

Em tempos que a internet democratiza a possibilidade de cada um tornar pública suas opiniões para milhões de pessoas, o juízo de valor torna-se cada vez mais apreciado. Nesse compasso, o fenômeno midiático que podemos observar demonstra que os meios de comunicação têm se inclinado na direção opinativa. É nesse cenário que as polêmicas acabam roubando a cena no campo da comunicação.

Essas polêmicas são de grande relevância no jornalismo, uma vez que são responsáveis pela ruptura com o consenso. Uma transformação de comportamento e mentalidade da sociedade passa necessariamente por essa etapa de discussão. No entanto, o processo midiático que temos vivido tende a descartar a abordagem que enriquece de pontos de vista o leitor, priorizando o discurso polêmico e tornando-o o padrão pelo qual se realiza a abordagem de temáticas plurais e importantes.

Uma polêmica pode ser gerada através de diversos recursos, entre eles estão a linguagem e a ideologia. Alguns influentes veículos de comunicação do Brasil acabam por imprimir em seus textos jornalísticos –por meio da linguagem– a ideologia que os rege. Como exemplo dessa tendência temos as revistas *Veja* e *Carta Capital* como importantes contrapontos ideológicos e objetos de análise desta pesquisa. Por muitas vezes, os temas com grande repercussão no país são abordados simultaneamente pelas duas revistas citadas e cada uma prioriza em suas reportagens fomentar o debate contra o lado oposto. Em algumas situações, a matéria de um veículo chega a mostrar-se como uma resposta clara aos argumentos declarados pelo outro.

Tendo em vista essa problemática tão atual e de tamanha relevância –considerando que a revista *Veja* é a mais vendida do país e a *Carta Capital* mostra-se como o seu contraponto ideológico de maior expressividade– esta pesquisa tem como objetivo investigar que recursos linguísticos são utilizados para polemizar as temáticas cotidianas desses meios de comunicação.

Em análise, percebemos que o papel polemista que foi e ainda é desempenhado por comentaristas e articulistas ao longo da história do jornalismo, hoje, tornou-se função de veículos inteiros. Esse tipo de deslocamento da autoria das grandes polêmicas pode comprometer a qualidade da informação que o público recebe, a partir do momento em que o discurso polêmico deixa de ser apenas um viés dentro de um contexto e passa a ser o discurso geral empregado por alguns meios de comunicação. Preocupação essa expressa por Wainberg, Campos e Behs (2002), autores da teoria que analisa a formação da polêmica e o papel do polemista na sociedade.

As revistas semanais são as grandes protagonistas desse movimento de polemização dos veículos. Por apresentarem um espaço mais amplo para análise e menos comprometido com o factual que o jornalismo diário de jornais impressos e meios online, esse tipo de mídia costuma desenvolver um discurso mais relacionado com sua linha editorial.

O estudo realizado é exploratório, tendo em vista que envolve o levantamento bibliográfico relacionado à problemática para uma posterior análise. Foram selecionadas cinco matérias de *Veja* e cinco matérias de *Carta Capital* para serem examinadas linguisticamente.

A pesquisa foi iniciada em março de 2012 e tem como prazo final março de 2013.