



Nunca desliga.

A construção de um ethos discursivo para o jornalismo Globo News: publicidade, cenografia e posicionamento



.com.br

ANDRESSA CAROLINE LEONARDO



PROFA. DRA. LUCIANA SALAZAR SALGADO

Fundamentação teórica

Tendo como corpus de referência duas campanhas publicitárias intituladas "Nunca", lançada em 2010, e "Informação é vital", de 2013, cinco vinhetas lançadas em 2014 e chamadas de programas e de aplicativos para celular do canal, a abordagem teórico-metodológica que seguiremos tem por base a constituição discursiva do ethos, tal como proposta por Dominique Maingueneau, inscrita no quadro teórico da Análise do Discurso de tradição francesa.

Metodologia

Consideraremos, conforme a teoria, que o ethos resulta da interação do ethos pré-discursivo, ethos discursivo (ethos mostrado), mas também os fragmentos do texto nos quais o enunciador (a definir qual seja, neste caso) evoca sua própria enunciação (ethos dito) diretamente ou indiretamente. Abaixo, o diagrama proposto por Maingueneau (2011).



*As flechas duplas indicam que há interação.

Objetivos

- Compreender como opera o telejornalismo atualmente, ao identificar o ethos discursivo da Globo News;
- Verificar se e como ocorre a relação dessa instituição com o ciberespaço e cibercultura;
- Avaliar em que medida o jornalismo produzido pela Globo News – e dela produtor – atende aos princípios fundamentais da deontologia.

Referências

BERTRAND, Claude-Jean. A deontologia das mídias/ Claude Jean Bertrand; tradução de Maria Leonor Loureiro. Bauru: EDUSC, 1999.

MAINGUENEAU, Dominique. A propósito do ethos. In: Ethos discursivo. Organizadores: Motta; Salgado. 2.ed. – São Paulo: Contexto, 2011.