamos que: “Aos 46 anos, o padre se envolveu na investigação sobre movimentação financeira de recursos doados por fiéis”. Podemos perceber que as imagens positivas dão lugar às negativas, visto que em apenas 22 anos como sacerdote e como Reitor da Basílica de Trindade/Goiás, ele, provavelmente, se envolveu em um grande esquema de corrupção, no qual ele mesmo liderava. Assim, notamos que a notícia destacada nesse ato de linguagem visa fazer saber ao auditório uma outra imagem do padre Robson, até então ainda não conhecida pelos fiéis.

Ora, os fiéis são os responsáveis por contribuírem financeiramente com a AFIPE. Desse modo, ao se depararem com uma notícia como esta certamente irão sentir determinadas emoções, a exemplo da cólera, indignação, vergonha, tristeza, ódio, dor, entre outros efeitos patêmicos, haja vista que padre Robson de Oliveira Pereira ocupava um lugar de prestígio, credibilidade, legitimidade. Com isso, compreendemos que, por meio da estratégia de captação, o sujeito enunciador age argumentativamente diante de seu auditório social, visando que este possa sentir determinadas emoções que podem, de algum modo, conduzir à ação. Por exemplo, as pessoas poderão deixar de contribuir financeiramente com dízimos e ofertas, bem como abandonar a religião católica apostólica romana, entre outras atitudes suscitadas por meio desse discurso que também é demasiadamente engendrado no campo das emoções.

Em seguida, verificamos que o sujeito enunciador se utiliza, assim como durante toda a notícia, de provas para fundamentar sua argumentação. Ele enuncia: “Está em curso no Ministério Público de Goiás (MP) uma apuração acerca de compras de imóveis não ligados à

atividade religiosa com dinheiro de devotos”. Nesse momento, vemos que o sujeito enunciador recorre ao discurso citado, a fim de mostrar ao auditório uma possível comprovação de suas asserções, tendo em vista que toda investigação que está em curso é realizada pelo “Ministério Público de Goiás (MP)”. Essa menção direta ao citar o MP nos mostra que o sujeito enunciador busca comprovar o seu discurso por meio desse órgão público de investigação. Dessa maneira, entendemos que nem o sujeito enunciador nem o comunicante são os investigadores dessa possível corrupção, por isso a necessidade de fazer essa menção ao MP.

Após isso, o sujeito enunciador ressalta que a investigação do MP apura “compras de imóveis não ligados à atividade religiosa com dinheiro de devotos”. Esse posicionamento apresenta ao auditório social uma possível imagem negativa do padre Robson como alguém corrupto, capaz de desviar os recursos financeiros da AFIPE, com o objetivo de enriquecer ilícitamente, bem como adquirir bens sem quaisquer relações com as atividades religiosas dessa associação. De posse dessa notícia, o auditório poderá ser acometido por diferentes paixões, as quais poderão exprimir dor ou prazer, como dizia a teoria aristotélica das paixões.

Assim, percebemos que existe uma relação intrínseca entre elementos ligados aos argumentos racionais e emocionais, como ingredientes da ação argumentativa no discurso destacado. Mais adiante, o sujeito enunciador endossa mais ainda a imagem negativa do padre Robson, ao dizer que: “O padre é suspeito de apropriação indébita, falsificação de documentos, sonegação fiscal, associação criminosa e lavagem de dinheiro”. Inferimos que, mesmo apresentando uma suspeita, essas imagens negativas atribuídas ao referido chefe religioso culminam com o desgaste das imagens positivas de celebridade, honestidade, caridade, religioso, sacerdote, líder e guia espiritual.

Em virtude disso, essas imagens construídas de cunho negativo ratificam o projeto de fala do sujeito enunciador que, ao que tudo indica, almeja não somente apresentar a notícia, mas também mostrar um posicionamento polêmico acerca do acontecimento em tela. Mesmo o sujeito comunicante também sendo composto pelas Organizações Globo, que têm aos domingos um horário reservado à missa religiosa e se declara como pertencente à religião católica apostólica romana, acreditamos que ambos, comunicante e enunciador, atuam conjuntamente para mostrar, de forma estratégica, uma imagem negativa do padre Robson, bem como da própria religião católica. Por meio de um efeito de ilusão da informatividade, o discurso midiático parece ser neutro, inocente, mas não há neutralidade nos negócios humanos mediados pela linguagem no âmbito das práticas sociodiscursivas.

