

ESTRATÉGIAS DA CONSTRUÇÃO DO ESCÂNDALO NO DISCURSO JORNALÍSTICO EM TEXTOS MULTIMODAIS RELAÇÃO ORIENTADORA E ORIENTANDA E SUA INFLUÊNCIA NA CONSTRUÇÃO DA TESE

Deborah Gomes de PAULA (PUC-SP/UNIP)

RESUMO

O presente artigo tem o objetivo de destacar a relação entre orientadora e orientanda e sua influência na elaboração da tese de Doutorado, sob título “Estratégias da construção do escândalo no discurso jornalístico em textos multimodais” defendida em 2017 no Programa de Estudos Pós-graduados em Língua Portuguesa da PUC-SP sob orientação da Profa. Dra, Regina Célia Pagliuchi da Silveira. Entendo que para refletir sobre a trajetória da elaboração da tese é importante considerar a perspectiva da pesquisa-ação, pois segundo Thiollent (1985) essa abordagem estabelece uma relação entre os participantes envolvidos de modo cooperativo e/ou participativo na situação-problema, como é o caso entre a orientadora e a orientanda.

Palavras-chave: Orientador e Orientando; escândalo; discurso jornalístico; Regina Célia Pagliuchi da Silveira

ABSTRACT

This article aims to highlight the relationship between supervisor and student and its influence on the preparation of the Doctoral thesis, under the title “Strategies for the construction of scandal in journalistic discourse in multimodal texts” defended in 2017 in the Postgraduate Studies Program in Language Portuguese from PUC-SP under the guidance of Prof. Doctor, Regina Célia Pagliuchi da Silveira. I understand that to reflect on the trajectory of the thesis preparation it is important to consider the perspective of action research, as according to Thiollent (1985) this approach establishes a relationship between the participants involved in a cooperative and/or participatory way in the problem situation, as is the case between the advisor and the student.

Keywords: Advisor and Mentee; scandal; journalistic discourse; Regina Célia Pagliuchi da Silveira

Apresentação

De modo geral, os professores orientadores que conseguem conciliar inteligência, competência e experiência são muito raros e, nesse caso, tivemos o imenso privilégio de conviver e a grande oportunidade de sermos guiadas pelo caminho da pesquisa acadêmica na Pós Graduação, pela Profa. Regina Célia Pagliuchi da Silveira.

No início da jornada na pós graduação, ficamos muito empolgadas por podermos nos aproximar de uma pessoa tão culta e com um olhar que parecia decifrar tudo que via. Nós achávamos que era como um superpoder, mas depois entendemos que nossa olhar era afetivo e muito pessoal e, por outro lado, a orientadora valorizava características mais técnicas, ligadas à qualificação desta orientanda.

Desse modo, buscamos a qualificação com muita dedicação a todo processo acadêmico que, segundo a Profa. Regina, envolvia aulas, leituras, projetos, monografias, seminários, escritas e reescritas, conversas, discussões, debates, congressos, curiosidades, risadas (de nós mesmas), viagens, gastronomia, arte, observação, humildade, silêncios e muita escuta.

Após esse processo inicial, pudemos construir uma relação orientadora e orientanda muito singular, intersubjetiva, complexa e rica em detalhes que, por meio da convivência, resultou em uma tese que contribuiu para a sistematização e consolidação do conhecimento científico e, também, valores éticos.

Discurso ou discursos

De modo geral, a análise do discurso baseia-se na ideia de discurso no singular, mas, na realidade, estuda discursos. Assim, ocorrem alguns desafios que interferem na perspectiva das análises, ou seja, é possível observar vários aspectos manifestados em língua, por meio dos discursos.

Do ponto de vista dos discursos, as análises podem descrever as interações sociais, os gêneros discursivos e as relações humanas entre outros aspectos, devido à diversidade de práticas discursivas.

Com as novas tecnologias, ocorre um tipo de hibridismo nas práticas discursivas, na medida em que os discursos, em sua origem, são captados e ressignificados em outros meios de comunicação, com características e objetivos diferentes. E mais, é importante considerar os discursos que estão transitando, ou seja, “orbitando” o processo de comunicação.

