

O ethos discursivo implicado nas metodologias de pesquisa de opinião

Daniela Maria dos Santos Fernandes
Profa. Dra. Luciana Salazar Salgado

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A fundamentação teórica contempla, em linhas amplas, estudos sobre os efeitos de sentido e o estatuto compartilhado pelos sujeitos nas relações entre material linguístico e material extralingüístico. Para tanto, a investigação está embasada na noção de *ethos discursivo*, proposta por Maingueneau (2008 a e b), o que implica considerar a teoria das *cenas da enunciação*. Notadamente, o ethos está vinculado a um funcionamento da maquinaria discursiva, que engloba três cenas: a *cena englobante*, a *cena genérica* e a *cenografia*. A cena englobante corresponde ao tipo de discurso; a cena genérica diz respeito ao contrato associado a determinado gênero; e a cenografia é construída pelo próprio texto, e não é necessariamente imposta pelo gênero. É na cenografia que o *fiador* do discurso está inserido, lugar de onde emerge o *ethos discursivo*, e o coenunciador, ao interpretar certo questionário, deve ser capaz de determinar em que cena englobante se situa, apoiando-se em estereótipos ligados aos *mundos éticos* evocados nas perguntas. Assim, à medida que a enunciação se desenvolve, ela legitima a cenografia em que se insere, procurando angariar a adesão do coenunciador.

OBJETIVOS

- Identificar como se estabelecem as relações entre interlocutores no segmento de pesquisas de opinião e quais os possíveis efeitos dessa forma de abordagem da opinião pública;
- Investigar como se organizam os roteiros estabelecidos pelas metodologias de pesquisas de opinião qualitativas e quantitativas – questionários basicamente – nos segmentos eleitorais e em pesquisas de marketing;
- Testar a produtividade do modelo teórico-metodológico proposto para a apreensão dos imaginários envolvidos em pesquisas de opinião.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- AMOSSY, Ruth. "Da noção retórica de ethos à análise do discurso". In: AMOSSY, Ruth (org.). *Imagens de si no discurso*. Tradução Dílson Ferreira da Cruz; Fabiana Komessu; Sírio Possenti. São Paulo: Contexto, 2005.
- GALTÉRIO, Thayara P. *Ethos, humor e publicidade: estratégias do discurso humorístico na construção e difusão de uma imagem corporativa*. 2013. Pró-Reitoria de Pesquisa da Universidade Federal de São Carlos/FAPESP. Relatório Científico de Iniciação Científica, 75p.
- GOLDENBERG, Mirian. *A arte de pesquisar: Como fazer pesquisa qualitativa em Ciências Sociais*. Rio de Janeiro: Editora Record, 8ª edição, 2004.
- GIBBS, Graham. *Análise de dados qualitativos*. Traduzido por Arntzen Editora S.A. São Paulo: Pensio-Gruppo A, 2009. (Coleção pesquisas qualitativas).
- MAINGUENEAU, Dominique. *A propósito do ethos*. In MOTTA; SALGADO (orgs.). *Ethos discursivo*. Trad. Luciana Salazar Salgado. São Paulo: Contexto, 2008.
- ... Cenas da enunciação. São Paulo: Parábola, 2008; pp. 51- 73



METODOLOGIA

Para uma abordagem seletiva, o conjunto de instrumentos em suas coletas qualitativas e quantitativas, os questionários selecionados serão divididos em 03 (três) modelos; a) o modelo de pesquisa de opinião eleitoral de metodologia quantitativa do Instituto Ibope de Inteligência; b) o modelo quantitativo em pesquisas de marketing do Conectaí; c) o modelo qualitativo em pesquisas de marketing também do Conectaí.



Figuras 1 e 2 inseridas no questionário Como você faz suas compras de roupas?

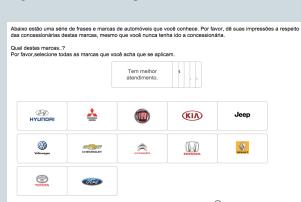


Figura 3 questionário Preferências automobilísticas

O que é liberdade para você?

A sociedade finalmente está mudando, acabando com preconceitos, e a propaganda tem que acompanhar essa mudança.



Figura 4 questionário Rede Globo, O que é Liberdade para você?

RESULTADOS ESPERADOS

Baseando-nos num *corpus* delimitado em plataformas de survey, com base no modelo teórico-metodológico para estudo do *ethos discursivo*, acreditamos que será possível depreender fatores sociais relativos à linguagem, indutores de respostas nas pesquisas de opinião e, portanto, produtores de opinião. Essa perspectiva discursiva possivelmente enriquece a reflexão sobre essas práticas sociais que são crescentes e reveladoras do funcionamento de imaginários e de ideologias característicos da contemporaneidade.

