



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
FACULDADE DE LETRAS

NOTÍCIAS SOBRE A VIOLÊNCIA NO RIO DE
JANEIRO: UMA ANÁLISE DAS ESTRATÉGIAS DE
PATEMIZAÇÃO NOS JORNAIS EXTRA E MEIA
HORA

Letícia Barbosa Ferreira

Rio de Janeiro
2020

Letícia Barbosa Ferreira

NOTÍCIAS SOBRE A VIOLÊNCIA NO RIO DE
JANEIRO: UMA ANÁLISE DAS ESTRATÉGIAS DE
PATEMIZAÇÃO NOS JORNAIS EXTRA E MEIA HORA

Monografia submetida à
Faculdade de Letras da
Universidade Federal do Rio de
Janeiro, como requisito parcial
para obtenção do título de
Licenciado em Letras na
habilitação Português/
Literaturas.

Orientadora: Profa. Dra. Lúcia Helena Martins Gouvêa

Rio de Janeiro
2020

CIP - Catalogação na Publicação

FF383n Ferreira, Leticia Barbosa
NOTÍCIAS SOBRE A VIOLÊNCIA NO RIO DE JANEIRO:
UMA ANÁLISE DAS ESTRATÉGIAS DE PATEMIZAÇÃO NOS
JORNAIS EXTRA E MEIA HORA / Leticia Barbosa
Ferreira. -- Rio de Janeiro, 2020.
29 f.

Orientadora: Lúcia Helena Martins Gouvêa.
Trabalho de conclusão de curso (graduação) -
Universidade Federal do Rio de Janeiro, Faculdade
de Letras, Licenciado em Letras: Português -
Literaturas, 2020.

1. Análise do Discurso. 2. Língua Portuguesa. 3.
Semiolinguística. I. Gouvêa, Lúcia Helena Martins,
orient. II. Título.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus, primeiramente, que me deu força e perseverança para concluir esta etapa de minha vida.

Agradeço aos meus pais, Helda e Marcelo, pelo apoio e incentivo aos estudos.

Agradeço aos meus amigos por toda a ajuda durante este período tão importante.

Enfim, à minha orientadora Lúcia Helena, pela sua dedicação e paciência durante o projeto.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	6
2 PRESSUPOSTOS TEÓRICOS	7
3 METODOLOGIA	12
4 ANÁLISE DO <i>CORPUS</i>	13
4.1 Análise qualitativa	13
4.2 Análise Quantitativa.....	21
5 CONCLUSÃO	27
REFERÊNCIAS.....	29

1 INTRODUÇÃO

Este trabalho tem como tema o estudo das estratégias de patemização encontradas nas manchetes jornalísticas dos jornais populares *Meia Hora* e *Extra*. O *corpus* foi construído com manchetes e manchetinhas, e suas respectivas chamadas, publicadas entre junho a outubro do ano de 2019.

O campo temático escolhido foi a situação de violência na cidade do Rio de Janeiro, lugar onde são publicados os jornais impressos. A fundamentação teórica baseia-se em conceitos da teoria Semiolinguística do Discurso, de Patrick Charaudeau, e em artigos de estudiosos que abordam o tema central da pesquisa.

Quanto ao gênero textual em análise e ao estilo dos jornais populares, levantaram-se algumas hipóteses para nortear este trabalho:

- No jornal “Meia Hora” apareceriam estratégias patêmicas não exploradas no jornal Extra.
- No jornal “Meia Hora” seria mais produtiva a estratégia de patemização *índices de avaliação*, comparando-se com sua ocorrência no jornal Extra.
- A estratégia de patemização de *proximidade ou distanciamento* apareceria mais no jornal “Extra”.
- No jornal “Meia Hora” a estratégia *palavras que descrevem de modo transparente emoções* seria predominante, comparando-se com sua ocorrência no jornal Extra.

O objetivo central deste trabalho é analisar como dois jornais populares da cidade do Rio de Janeiro utilizam estratégias de patemização nas manchetes de suas capas para conseguir alcançar o seu público. Com isso, pretende-se identificar as semelhanças e as diferenças entre os jornais que, embora sejam voltados para os mesmos leitores – pessoas das classes C e D –, ainda podem utilizar artifícios diferentes para tocar seu auditório.