Assim, para a nossa formação como pesquisadora e docente, a orientação da Profa. Dra. Regina Célia Pagliuchi da Silveira foi fundamental, em especial, na elaboração da tese de Doutorado.

Segundo a perspectiva construída na tese, a partir da análise do discurso jornalístico, os estudos discursivos mais recentes levam em consideração analisar as identidades e as relações de poder que se instauram entre os indivíduos em sociedade. Assim, tem-se por pressuposto as relações sociais que influenciam a produção de linguagem segundo o princípio da alteridade na relação Eu x Tu. Para tanto, do ponto de vista discursivo, é importante considerar a legitimação dos padrões de comunicação.

Entretanto, a legitimidade não ocorre somente no ato linguístico, mas também constrói a credibilidade a partir de estratégias discursivas decorrentes da adesão do público focalizado.

Para nossa surpresa, durante nossas conversas, a Profa. Regina Célia identificou que o modo que construímos o problema de pesquisa privilegiava um objeto de pesquisa mais abrangente, multifacetado.

É neste ponto que, segundo a visão da orientadora, foi necessário considerar a dualidade das dimensões interacional (eu x tu) e interativa (eu x texto). Sendo assim, iniciamos a configuração de uma base teórica que contemplasse essas dimensões.

Modos de organização do discurso pela perspectiva sociointeracional

De acordo com Charaudeau (2008), são quatro as estratégias discursivas: 1. identificar o público-alvo e a relação que se quer estabelecer; 2. a representação do enunciador; 3. a forma de afetar o público e, 4. os modos de organização do discurso que possibilitam descrever os acontecimentos segundo o ponto de vista adotado.

O contato com o interlocutor ocorre por meio de processo de regulação interacional de acordo com os modelos de comunicação em ocorrência no grupo social em que está inserido. A construção da representação do enunciador considera um modelo de credibilidade, de confiança. Assim, ocorre um processo de identificação de critérios de adesão.

Para a construção da adesão, temos de considerar a emoção e os sentimentos do interlocutor de modo a seduzir ou, ainda, provocar uma reação. Charaudeau chama de processo de dramatização quando ocorrem estratégias discursivas com o objetivo de estabelecer redes emocionais.

Assim, ao organizar a descrição dos acontecimentos, podemos descrever e narrar os eventos que nele são produzidos ou podemos tentar explicar o como e o porquê de tais

eventos. Para fazer isso, o sujeito falante recorrerá a modos de organização discursiva seguindo uma determinada retórica narrativa e argumentativa. Tal fato corresponde a um processo de *racionalização*, que se aplica, por sua vez, aos outros processos, fazendo com que o discurso se construa num jogo de vaivém entre esses elementos.

No momento da feitura do texto de pesquisa, encontrávamo-nos aos cuidados da Profa. Regina em sua casa de férias, em Serra Negra (SP). Lá assistíamos à televisão que transmitia a notícia do acidente de helicóptero sofrido por um político que, infelizmente havia falecido.

De acordo com a Profa. Regina Célia, era importante observar como ocorria a captação do acontecimento no mundo e, também, verificar a subversão na construção do fato noticioso.

Assim, com base nas noções de captação e subversão apresentadas por Maingueneau (2004), foi possível pensar na apropriação e manipulação dos textos. Para o autor, a noção de captação é usada em diferentes dimensões: uma é retórica da captação do auditório e, a outra é interdiscursiva.

As configurações discursivas decorrem das situações de comunicação, por exemplo, o discurso midiático, segundo Charaudeau (2004), consiste em pôr em cena a informação de modo que essa participe do espetáculo que visa sensibilizar o espectador.

Desse modo, a captação ocorre por meio da sedução e persuasão para que o interlocutor dê adesão à ideia e, desse modo, incorpore a intencionalidade e os valores em circulação na situação de comunicação.

Segundo Maingueneau, as relações interdiscursivas possibilitam evidenciar um reinvestimento de um texto ou de um gênero de discurso. A captação busca transferir para outro discurso informações do texto-fonte, ou seja, propicia a manutenção do tema.

A subversão é intertextual, pois a imitação permite a alteração dos sentidos, ou seja, ocorre a paródia com intencionalidade diferente, que leva a questionar a legitimidade da ação ou do indivíduo, por meio do processamento da informação, a partir do texto enunciado.