No último trecho desse ato de linguagem, o sujeito enunciador encadeia a seguinte sequência discursiva: “Entre os bens luxuosos com o dinheiro da entidade estão uma fazenda no valor de R\$ 6,3 milhões, em Abadiânia, e uma casa na praia de Guarajuba (BA), que custou R\$ 3 milhões”. Como podemos perceber, o sujeito enunciador passa a detalhar os possíveis bens adquiridos por padre Robson de Oliveira com o uso das doações dos fiéis.

Notadamente, a imagem negativa permanece nesse trecho e o sujeito enunciador evoca o argumento de quantidade (R\$ 6,3 milhões) para falar sobre a aquisição de uma fazenda; e repete o mesmo argumento numérico (R\$ 3 milhões), para falar de uma casa na praia. Nesse sentido, é possível pensar no *pathos*, uma vez que o auditório poderá sentir diferentes emoções ao saber dessas informações veiculadas via notícia. Provavelmente, nenhum fiel que doa seus recursos financeiros a uma instituição religiosa gostaria de ver esses donativos sendo desviados de suas finalidades primárias, as quais estão atreladas ao universo religioso cristão.

Portanto, podemos falar em efeitos patêmicos nesse discurso, os quais não podem ser diagnosticados precisamente, pois não há uma apreensão de como cada fiel reagiu a essa notícia. Mesmo assim, podemos falar que o referido sacerdote, em virtude dessas acusações, foi afastado de suas funções e que recentemente teve um pedido de prisão expedido pela Polícia Federal e, em seguida, o arquivamento desse caso. Assim, a notícia é construída por meio do cotejo entre as relações argumentativas e discursivas postas em cena por meio do sujeito enunciador, devidamente autorizado pelo sujeito comunicante. Em seguida, apresentaremos o último ato de linguagem selecionado para a realização deste estudo.

Ato de linguagem 5: A investigação sobre o desvio de doações começou após padre Robson sofrer ao menos cinco episódios de extorsão de dinheiro, em 2017, segundo depoimentos colhidos pela Justiça junto ao Ministério Público de Goiás e à Polícia Civil. Ao todo, o padre pagou R\$ 2,9 milhões com dinheiro da AFIPE em troca do arquivamento das mídias.

Fonte: <https://g1.globo.com/go/goias/noticia/2020/08/27/entenda-a-ascensao-de-padre-robson-na-igreja-as-movimentacoes-milionarias-de-sua-entidade-e-o-escandalo-de-desvio-de-dinheiro.ghtml>. Acesso em agosto de 2020.

Nesse último ato de linguagem selecionado para as nossas análises semiolinguísticas, compreendemos que o sujeito enunciador traz à tona novas informações sobre os possíveis motivos que fizeram com que padre Robson fosse investigado pelo Ministério Público de Goiás. O enunciador afirma: “A investigação sobre o desvio de doações começou após padre Robson sofrer ao menos cinco episódios de extorsão de dinheiro, em 2017”. Nesse momento,

vemos que o sujeito enunciador desperta uma imagem negativa do referido sacerdote católico, pois, primeiro, padre Robson infringiu as ordenanças sacerdotais (a exemplo da quebra do celibato) e, como consequência desse ato, foi extorquido financeiramente por criminosos, em 2017. Por meio do argumento de quantidade, constatamos que foram “ao menos 5 episódios de extorsão de dinheiro”, razão por que apresenta a construção da imagem negativa de padre Robson de Oliveira Pereira como alguém desobediente aos preceitos da formação sacerdotal de linha católica. Foi por causa disso que surgiram as chantagens.

