

053

A IRONIA NO DISCURSO JORNALÍSTICO: O CASO DA REVISTA VEJA. *Marcelo Antonio Bocorny Allgayer, Marcia Benetti Machado (orient.) (UFRGS).*

"Veja" é a revista semanal de informação de maior circulação no país e a quarta no mundo. Com uma tiragem média de 1 milhão e 250 mil exemplares, exerce grande poder na formação da opinião pública brasileira. O objetivo da pesquisa, em andamento, é analisar o tom sarcástico da revista, partindo da hipótese de que ela se utiliza desta prática discursiva para desqualificar opiniões diversas da sua e legitimar-se como detentora de um saber incontestável. Neste trabalho, apresentamos um recorte da pesquisa, tratando especificamente da ironia – que se constitui, por definição, na tensão existente entre dois pólos, o do "sentido literal" e o do "sentido figurado". Como referencial teórico, recorreremos ao paradigma Construcionista, que compreende o jornalismo como um processo de interpretação do real e, conseqüentemente, de construção de sentidos sobre a realidade. O jornalismo é percebido como um campo do conhecimento, com regras próprias de produção, narração e leitura. Como metodologia, optamos pela Análise do Discurso (AD), que compreende o discurso como um efeito de sentidos entre sujeitos: o autor (jornalista), o leitor virtual que o autor imagina para seu texto (o leitor imaginado) e o leitor real que o interpreta. O corpus da pesquisa é constituído por 25 edições do ano de 2004. (BIC).