De modo geral, entende-se que a linguagem representa um estado de coisas no mundo; assim, o desafio agora era entender quais são os sentidos veiculados a partir do acontecimento? E como esse acontecimento se constitui e é constituído por certa situação comunicativa? A Profa. Regina, mais uma vez, traduziu esse questionamento e sugeriu a relação entre o que é lícito e o que é ilícito.

As estratégias da construção do escândalo: o lícito e o ilícito

Para Thompson (2002) o escândalo é aquilo que transgride os valores, normas, códigos morais, aos quais são atribuídos valores de verdade. O escândalo construído no discurso jornalístico é constituído por estratégias de tornar o lícito em ilícito, ou seja, ocorre a ressemantização de valores morais e éticos. Os escândalos são construídos e explorados pela mídia devido o valor da notícia, ou seja, porque vende mais jornal e, com isso, atrai mais leitores e espectadores.

A modalidade implica probabilidades e/ou obrigatoriedades envolvidas no que se diz considerando as polaridades de valores positivos e negativos, incorporados nos valores. Desse modo, ocorre uma inter-relação entre os modelos e esquemas sociais decorrentes do paradigma social vigente (VAN DIJK, 2012).

De acordo com o paradigma social vigente e as ocorrências no mundo, temos, a partir das cognições sociais, a gradação entre o lícito e o ilícito em alguns casos analisados, por exemplo, da pequena infração para crime hediondo.

Segundo Ferreira (1975, p. 618) o termo lícito, no dicionário, refere-se “àquilo que se encontra em conformidade com a lei; de acordo com os princípios do direito. Em que há justiça; que se permite; permitido. Que se pode admitir ou justificar; justificável. Aquilo que é justo; o que é admitido; legítimo”.

Já o termo ilícito refere-se “aquilo que se opõe ao que é lícito; contrário à lei; ilegal. Que se opõe aos princípios morais: comportamento ilícito. Característica ou particularidade daquilo que não é legal; inaceitável de acordo com a moralidade. Ação ilícita; ilicitude” (FERREIRA, 1975, p. 706).

A construção do escândalo está entre o lícito, o velado, a expectativa e o ilícito, o revelado, a quebra de expectativa. A expectativa, ou o que está em jogo para qualquer ato de linguagem, corresponde a uma intencionalidade psicossocial e discursiva do interlocutor, que tem, em perspectiva, um sujeito destinatário ideal, já que ele não tem domínio dos efeitos produzidos.

Desse modo, para melhor identificar o que é lícito e ilícito, fez-se necessário apoiar nas contribuições da Linguística Sistemico Funcional. Assim, as categorias – ideacional, textual e interpessoal - manifestam-se em forma linguística, na medida em

que a ideacional trata da representação da experiência, um modo de modelar a realidade por meio da língua, ou seja, trata da regulação dos discursos que são mobilizados com suas metáforas, implícitos, estilos e vocabulário. A relação dessas características discursivas com outros fatores não discursivos são formas de mensurar e de avaliar os modos de organização social, seus aspectos ideológicos e hegemônicos.

Já as relações interpessoais tratam do processo de interação social da língua como ação e serve para expressar as relações sociais e pessoais por meio dos usos da língua. Assim, a categoria interpessoal incorpora a identitária (como o enunciador se representa no discurso) e a relacional (como se relaciona com os outros participantes). A textual refere-se ao registro da comunicação na materialidade do texto.

Na construção do texto, o discurso é representado de modo idealizante como fonte social, pois a estrutura social sofre influência de diversas orientações: econômica, política, cultural, ideológica, entre outras.

Segundo Charaudeau (2008), o discurso jornalístico é, desse modo, um *tipo* de discurso definido de maneira ideal que se concretiza por diferentes gêneros que variam de acordo com: o tipo de *legitimidade* do qual goza o enunciador (empresa-jornal), a natureza do objeto de fala (ou objeto de busca) que constitui o “fazer crer” e o “dever crer”, e o lugar atribuído ao sujeito influenciado. O discurso jornalístico se desenvolve numa tripla função entre a jornalística, a concorrência (outros veículos de mídia) e o público.