No entanto, o sujeito enunciador, de modo estratégico e habilidoso, evoca mais uma vez, assim como em outros atos de linguagem já analisados nessa notícia, a presença do discurso citado, representado no momento quando enuncia: “depoimentos colhidos pela Justiça junto ao Ministério Público de Goiás e à Polícia Civil”. Desse modo, verificamos que o sujeito enunciador almeja, discursivamente, comprovar a sua argumentação por meio da credibilidade e da higidez das instituições (MP e PC) citadas nesse discurso. Assim sendo, o sujeito enunciador mostra, nesse quinto ato de linguagem, um cotejo entre duas situações distintas: a primeira ocorre por ocasião de o padre Robson ter sido vítima de criminosos; a segunda acontece em virtude de o mesmo padre ter pago “R\$ 2,9 milhões com dinheiro da AFIPE em troca do arquivamento das mídias”, e também ser um criminoso.

Diante disso, percebemos um antagonismo entre as diferentes imagens que são construídas discursivamente em torno desse religioso católico. Se em um primeiro momento ele aparece como apenas vítima, nesse segundo momento ele aparece com uma imagem de criminoso, uma vez que se utilizou do dinheiro da AFIPE, dinheiro doado voluntariamente por devotos fiéis a essa instituição, com o objetivo de arquivar possíveis acusações que pudessem lhe incriminar e, dessa maneira, suscitar uma imagem negativa diante da opinião pública.

Como podemos perceber, esse discurso também apresenta o argumento de quantidade, pois são R\$ 2 milhões que foram utilizados de forma corrupta, o que ratifica o uso indevido de grandes somas de dinheiro. Nesse ato de linguagem, padre Robson é apresentado como vítima, mas sobretudo como criminoso, pois essa é a última imagem apresentada e, geralmente, o que é falado por último em um discurso é mais fácil de ser lembrado.

Um aspecto importante é que esse arquivamento de mídias certamente diz respeito a possíveis atitudes reprováveis que comprometem a imagem de padre Robson enquanto sacerdote. Assim, implicitamente, podemos considerar que outras imagens negativas estão

postas nesse discurso, mas não são acessíveis, visto que o conteúdo das mídias arquivadas não foi divulgado na imprensa, o que impossibilita analisar essas construções.

Também é possível notar a presença do *pathos*, pois o sujeito enunciador tenta fazer com que o sujeito destinatário sinta determinadas paixões ao ter contato com esse trecho da notícia destacada. Com isso, notamos a presença de vários recursos persuasivos como elementos imprescindíveis ao fazer argumentativo desse discurso, manifestado no gênero notícia, pertencente à esfera jornalística.

Considerações finais

Neste trabalho, a nossa proposta foi analisar cinco atos de linguagem a partir de uma notícia de esfera jornalística, à luz da Semiolinguística. Inicialmente, apresentamos algumas postulações sobre essa teoria que, surgida na França, encontrou, aqui no Brasil, um terreno fértil e se expandiu de maneira substancial. Após isso, tecemos considerações sobre o quadro comunicativo e, por meio dele, observamos que, nas instâncias da produção e da recepção do ato de linguagem, os sujeitos comunicante e enunciador apresentam uma intencionalidade que almeja interpelar o interpretante, a fim de que este aceite tudo o que está sendo noticiado como algo verdadeiro, indiscutível, reverberando a ilusão da informatividade midiática. Por meio do instrumental teórico-metodológico da teoria destacada, constatamos que o enunciador pretende *fazer saber*, *fazer sentir* e *fazer crer* acerca do conteúdo da notícia, buscando impactar de diferentes maneiras o sujeito destinatário do referido gênero midiático.

Os componentes do contrato, bem como os princípios atuam na notícia de modo a contribuir com o desenvolvimento das estratégias discursivas que foram utilizadas pelos sujeitos comunicante e enunciador. As tentativas de captação, por exemplo, se apresentam de maneira a fazer com que o auditório seja impactado com as informações e possa aderir a elas. Certamente, a notícia analisada deseja conduzir a interpretação do público, para que acredite nos fatos apresentados, mas da maneira articulada, ou seja, em consonância com os desígnios do sujeito enunciador. Para tanto, surgem, também, as estratégias discursivas que, como vimos, foram organizadas a partir da legitimidade, credibilidade e captação. Essas categorias fundam o processo argumentativo e conseguem imprimir as visadas argumentativas, pois estão associadas aos componentes racionais e emocionais do discurso.