O trabalho foi construído da seguinte forma: introdução, pressupostos teóricos, metodologia de pesquisa, análise qualitativa e quantitativa do *corpus* e, por fim, as considerações finais e conclusão do estudo.

Seguem-se os pressupostos teóricos.

2 PRESSUPOSTOS TEÓRICOS

A análise do discurso é uma ciência da linguagem que estuda a produção de sentido que ocorre na relação entre a língua, o sujeito e a história. Vale ressaltar que esse campo interdisciplinar possui diversas vertentes e uma delas é a Teoria Semiolinguística do Discurso (TSD), que surgiu em meados da década de 1980, com os trabalhos do linguista francês Patrick Charaudeau.

Segundo Charaudeau, a TSD é fundamentada na ideia de que os significados no discurso são construídos a partir de operações discursivas realizadas em determinados atos de comunicação, em que há a relação entre um sujeito falante e seu interlocutor. Essas práticas são realizadas a partir de um contrato de comunicação – conceito muito importante na Teoria Semiolinguística do Discurso. Esse contrato é um acordo acerca dos papéis linguageiros que os sujeitos da interação devem assumir, em função da finalidade da troca. Os envolvidos sabem como devem agir e reconhecem os limites e regras discursivas do contexto comunicativo. Além disso, os interlocutores utilizam diversas estratégias, sejam elas conscientes ou não, que possibilitam manifestar suas intenções nessa interação.

O ato de discurso é resultado da combinação entre dois componentes: o *verbal* e o *situacional*. Ademais, a imagem que o enunciador projeta de si mesmo faz parte do ato linguageiro. Essa imagem pode ser reconhecida através de um duplo recorte: a *enunciação ampliada* – aquela que aborda sobre os contextos espaço-temporais e as circunstâncias do ato comunicativo – e a *enunciação restrita* – a que diz respeito dos procedimentos discursivos que o enunciador assume.

Do mesmo modo, o ato comunicativo é baseado a partir de dois princípios básicos: o *princípio da alteridade* e o *princípio da identidade*. O primeiro fundamenta que todo ato de linguagem é um ato de troca entre dois parceiros que se reconhecem como semelhantes e também como diferentes. Cada um deles possui um papel particular no ato comunicativo: o sujeito emissor e o sujeito receptor. O segundo é voltado para o próprio enunciador do discurso e para a imagem de si mesmo que ele projeta para o outro.

A identidade desse sujeito é construída por dois componentes: a *identidade social* e a *identidade discursiva*. De acordo com Charaudeau, a *identidade social*

envolve o comportamento biológico e psicossocial, em que o falante possui a necessidade de ser reconhecido pelo outro. Já a *identidade discursiva* tem como fundamento o comportamento da linguagem do enunciador. Esse sujeito tem o direito à fala e a partir dela constrói sua própria imagem.

Outros dois processos fundamentais da teoria Semiolinguística são os conceitos de *transformação* e *transação*. Essas ideias são formuladas através da noção de que o sujeito falante constrói seu discurso por meio de uma relação da forma e do sentido. Esse processo passa pela *transformação* de um “mundo a significar” em um “mundo significado”; e pela *transação* comunicativa, em que um sujeito falante oferece a seu destinatário o resultado desse processo de transformação. É importante ressaltar que os processos não devem ser considerados de forma isolada, pois são interdependentes e complementares.

Vale citar que o ato de comunicação possui diversos componentes fundamentais. Um deles são os *modos de organização do discurso*: modo argumentativo, descritivo, narrativo e enunciativo. Segundo Charaudeau, cada um desses modos apresenta uma função base, isto é, uma finalidade discursiva e um princípio de organização.