O desafio era sistematizar um modo de análise que conseguisse identificar o posicionamento do leitor. Como saber se o texto fez o leitor acreditar? Mais uma vez, a Profa. Regina Célia sugere as contribuições de Austin para dar suporte às análises nas dimensões interativas e interacionais.

O ato perlocucional e o princípio da felicidade

Para Austin (1990), o modo idealizante não basta avaliar a veracidade de um enunciado, conferindo a correspondência entre o que ele anuncia e o que pretende refletir, pois é preciso também, considerar o propósito com que o enunciado descreve algo. Não é suficiente caracterizar um enunciado dizendo que ele é verdadeiro ou falso, é necessário avaliar o seu grau de adequação às circunstâncias em que foi emitido. A linguagem não é exclusivamente descritiva nem mesmo em suas sentenças declarativas, diz Austin. A

descrição dos estados das coisas existentes no mundo e a transmissão de informações não são as únicas funções da linguagem, pois um enunciado pode desempenhar funções muito diferenciadas e realizar atos variados. Um falante não está meramente registrando um estado de coisas, transmitindo uma informação.

A dimensão ilocutiva realiza-se no enunciado, deixa marcas como perguntas, advertência, promessas, ameaças, entre outras, que tendem a levar o interlocutor a uma ação conforme a força ilocucionária do enunciado. A dimensão perlocutiva é a consequência causada pela força ilocucionária do interlocutor, é a ação esperada e instigada pelo locutor.

O ato perlocucional é aquele que se realiza pela linguagem e não na linguagem, como no caso ilocucional. O ato perlocucional é o resultado do ato ilocucional e depende do contexto de enunciação para conseguir o efeito projetado pelo enunciador.

A argumentação é um processo que resulta de uma convenção linguística (verbal ou não verbal), que utilizam os atos de fala, mas que vai além do elemento linguístico, na medida em que não pode ser apenas resultado de um elemento, mas sim de um processo performativo. Desse modo, o ato performativo circunscreve o processo argumentativo a partir das perspectivas de realização dos atos de fala.

Sem se confundir com uma mera locução, este novo acontecimento é a realização dum ato ilocutório sujeito não apenas aos valores da verdade ou da falsidade, mas também aos valores inerentes à credibilidade e à sinceridade do locutor, à clareza ou obscuridade da exposição, à capacidade para levar outros à satisfação da resposta a uma pergunta, à aceitação dum conselho. É um ato passível de aproximar-se dos atos ilocutórios, atos que acontecem enquanto se produz o discurso, mostrando como deve ser compreendido no momento em que é produzido, ou seja, como um conselho, uma ordem, um aviso, em suma: como um ato convencional (cf. Austin, 1990).

Segundo Austin, este acontecimento abrange ainda outra gama de atos discursivos, os atos perlocutórios que, pelo fato de serem ditos ou mostrados, dão lugar a efeitos, a consequências imediatas ou mediatas. Pertencem a este tipo de acontecimento a ameaça de fazer explodir um avião, de manter indivíduos prisioneiros sequestrados, a declaração de desvalorização da moeda, da subida da gasolina, atos validados pela autoridade da pessoa competente para os anunciar e em pleno uso dos seus direitos.

Os veículos midiáticos entendem a importância destes atos e, por isso, não só lhes conferem notoriedade pública, alargando indefinidamente o âmbito e o alcance das

transformações que operam no mundo, como também realizam novos atos ilocutórios e perlocutórios, de acordo com as suas próprias regras enunciativas.

Segundo Rodrigues (1988), os meta-acontecimentos são fatos discursivos não regidos pelas regras do mundo natural dos acidentes, mas pelas regras do mundo simbólico, do mundo da enunciação. A mídia, relatando um meta-acontecimento, produz, além do acontecimento relatado, o relato do fato, como um novo acontecimento que vem integrar o mundo.

A atividade de persuasão e de sedução é constitutiva do discurso político, já que, na democracia, é necessário conquistar o poder ou geri-lo com a aprovação popular. Não basta somente que a fala política seja dirigida a um público, mas é preciso também tentar influenciá-lo.

Podemos, desse modo, de acordo com Charaudeau (2008), ver como o contrato do discurso político pode ser desviado para fins de persuasão, utilizando estratégias que podemos chamar de manipuladoras, porque operacionalizam um iludir voluntário, o que põe o sujeito manipulador fora de qualquer postura ética.