O enunciador, ancorado no *logos*, engatilhou uma série de argumentos, sobretudo, o argumento de quantidade, pois a notícia sobre o padre Robson abordou o desvio de vários

milhões de reais; também recorreu ao argumento de autoridade, uma vez que citou os órgãos públicos, a exemplo do MP e da PC. A partir da formulação de imagens, notamos que existiu uma relação conflituosa entre as imagens positivas e negativas do padre Robson, mas as imagens negativas foram as mais predominantes nos atos de linguagem analisados. Isso faz com que o público veja o sacerdote como alguém que não é digno de credibilidade e mostra, também, as intencionalidades do sujeito enunciador. No âmbito do *pathos*, notamos que as emoções foram insufladas pelo enunciador com o objetivo de comover os leitores. Como se sabe, as paixões são um reservatório de sentimentos que causam dor ou prazer¹⁴. Quais foram as emoções sentidas pelos leitores da notícia? Não podemos saber exatamente, mas acompanhamos na mídia brasileira a revolta de muitos fiéis que contribuíam mensalmente com a AFIPE. As paixões são as mais diversas possíveis e fogem do controle do sujeito enunciador, pois representam a subjetividade de todos aqueles que tiveram contato com a notícia.

Por meio deste trabalho, compreendemos de que maneira uma notícia do *site* G1 das Organizações Globo constrói a informação por meio de mecanismos languageiros, cuja função é, de maneira explícita ou implícita, influenciar e/ou modificar a opinião pública. Tais recursos foram os mais diversos possíveis, desde os elementos externos e internos do quadro comunicacional até os elementos embasados em discurso citado, argumentos de quantidade e autoridade, entre outros dispositivos retórico-discursivos. Identificamos e interpretamos, discursivamente, esses elementos nos excertos que foram analisados. No entanto, sabemos que urge a necessidade de outros estudos, para que seja possível analisar o modo como as notícias são disseminadas na esfera midiática de um modo mais geral. Atualmente, o Brasil vive momentos difíceis e as *fake news* foram responsáveis por elegerem uma liderança opressora em 2018. Por isso, é necessário que tenhamos uma leitura mais crítica dessas notícias que circulam nas mídias, a fim de não contribuir com regimes totalitários.

A teoria Semiolinguística oferece uma sólida base teórica e metodológica que contribui com esse olhar mais crítico e aguçado, que desnuda os possíveis efeitos de sentido engendrados nos discursos de toda natureza. No mais, convidamos outros pesquisadores para que possam enveredar nos fios discursivos que, às vezes, são instaurados nos recônditos dos gêneros discursivos e reverberam exercício de poder de uma minoria sobre a maioria. Importa perscrutar as nuances que propiciam os posicionamentos dos sujeitos em diferentes espaços sociais, entre eles, o midiático, como analisamos neste trabalho. Questionar, duvidar, analisar,

¹⁴ Para Aristóteles (2011, p. 122-123), “as paixões (emoções) são as causas das mudanças nos nossos julgamentos e são acompanhadas por dor ou prazer”.

são verbos importantes nesse processo de ter consciência ao se deparar com as notícias que são divulgadas em *sites*, jornais, *blogs*, entre outros tipos de suportes de veiculação. Por fim, convidamos pesquisadores dos estudos discursivos para que possamos realizar outras investigações com o objetivo de melhor compreender esses discursos midiáticos.

Referências

ALVES FILHO, Francisco. **Gêneros jornalísticos**: notícias e cartas de leitor no ensino fundamental. São Paulo: Cortez, 2011.

ARISTÓTELES. **Retórica**. Tradução de Edson Bini. São Paulo: Edipro, 2011.

