

A POLITIZAÇÃO DO DISCURSO RADIOFÔNICO

Paula D'andrea Guaraldo

Orientador(a): Sheila Fernandes Pimenta e Oliveira (Uni-FACEF Centro Universitário de Franca)

Dois fenômenos podem ser observados atualmente no rádio AM brasileiro: a grande popularidade alcançada pelos locutores radiofônicos e a sua participação no processo de disputa eleitoral devido à politização de seus discursos. Esses profissionais têm se destacado e se eleito para exercerem mandatos nas diversas instâncias de representação popular. São inúmeras as relações entre política, mídia radiofônica e sociedade que podem ser discutidas. Nesse sentido, este estudo pretende mostrar a perspectiva do comunicador radiofônico eleito acerca de sua atuação tanto no rádio como na política e, principalmente, como se justifica o sucesso obtido nas urnas. Optamos por ilustrar esta pesquisa por meio de um estudo de caso, entrevistando o locutor Marcelo Valim que ingressou na política, como vereador, nas eleições do ano de 2004, na cidade de Franca. Os objetivos desta pesquisa são: analisar a relação entre ouvintes do rádio AM e radialistas e observar como ocorre o processo de transformação dos locutores em radialistas-políticos e dos rádio-ouvintes em ouvintes-eleitores; demonstrar, através da perspectiva do comunicador radiofônico eleito, a sua identificação com a respectiva atuação no rádio, na política e, principalmente, se o sucesso obtido nas urnas se justifica por sua condição de radialista. Nossa principal meta é verificar como se dá o processo de politização dos discursos radiofônicos populares, quais são os gêneros mais propícios a essa politização e como esses gêneros instrumentalizam os radialistas.

ANÁLISE DA ARGUMENTAÇÃO E DA SUBJETIVIDADE NO DISCURSO DA REVISTA "CAPRICHIO"

Maíra Avelar Miranda (UFMG)

Orientador(a): Wander Emediato de Souza (UFMG)

Este projeto prevê uma descrição sistemática de índices e categorias da argumentação e da subjetividade no discurso da revista *Capricho*, -mais especificamente da seção "Vida Real" desta revista, nas publicações de 2004 -sendo que a análise não se limita apenas a uma descrição dos enunciados, mas abrange também uma análise da enunciação e da intersubjetividade que constitui este processo. O estudo teórico da argumentação e da subjetividade é de fundamental importância para uma melhor compreensão do funcionamento da comunicação humana. É notória a relevância dessas duas categorias no entendimento dos discursos sociais e suas estratégias de adequação e de influência. Este estudo também nos abre campo para pensarmos em questões sociais da contemporaneidade e o próprio papel do discurso da mídia e da sua influência. Especificamente, o objeto de estudo escolhido para se efetuar o estudo aqui proposto, permite que possamos estudar como se dão as relações de intersubjetividade entre as adolescentes e aqueles que projetam o mundo delas. Isto remete diretamente à construção de imaginários sócio-discursivos que nos atravessam e dizem respeito a questões da contemporaneidade. Como podemos ver, o estudo da argumentação e da subjetividade na revista "*Capricho*"

nos permite refletir sobre questões que nos dizem respeito não apenas socialmente, mas também sobre a maneira como nos implicamos enquanto sujeitos contemporâneos e como utilizamos da argumentação como estratégia de influência e propagação de ideais discursivos.

ANÁLISE DAS CAPAS DA REVISTA CLÁUDIA DE DIFERENTES ÉPOCAS, SEUS RECURSOS LINGÜÍSTICOS E ESTRATÉGIAS DISCURSIVAS UTILIZADAS PARA CONSTRUÇÃO DA IMAGEM DA MULHER

Thiago de Aveiro Rufino, Thais Quintino Vianna

Orientador(a): Naia Sadi Câmara (Centro Universitário Barão de Mauá)

Este trabalho tem como objetivo analisar as capas da revista Cláudia, entre os anos de 60 e 2000, que revelam diversas mudanças ocorridas no universo feminino. Os veículos de comunicação, quando vendidos ao público alvo, transmitem não apenas informação, mas todo um ponto de vista, valores e ideologias por eles defendidas. O leitor e expectador por sua vez, recebem a mensagem e é esta troca, entre a emissão e a captação que forma a opinião. Através desse trabalho de análise e pesquisa, com base nas teorias semióticas, pretendemos identificar a mulher que a revista Cláudia constrói e a mulher que com a mulher se identifica. Estudaremos ainda, as estratégias discursivas utilizadas para compor o discurso de Cláudia, os recursos linguísticos que a revista utiliza e as imagens por ela expostas. Assim, pretendemos revelar qual a imagem de mulher que a revista veicula: mulheres definitivamente libertas das convenções sociais e imposições machistas ou mulheres conservadoras.