O discurso jornalístico não enaltece uma marca, mas visa a prevenir e/ou incitar certos infortúnios, a dissuadir as populações de agir de certa maneira, a incitar a adotar certos comportamentos.

Outro ponto a ser debatido entre orientadora e orientanda. Novamente ocorre um dilema: como identificar os comportamentos que foram incitados por meio das notícias? Quais comportamentos serão identificados? Segundo sugestão da Profa. Regina, faz-se necessário tratar do discurso sensacionalista.

O discurso sensacionalista

A comunicação como um processo de reprodução simbólica vai distinguir os símbolos que representam a realidade e que dão sentido à interação humana configurando uma operação ideológica. Assim, a atividade jornalística é eminentemente ideológica. Apreender os fatos e retratá-los, através de veículos de difusão coletiva, significa nada mais, nada menos, que projetar visões de mundo. É exatamente isso que os jornalistas fazem cotidianamente. Atuam como mediadores entre os acontecimentos, seus protagonistas e os indivíduos que compõem um universo sociocultural (público destinatário) (MELLO, 1994).

Danilo Angrimani (1995) define sensacionalismo como a extrapolação do real,

[...] Sensacionalismo é tornar sensacional um fato jornalístico que, em outras circunstâncias editoriais, não mereceria este tratamento. Como o adjetivo indica, trata-se de sensacionalizar aquilo que não é necessariamente sensacional, utilizando-se para isso de um tom escandaloso, espalhafatoso. Sensacionalismo é a produção de noticiário que extrapola o real, que super dimensiona o fato. Em casos mais específicos, inexistente a relação com qualquer fato e a “notícia” é elaborada como mero exercício ficcional [...] Um noticiário sensacionalista tem credibilidade discutível [...] (ANGRIMANI, 1995 p. 16).

Ainda segundo o autor

[...] sensacionalismo é basicamente uma forma diferente de passar uma informação; uma opção; uma estratégia dos meios de comunicação. Mesmo um telejornal (ou radiojornal) não-sensacionalista pode ter em alguns momentos de sua produção momentos sensacionalistas [...] A apresentação deve ser chocante, exigindo o envolvimento emocional do público [...] (ANGRIMANI, 1995, p. 41).

Para Angrimani (1995), o veículo que adota a linguagem sensacionalista nos seus editoriais é visto de forma pejorativa perante os demais, pois, desde a sua origem, o termo esteve relacionado com inverdades, falta de apuração, erros e desvios jornalísticos. O autor, que pesquisou o impresso *Notícias Populares*, apontou que até mesmo fatos fictícios, com manchetes alarmantes, eram noticiados para chamar a atenção do leitor.

Segundo Pedroso (2001), para tornar uma notícia espetacular e sensacional exagera-se na linguagem, na cobertura do fato e nas imagens, buscando a comoção e o envolvimento emotivo do público.

O sensacionalismo é a exploração desse fascínio pelo extraordinário, pelo desvio, pela aberração, pela aventura, que é suposto existir apenas na classe baixa. E é no distanciamento entre leitura e realidade que a informação sensacional se instala como cômica ou trágica, chocante ou atraente.

Pedroso (2001) afirma que jornalismo sensacionalista produz informações que passam por critérios de intensificação e exagero gráfico, temático, linguístico e semântico, contendo em si valores e elementos desproporcionais, destacados, acrescentados ou subtraídos no contexto de representação ou reprodução do real social. Conforme a autora, a repetida exposição da violência e da desgraça alheia são ingredientes indispensáveis para o sensacionalismo nas notícias.

No jornalismo impresso, é através das manchetes que o leitor tem o primeiro contato com a notícia. Elas devem atrair o consumidor para a compra daquele produto, por isso, precisam despertar a atenção e o interesse do público. Para Pedroso.

[...] o trabalho de manipulação do noticiário precisa continuar na próxima edição, apresentando, novamente, o singular numa embalagem espetacular, capaz de provocar sensações, medos, ansiedades, curiosidades, fantasias, projeções, identificações. E as sensações são desprovidas de um sentimento estético, pois não estabelecem uma relação com o senso crítico do leitor. PEDROSO (2001, p. 4),

A comunicação com caráter mais simultâneo e menos linear da organização de informações provoca mudanças nas formas de percepção dos indivíduos/usuários das novas mídias.