CORRÊA-ROSADO, Leonardo Coelho. Teoria Semiolinguística: alguns pressupostos. **Memento**, Três Corações, MG, v. 5, n.2, p. 1-18, julho-dezembro de 2014. Disponível em: <http://periodicos.unincor.br/index.php/memento/article/view/1826> Acesso em: 12 set. 2020.

COSTA, Sérgio Roberto. **Dicionário de gêneros textuais**. 3. Ed. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2014.

CHARAUDEAU, Patrick. Uma teoria os sujeitos da linguagem. In: MARI, Hugo; MACHADO, Ida Lucia; MELLO, Renato de. **Análise do discurso**: fundamentos e práticas. Belo Horizonte: Nad-FALE-UFMG, 2001. Disponível em: http://www.letras.ufmg.br/padrao_cms/documentos/nucleos/nad/CHARAUDEAU%20-%20Uma%20Teoria%20dos%20sujeitos%20da%20Linguagem.pdf Acesso em 12 set. 2020.

CHARAUDEAU, Patrick. Uma análise semiolinguística do texto e do discurso. In: PAULIUKONIS, Maria Aparecida; GAVAZZI, Sigrid (Orgs.). **Da língua ao discurso**: reflexões para o ensino. Rio de Janeiro: Lucerna, 2005. p. 11-27.

CHARAUDEAU, Patrick. Identidade social e identidade discursiva, o fundamento da competência comunicacional. In: PIETROLUONGO, M. (Org.) **O trabalho da tradução**. Rio de Janeiro: Contra Capa, 2009, p. 309-326.

CHARAUDEAU, Patrick. **Linguagem e discurso**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2019a.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. Tradução de Angela M. S. Corrêa. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2019b.

FERES, Beatriz dos Santos; RIBEIRO, Patrícia Ferreira Neves; MONNERAT, Rosane Santos Mauro. Rostos, afetos e intencionalidade: análise semiolinguística de marcas da pandemia. **Linha D'Água**, [S. l.], v. 34, n. 1, p. 60-80, 2021. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/linhadagua/article/view/178998> Acesso em: 20 jul. 2021.

FERES, Beatriz dos Santos. Da interpretação à compreensão de textos. In: Glayci Xavier; Ilana Rebello; Rosane Monnerat. (Org.). **Semiolinguística aplicada ao ensino**. São Paulo: Contexto, 2021, p. 79-96.

MACHADO, Ida Lucia. O ato de linguagem segundo a Semiologia: implicações, explicações e aplicações práticas. **Gragoatá**, Niterói, v.24, n. 50, p. 760-772, set.-dez. 2019. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/gragoata/article/view/34125/23354> Acesso em: 13 jan. 2020.

MONNERAT, Rosane. O olhar discursivo para uma metodologia integrada. In: Glayci Xavier; Ilana Rebello; Rosane Monnerat. (Org.). **Semiologia aplicada ao ensino**. São Paulo: Contexto, 2021, p. 41-57.

MORAIS, Eduardo Pantaleão de. **O macroethos racional e o afetivo na argumentação do julgamento do impeachment da ex-presidente Dilma Rousseff**. Campinas/SP: Pontes Editores, 2019.

MOURA, João Benvindo de. **Análise discursiva de editoriais do Jornal Meio Norte: um retrato do Piauí**. Teresina/PI: EDUFPI, 2020. Disponível em: <http://editorapathos.com.br/analise-discursiva-de-editoriais-do-jornal-meio-norte-um-retrato-do-piaui/> Acesso em 10 ago. 2021.

PERELMAN, Chain; OLBRECHTS-TYTECA, Lucie. **Tratado da argumentação: a nova retórica**. 3. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2014.

PIRIS, Eduardo Lopes. **O ethos e o pathos no hipergênero "primeira página"**. Análise discursiva das edições de abril de 1964 dos diários Correio da Manhã e o Globo. 2012. Tese (Doutorado em Filologia e Língua Portuguesa) - Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2012.

REBELLO, Ilana. A semiologia vai para a escola. In: Glayci Xavier; Ilana Rebello; Rosane Monnerat. (Org.). **Semiologia aplicada ao ensino**. São Paulo: Contexto, 2021, p. 15-39.