Resumidamente, o *modo argumentativo* é composto por quatro elementos: uma proposta sobre o mundo, uma tese, um sujeito argumentante e um sujeito alvo. O *modo descritivo* é organizado a partir de três formas de construção: nomear, localizar-situar e qualificar. O *modo narrativo* é formado pelos agentes, os processos e as sequências e tem como função contar algo. Já o *modo enunciativo* é o que diz respeito aos comportamentos e estratégias utilizadas pelos sujeitos envolvidos em uma situação de comunicação, ou seja, a forma como o sujeito age na encenação no ato de comunicação.

Este último modo de organização possui três funções que geram três tipos de comportamentos: alocutivo, elocutivo e delocutivo. No *ato alocutivo*, o locutor enuncia sua posição em relação ao interlocutor, ou seja, mostra a relação de influência sobre o interlocutor. No *ato elocutivo*, o locutor posiciona seu dito em relação ao mundo, seu ponto de vista em relação a algo. No *ato delocutivo*, o locutor se apaga do ato de enunciação e não envolve o interlocutor, testemunhando o dito de outros discursos.

O enunciador no ato comunicativo recorre a diversas estratégias para

legitimar seu discurso. Elas podem ser representadas de diversas formas na encenação discursiva. Esses conceitos foram apresentados pelo filósofo grego Aristóteles em sua Retórica. Assim, o *ethos* se refere a imagem projetada pelo locutor através do seu discurso. O *logos* diz respeito à organização do conteúdo linguístico em função de uma finalidade discursiva. O *pathos*, o mais importante para esta pesquisa, está ligado aos possíveis efeitos de emoção provocados pelo orador em seu auditório. Esses conceitos estão relacionados e não podem ser completamente separados.

Patrick Charaudeau, similarmente, é um grande estudioso acerca do fenômeno do *pathos*. Ele adota o termo patemização para denominar esse efeito produzido pelo locutor. Esse conceito pode ser analisado através de estratégias linguístico-discursivas utilizadas pelo locutor para atuar sobre o interlocutor. Esses mecanismos são utilizados com o objetivo de tocar o outro, ou seja, de sensibilizar os sentimentos e emoções do interlocutor. O propósito disso pode ser de persuasão, sedução ou uma maior adesão ao que foi dito.

De acordo com Charaudeau, esse desencadeamento de emoções depende do contexto em que palavras, expressões, enunciados estão sendo ditos e também de quem as emprega e de quem as recebe e pode ocorrer a partir de um *discurso explícito e direto* quanto de um *discurso implícito e indireto*. Isso significa que os efeitos patêmicos podem ser despertados no leitor através de palavras pertencentes ao universo emocional, como “raiva”, “indignação”, “felicidade”, mas também através de palavras que não descrevem emoções, como “assassinato”, “corrupção”, “vítimas”, “assalto”.

Para que essa emoção seja despertada, o sujeito destinatário deve compartilhar algumas crenças com o sujeito enunciador. Essa relação se dá a partir de todas as experiências e valores que os indivíduos detêm, estando as crenças individuais totalmente ligadas ao desencadeamento de emoções ou sentimentos.

Com relação ao gênero textual escolhido para este trabalho, a manchete, segundo Costa (2009), é um enunciado breve e de maior relevância, apresentando-se em letras grandes e no alto da primeira página do jornal ou revista. Deve ser curto e objetivo e precisa sintetizar a informação mais relevante do texto, sempre expressando o aspecto mais específico do assunto, e não o mais geral. O contrato comunicativo do gênero “manchete” tem como objetivo chamar a atenção do leitor

para o fato de maior relevância e atraí-lo para a leitura da matéria em destaque. Além disso, esse gênero, nos jornais em apreço, aborda temas relevantes e que pertencem ao cotidiano popular. Assim, através da manchete o leitor vai decidir se vai ou não ler o texto integral do jornal ou revista, ou seja, esse gênero é a primeira impressão sobre o acontecimento que será relatado e serve como um convite para a leitura do conteúdo.

Nas capas dos jornais ou revistas, há também a presença das manchetas. De acordo com Costa (2009), a mancheta é o segundo título principal, em tamanho e importância jornalística, que vem geralmente na primeira página ou nas páginas internas de um jornal ou revista. Ela apresenta as mesmas características funcionais, formais e composicionais da manchete.