As funções não são estáticas no processo, ou seja, o indivíduo em sociedade tem de se portar como produtor e leitor/receptor de mensagens ao mesmo tempo. A convergência de linguagens e gêneros exige do indivíduo a ativação e mistura de vários códigos, criando linguagens e gêneros híbridos.

Ocorre, ainda, mudanças no espaço-tempo da construção da informação nas novas mídias, uma vez que o tempo do acontecimento no mundo são sobrepostos e justapostos dependendo do ponto de vista e veículo transmissor. A notícia transmitida hoje de manhã se encadeia à notícia da tarde e à de ontem, da semana passada ou de alguns anos atrás.

Com as novas possibilidades de reescrita, reedições das informações, a própria intergenericidade propõe uma nova organização temporal narrativa, de começo, meio e fim que de modo geral, as mídias tradicionais utilizavam como a categoria Antecedente, da estrutura da notícia.

Com a disseminação da internet, temos a circulação de bens culturais por meio do compartilhamento, sendo assim, não há controle das instituições midiáticas, uma vez que, a noção de compartilhamento implica a inclusão e o acesso de arquivos. Assim todos assumem o papel de produtor e leitor/receptor dos conteúdos.

A flexibilização da legitimação cultural, ou seja, um tipo de licenciamento que possibilita a transitividade das informações nesse novo espaço, permite a reprodução para determinadas finalidades, facilitando a circulação de bens de consumo cultural.

Nessa nova arena pública, o fluxo de informações pelas redes digitais potencializa a mobilização e participação política. Desse modo, é importante verificar que o acesso à informação não significa que o leitor/receptor será levado obrigatoriamente a uma maior

participação política e social. Ainda que a internet seja utilizada como ferramenta de mobilização e integração, também se verifica, por um lado, grande dispersão no uso desse recurso, pois traz dificuldades de seleção devido à grande quantidade de informações disponíveis e, por outro lado, os indivíduos tendem a se isolar privilegiando as interações propiciadas pela internet.

O surgimento de uma nova tecnologia não indica o fim das mídias anteriores, na realidade elas coexistem ao longo da história, mas o aumento de influência de um novo meio pode provocar mudança nas demais, ou seja, ocorre a assimilação/incorporação.

Na tentativa de estabelecer instâncias de análise incorporando todas as abordagens teóricas, propusemos um quadro, a seguir:

Ilocucional	Intenção	Identificação do objeto Contextos	A visada de prescrição Contar	Lícito/Ilícito	Fazer crer	Estratégia de credibilidade
Locucional	Construção objetiva	Explicar, definir	A visada da informação		Fazer saber	Estratégia de legitimação
Ilocucional	Construção subjetiva	Incitar, contar	A visada da incitação	Escândalo	Fazer sentir	Estratégia de captação
Sensacionalismo Manipulação	Escândalo	Ódio Violência Indignação	Jocoso Riso/ Risível	Profetizante Compaixão		

É importante destacar que as supostas reações, emoções como reflexo do comportamento dos leitores, como ódio, violência e jocosidade foram sugestões da Profa. Regina Célia, na época substituindo a Profa. Ana Rosa que ministrava uma disciplina tratando dessas temáticas. A Profa. Regina era assim, incorporava as tendências e as colocava em prática.

Considerações finais

Em síntese, a construção do escândalo pelo sensacionalismo transforma o lícito em ilícito para verificar o que os jornais objetivam de seus leitores com a notícia jornalística. O escândalo envolve a transgressão de certos valores, normas ou códigos. Esta transgressão é situada entre a transformação do lícito em ilícito.

A transformação do ato lícito em ato ilícito decorre de um processo de sensibilização com o objetivo de causar uma reação emocional no leitor, uma sensação. Desse modo, a partir da contribuição do modelo sócio-comunicacional de Charaudeau e

os atos de fala de Austin, analisamos a transgressão ao transformar o ato lícito em ilícito e as reações causadas pelo fazer saber, fazer crer e fazer sentir.