AS DIFERENTES CONSTRUÇÕES LINGÜÍSTICAS EM TEXTOS PUBLICITÁRIOS. O RECURSO UTILIZADO EM CADA UMA DELAS PARA ATIVAR A INTERAÇÃO ENTRE OS INTERLOCUTORES (PROPAGANDA - PÚBLICO).

Simone Cristina Mussio (UFSCAR)

Orientador(a): Marília Blundi Onofre (UFSCar)

O trabalho que apresentaremos objetiva apontar as marcas enunciativas que caracterizam o texto publicitário como tal. Para tanto apoiamos-nos na Teoria das Operações Enunciativas, referencial teórico proposto por Antoine Culioli, que estabelece a linguagem como forma de interação. Desta forma, buscamos observar quais as marcas linguísticas mais frequentes nas propagandas e como essas marcas orientam a um determinado objetivo. Sempre verificando como os recursos presentes nesta tipologia textual (texto propagandístico) persuadem, direcionam e atingem seu interlocutor (o público) e como este interpreta e interage com a mensagem inserida na propaganda. A pesquisa tem como meta, auxiliar tanto no ensino/aprendizagem de produção/interpretação de texto a alunos de escolas de 1º e 2º grau, como também servir de referencial para os próprios profissionais da área de comunicação.

O PROCESSO DE CONSTRUÇÃO DE CARTAS POLÍTICAS: CONFRONTO E PAIXÕES

Livia Roberta Zanatto Gumiero

Orientador(a): Marilda F. Vasconcelos (Centro Universitário Barão de Mauá)

A mídia veicula uma cultura cujas imagens e textos verbais ajudam a arranjar o tecido da vida pública, formando opiniões políticas e comportamentos sociais, e fornecendo o material com que as pessoas forcem sua identidade. A cultura da mídia nos impulsiona a definir o que é

considerado bom ou mau, positivo ou negativo, moral ou amoral. As imagens e as culturas da mídia fornecem recursos que ajudam a construir uma época marcada por grandes decisões políticas que criam as identidades pelas quais os indivíduos se inserem nas sociedades. Pretendemos, portanto, analisar o percurso gerativo de sentido e compreender como se constrói a imagem do político, por meio de cartas, visto que por elas que se estabelecem o primeiro contato entre destinador e destinatário da leitura. Assim, o trabalho nos permitirá uma análise intertextual de cartas: A Carta da Renúncia de Jânio Quadros enviada ao Congresso em 25 de agosto de 1961 e a Carta Testamento de Getúlio Vargas, 23 de agosto de 1954. Ressalta-se a paixão política, segundo teorias do modelo greimasiano, no nível do discurso, a intertextualidade e interdiscursividade para sustentar o discurso construído pelos presidentes.

TRADUÇÃO INTERSEMIÓTICA: O OLHAR DO CINEMA SOBRE HAMLET

Luiz Horácio dos Santos Junior (UNESP)

Orientador(a): Cleide Antonia Rapucci (Faculdade de Ciências e Letras - UNESP)

Este projeto visa a fazer uma análise das traduções para a linguagem cinematográfica da peça "Hamlet - príncipe da Dinamarca" (1601) de William Shakespeare realizadas pelos cineastas Laurence Olivier, Franco Zeffirelli e Kenneth Branagh. Para tal é proposto o cotejo das obras filmicas com o texto original com o objetivo de avaliar a essência de seus conteúdos, analisar pontos em comum e divergentes entre os três filmes/traduições e verificar se os cineastas mantiveram, através de soluções tradutórias, os efeitos de sentido propostos pelo autor e pressentidos pelos leitores do texto integral de Shakespeare.

VINHETA: O ENUNCIADO AUDIOVISUAL

Jaqueline Esther Schiavoni (UNESP)

Orientador(a): Maria Lúcia Vissotto Paiva Diniz (UNESP)

O trabalho acerca do conteúdo das vinhetas de telejornais faz parte do projeto de iniciação científica intitulado: "Telejornalismo: a informação recortada", que realiza uma análise comparativa dos programas "Cidade Alerta", "Jornal da Record" e "Edição de Notícias". As vinhetas, de modo geral, podem desempenhar tanto o papel de ornato, preenchendo apenas os espaços vazios, como também possuir uma significação, relacionando-se com o conteúdo da mensagem (em nosso caso, os telejornais) a ser transmitida. O intuito deste trabalho é destacar as figuras e os temas apresentados nas vinhetas de abertura de cada telejornal e relacioná-las com o projeto editorial dos programas já mencionados.