Assim, para fazer a análise das capas dos jornais foram utilizadas algumas estratégias de patemização, organizadas por Gouvêa (2017), que serão apresentadas a seguir:

1. Palavras ou expressões que desencadeiam emoções – palavras que, dependendo de um contexto específico, podem desencadear algum tipo de emoção no público (armas).
2. Palavras que descrevem de maneira transparente emoções – são termos que, de forma explícita, pertencem ao campo das emoções (pânico).
3. Enunciados que podem produzir efeitos patemizantes – são enunciados inteiros que, assim como a estratégia 1, necessitam de um contexto para gerarem emoção (assustaram os alunos).
4. Princípio da proximidade ou distanciamento – estratégia que possibilita a identificação de relação de proximidade (ontem) e distanciamento (há 10 anos), gerando diversas emoções.
5. Palavras que designam calamidades – são termos que designam palavras contra vida (assassinato, chacina).
6. Princípio da classificação, enumeração ou quantidade – estratégia que quantifica informações, suscitando variadas emoções (14 escolas, 30 mortes).

7. Princípio da avaliação – termos que identificam a avaliação do enunciador sobre determinada informação (na covardia).
8. Expressões modalizadoras – estratégias que têm como função a modalização do discurso: operadores argumentativos, expressões adverbiais modais, verbos modais e orações modalizadoras (poderia, já, ainda).

Além disso, podem-se citar outras duas estratégias que foram encontradas no *corpus*: o *discurso relatado em estilo direto* e o *jogo de palavras*. A primeira se dá como um ato de enunciação pelo qual um locutor relata o que foi dito por um outro locutor. A segunda advém da utilização da identidade fônica entre palavras para poder suscitar alguma emoção no leitor.

O próximo capítulo tratará da metodologia do trabalho.

3 METODOLOGIA

Para este trabalho, foram coletadas 10 manchetes ou manchetas. A manchete é um enunciado breve e de maior relevância na capa do jornal, já a mancheta possui as mesmas características, mas apresenta menor destaque. Esses dois gêneros textuais, publicados entre agosto e outubro do ano de 2019, foram acompanhados de suas respectivas chamadas jornalísticas, em que 5 são do jornal “Meia Hora” e 5 do jornal “Extra. A escolha da amostra descrita foi feita com o intuito de realizar uma análise comparativa entre os dois jornais, e, para isso, os textos selecionados retratam a mesma notícia nas capas, independentemente de apresentarem maior ou menor relevância.

Os dois periódicos escolhidos para a pesquisa são veiculados na cidade do Rio de Janeiro. O “Extra” e o “Meia Hora” apresentam um cunho popular e são destinados aos públicos das classes C e D. Devido a esse fato, eles têm o preço reduzido, para conseguir alcançar esses leitores. Os dois jornais, por serem destinados ao mesmo público, utilizam estratégias de interação diferenciadas em relação aos periódicos destinados às classes A e B. Podem, contudo, entre eles, manifestar algumas dissemelhanças na transmissão do conteúdo.

O campo temático deste trabalho é sobre as notícias acerca da situação de violência na cidade do Rio de Janeiro. É importante perceber que as emoções despertadas no auditório sobre esse tema podem ser provocadas de diferentes formas. Isso depende do imaginário e do conhecimento de mundo de cada sujeito.

Este estudo se realizará sob os pontos de vista qualitativo e quantitativo. Em relação à análise qualitativa, será feito um reconhecimento das manchetes dos dois jornais em busca das estratégias de patemização presentes no *corpus*. Em relação à análise quantitativa, serão mostrados os resultados contabilizados das marcas de patemização encontradas nas manchetes, a fim de comprovar ou refutar as hipóteses levantadas para este trabalho.

Veja-se, a seguir, o capítulo de análise do *corpus*.

4 ANÁLISE DO CORPUS

4.1 Análise qualitativa

A seguir serão analisadas as manchetes ou manchetinhas e as chamadas (breve resumo sobre as notícias) retiradas dos jornais “Meia Hora” e “Extra”, levando-se em conta as estratégias de patemização organizadas por Gouvêa (2017).