O discurso jornalístico constrói um fato noticioso direcionado pela área semântica, ou seja, a questão social transformada em acontecimento, e a questão social é da sociedade e permeia vários meta-acontecimentos, porque é uma questão que incomoda a empresa-jornal, que será transformada em escândalo.

Os pesquisadores, de modo geral, ocupam-se da observação do objeto de estudo de modo especializado e direcionado. Assim buscamos reunir outras abordagens teóricas que pudessem contribuir com a observação do objeto em vários aspectos ao mesmo tempo.

O papel da orientadora, mais uma vez, foi fundamental, pois ao concluir a pesquisa e apresentar para a Profa. Regina fomos surpreendidas mais uma vez por seu olhar arrojado.

Permanece, na nossa memória, o que ela disse ao ler a tese: “não é isso que você está fazendo, não é nada disso! Na realidade o que você está propondo é um novo modo de análise, uma metodologia”. Pensou um instante e disse: “Vamos chamar de meta-modelo”.

Confessamos que após o choque inicial foi necessário um tempo para entender o que ela enxergava tão claramente no nosso trabalho e ela imediatamente perguntou: “quanto tempo?” Ao que respondemos: “uns três dias”. Ela meneou a cabeça concordando e confirmou: “estarei aqui, pode me chamar”.

Desse modo, construiu-se um meta-modelo que sequencia os atos de fala para o mesmo texto. Assim, a partir das contribuições do modelo sócio-comunicacional de Charaudeau, foi possível verificar a intenção de quem fala ao fazer saber algo, fazer crer no que está sendo dito e fazer sentir uma emoção a partir do dito; dessa forma, é possível verificar o princípio de felicidade proposto por Austin ao constatar a execução e a realização projetada pelo enunciado, por meio da palavra.

Bem, a Profa. Regina estabeleceu um relacionamento construtivo, um espaço propício e efetivo para a geração de conhecimentos. Ensinou que a pesquisa diz respeito aos nossos valores e crenças. Sim, ela tinha um olhar que decifrava códigos de todos os tipos, enxergava o valor das coisas, dos textos e das pessoas. Todos os dias fazemos o trabalho docente com gratidão, orgulho e respeito, sempre pensando na generosidade que ela demonstrava ao nos apresentar novas formas de pensar o mundo.

Referências bibliográficas

ANGRIMANI, Sobrinho Danilo. *Espreme que sai sangue*. Um estudo do sensacionalismo na imprensa. São Paulo: Summus, 1995.

AUSTIN, J. L. (1962), *Quando Dizer e Fazer*. Porto Alegre: Artes Medicas.1990.

CHARAUDEAU, Patrick & MAINGUENEAU, Dominique. *Dicionário de análise do discurso*. Coordenação da tradução Fabiana Komesu. São Paulo: Contexto, 2004.

CHARAUDEAU, Patrick. *Linguagem e discurso: modos de organização*. São Paulo: Contexto, 2008.

FERREIRA, Aurélio B. H. *Novo Dicionário da Língua Portuguesa*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1975.

MAINGUENEAU, D. (1987) *Novas Tendências em Análise do Discurso*. Trad. brasileira, 3º ed. Campinas, São Paulo: Pontes Editora da Unicamp, 1997.

MAINGUENEAU, Dominique. *Análise de textos de comunicação*. 2º edição. Trad. Cecília P. de Souza-e-Silva, Décio Rocha. São Paulo: Cortez, 2002.

MELO, José Marques de. *A opinião no jornalismo brasileiro*. Petrópolis, Vozes, 1994.

PEDROSO, Rosa Nivea. *A produção do discurso de informação num jornal sensacionalista*. UFRJ - Rio de Janeiro- RJ/ Escola de Comunicação, 2001.

RODRIGUES, Adriano Duarte. *O acontecimento*. In: TRAQUINA, Nelson. *Jornalismo: questões, teorias e “estórias”*. Lisboa: Vega, 1993.

THIOLLENT, M. *Metodologia da Pesquisa-Ação*. São Paulo: Cortez,1985.

THOMPSON, J. *O escândalo político: poder e visibilidade na era da mídia*. São Paulo: Vozes Editora, 2002.

VAN DIJK, T. A. *Discurso e Contexto uma abordagem sociocognitiva*. Trad. Rodolfo Ilari. São Paulo: Contexto, 2012.