<p>(1) Meia Hora 09/10/2019</p>	<p>Largaram o dedo na <u>Shanna</u></p> <p><u>Herdeira do bicheiro Maninho</u> escapa da <u>morte</u>. Shanna era perseguida há <u>uma semana</u>. Vida é marcada por <u>brigas em família</u> e <u>tragédias</u>. <u>Viagens ao exterior</u> e <u>luxo</u> fazem parte da rotina.</p>
<p>(2) Extra 09/10/2019</p>	<p><u>Guerra do jogo no rio</u> recomeça com <u>atentado</u></p> <p>Uma <u>briga em família</u> <u>pode ter</u> motivado o ataque <u>a tiros</u> contra Shanna Garcia, <u>filha do bicheiro Maninho</u>.</p>

O jornal Meia Hora (1) utiliza-se da estratégia de patemização *duplo sentido* para compor sua manchete. Ao se reportar sobre a perseguição da herdeira do bicheiro Maninho, Shanna Harrouche Garcia, o noticiário usa o nome da mulher, Shanna, que tem identidade fônica com o nome popularmente atribuído à genitália feminina, com a finalidade de provocar *humor* e chamar a atenção do público leitor.

A manchete, “Largaram o dedo na Shanna”, causa impacto no leitor quando ele se depara com a capa do jornal. Primeiramente, depreende-se o significado “tocaram na genitália”, sentido pretendido pelo locutor para fazer graça. Depois da leitura completa da manchete e da chamada, contudo, percebe-se o jogo de palavras e o real sentido da manchete: Shanna Harrouche, filha do bicheiro Maninho, foi perseguida e baleada por tiros.

Na chamada, pode-se ainda perceber a utilização da estratégia *palavras ou expressões que desencadeiam emoção*, como “herdeira do bicheiro Maninho”, “brigas em família”, “viagens ao exterior” e “luxo”. Com esses termos, o público pode fazer relação da imagem de Shanna aos atos ilegais feitos pelo seu pai e ao dinheiro fácil da contraversão. Essa relação pode gerar um *estado de reflexão* sobre os resultados do que é viver fora da lei: viajar sempre para o exterior, viver com luxo, deve ser bom, mas será que vale a pena o perigo, correr o risco de morrer?

Observam-se, também, duas ocorrências da estratégia *palavras que designam calamidade*: “mortes” e “tragédias”. Essas duas palavras pertencem ao campo de termos que designam atos contra a vida e podem gerar o *sentimento de medo* na população. Identifica-se, também, o uso da estratégia *princípio de ordem ou quantidade* – “há uma semana” –, indicando que a mulher já estava em perigo havia algum tempo. Mais uma vez o *sentimento de dúvida*: será que vale a pena participar do mundo do crime?

O jornal *Extra* (2), na manchete e na chamada, utiliza a estratégia *palavras que designam calamidades*, vocábulos que especificam atos contra a vida, como “atentado” e “guerra” para atuar sobre o sistema emocional do leitor. Além disso, usa a estratégia *palavras ou expressões que desencadeiam emoções*, como “briga em família”, “tiros”, “filha do bicheiro Maninho”, podendo despertar uma imagem negativa acerca da vida da família. Vale destacar que o jornal também, por meio da locução “pode ter motivado”, transmite a modalidade de possibilidade, hipótese (verbo modal “poder”), podendo despertar no leitor um *sentimento de incerteza* quanto às causas do ocorrido.

Vejam-se os exemplos 3 e 4.

<p>(3) Meia Hora 19/10/2019</p>	<p><u>Relato de uma criança. ‘Ficaram lá fuzilando a escola’</u></p> <p><u>Operações na Maré e no Alemão com helicóptero fecham 14 escolas e levam pânico aos moradores. Armas, granadas e drogas são apreendidas.</u></p>
<p>(4) Extra</p>	<p><u>Polícia sobrevoa a Maré e dá tiros perto de escola</u></p>

19/10/2019	Moradores contam que <u>disparos</u> feitos durante <u>vôos rasantes</u> do helicóptero da Civil <u>assustaram os alunos</u> , que <u>se jogaram no chão</u> para se proteger.
------------	--

A fim de captar a atenção e desencadear emoção no leitor logo de início, o autor do jornal Meia Hora (3) usa a *modalidade do discurso relatado*, própria do comportamento delocutivo. O texto dá voz a uma criança para relatar o acontecimento: ‘Ficaram lá fuzilando a escola’. Ao utilizar o *discurso relatado em estilo direto* e a estratégia *palavras ou expressões que desencadeiam emoções* – “relato de uma criança” –, o locutor cria um cenário triste e cruel para sensibilizar o auditório e compor a manchete, principalmente pelo fato de ser uma criança relatando um acontecimento tão triste de sua vida e dos seus colegas de escola. Além disso, na chamada, o jornal utiliza *palavras ou expressões que desencadeiam emoção*, como “operações na Maré”, “Alemão”, “armas”, “granadas” e “drogas”. Essas palavras pertencem ao campo semântico de violência e podem gerar um *sentimento de medo, insegurança e horror*. Em “operações na Maré” e “no Alemão”, tem-se o nome de dois morros do Rio de Janeiro, locais onde pode morar traficantes e em que a polícia faz operações. Citar, portanto, o nome dos morros pode também provocar *emoção de medo e insegurança*.

Ademais, é usada a estratégia *princípio da classificação, enumeração ou quantidade* – “14 escolas” – para indicar o número de escolas que foram atingidas durante os disparos, gerando um *sentimento de indignação* no leitor, pois é um número grande de escolas fechadas por causa da situação de violência no Rio de Janeiro. Além disso, há a *estratégia palavras que descrevem de modo transparente emoções*: “pânico”, que indica, de forma explícita, um termo do campo das emoções. Esse discurso pode gerar um *sentimento de revolta* no leitor.

O jornal Extra, na manchete (4), utiliza a estratégia *palavras ou expressões que desencadeiam emoção*, como “polícia”, “Maré” e o *enunciado que pode produzir efeito patemizante* “dá tiros perto da escola”, visto que, em um ambiente escolar, é esperado que exista segurança e respaldo da sociedade. Na chamada, também há dois *enunciados que podem produzir efeito patemizante*: “assustaram os alunos” e

“se jogaram no chão”, causando *sentimento de revolta* pela situação vivida por crianças que estavam tentando estudar. Novamente, encontram-se *palavras ou expressões que desencadeiam emoção*, como “disparos” e “vôos rasantes”, contribuindo para a construção da imagem de horror vivida pelas crianças na comunidade do Rio de Janeiro.

A seguir, eis as manchetes 5 e 6.

<p>(5) Meia Hora 27/07/2019</p>	<p style="text-align: center;"><u>Ladrão atira na covardia e executa médica</u></p> <p>Após voltar do <u>aniversário da mãe</u>, <u>doutora é morta com tiro na cabeça na garagem de casa</u>.</p>
<p>(6) Extra 27/07/2019</p>	<p style="text-align: center;"><u>Médica assassinada após a festa da mãe</u></p> <p><u>Maura Selvaggi foi rendida por bandidos ao chegar em casa, na Barra da Tijuca</u>.</p>

Na manchete (5), ao utilizar a expressão “na covardia”, o autor utiliza-se da estratégia *princípio de avaliação*. Isso demonstra que o locutor avalia o ato cometido pelo ladrão como cruel e covarde. Na mesma manchete, há duas *palavras que designam calamidade*: “atira” e “executa”, para despertar no leitor o efeito patêmico de *indignação* e de *medo* em relação ao perigo que todos estão correndo na cidade carioca. Além disso, há uma *palavra ou expressão que desencadeia emoção* “ladrão”. Pode-se perceber que a escolha lexical “ladrão” também demonstra um *princípio de avaliação* do locutor, pois ele poderia escolher outros nomes, como “homem”, “meliante”, “rapaz”. Observe-se que o enunciado dá destaque à figura do ladrão e do crime por ele cometido, pois “ladrão” é o tópico do enunciado.

Na chamada, identifica-se um *enunciado que pode produzir efeito patemizante* – “doutora é morta com tiro na cabeça”. Justamente uma pessoa cuja função é salvar vidas foi morta, e de modo violento: com um tiro na cabeça. Trata-se de um anúncio com potencial de suscitar *medo* e *pavor*, em parte do público

leitor. Além disso, há as *palavras ou expressões que desencadeiam emoção* “aniversário da mãe” e “garagem de casa”. A primeira expressão pode provocar *tristeza* e *dor*, pois a médica saiu do aniversário da pessoa que lhe deu a vida. A segunda pode gerar *revolta*, pois as pessoas esperam segurança e proteção dentro das próprias casas.

Na manchete do jornal Extra (6), observa-se a estratégia *enunciados que podem produzir efeito patemizante* “médica assassinada após festa da mãe”, podendo gerar um efeito de *comoção*. Na chamada (6), *observa-se outro enunciado que pode produzir efeito patemizante* – “Maura Selvaggi foi rendida por bandidos ao chegar em casa” – e uma *palavra ou expressão que desencadeia emoção* “Barra da Tijuca”. Essa última pode gerar emoção no leitor porque se espera que, em bairros nobres da cidade do Rio de Janeiro, não aconteçam crimes como os descritos na notícia. Assim, isso pode gerar um *sentimento de medo*, pois percebe-se que crimes violentos podem acontecer em qualquer região da cidade. Na manchete (6), o noticiário oculta a informação sobre quem praticou a ação, diferentemente do jornal Meia Hora que optou por revelar o agente – “ladrão” – do assassinato. A manchete (6) trata da médica e do brutal crime de que ela foi vítima ao chegar em sua casa, o que significa que o o foco está na vítima. Em (5), o foco é o assassino – Ladrão atira na covardia e executa médica.

Vejam-se, agora, os exemplos 7 e 8.

<p>(7) Meia Hora 10/08/2019</p>	<p><u>Pai recebe de aniversário corpo do filho no caixão</u></p> <p><u>Poderia ser qualquer um de nós, mas ontem foi Biel, morto por uma bala perdida na Tijuca. Jovem estava a caminho da escola e queria ser militar, mas essa violência sem fim matou seus sonhos.</u></p>
<p>(8) Extra 10/08/2019</p>	<p><u>Não é bala...É vida perdida</u></p> <p><u>Gabriel Pereira Alves acordou cedo e às 6h já estava num ponto de ônibus da Rua Conde de Bonfim, no coração da Tijuca. Tudo caminha para ser mais um dia comum. O jovem de 18 anos iria para a escola e depois partiria para o Olaria, onde sonhava virar</u></p>

	<p><u>jogador de futebol profissional. Mais tarde, comemoraria o aniversário do pai com a família. Mas no Rio de Janeiro sonhos são interrompidos todos os dias pela violência. Para a polícia, Gabriel é mais uma vítima de bala perdida. Para amigos e familiares, uma ferida que nunca vai se fechar. Para todos nós, a certeza de que estamos perdendo o direito de sonhar.</u></p>
--	---

A manchete do jornal Meia Hora (7) – “Pai recebe de aniversário corpo do filho no caixão” – é composta com uma quebra de expectativa. O locutor decidiu selecionar não apenas uma palavra ou expressão, mas um enunciado inteiro para produzir determinado efeito patêmico. Esse efeito, de choque talvez, é imediatamente produzido, pois, no aniversário, é esperado receber algo bom como presente e não um corpo de um filho no caixão. Essa manchete provavelmente sensibilize o leitor, fazendo-o ter interesse em ler o texto integral.

A chamada também contribui para construir esse efeito patêmico. Foram usados, como estratégias, *enunciados que podem produzir efeito patemizante*: (1) “poderia ser qualquer de nós”; (2) “mas ontem foi Biel, morto por uma bala perdida”; (3) “Jovem estava a caminho da escola e queria ser militar”; e (4) “essa violência sem fim matou seus sonhos”.

O primeiro enunciado faz com que o leitor se coloque na situação enunciada, e isso pode entristecê-lo, pois a cena descrita a seguir – (2) – poderia acontecer com qualquer pessoa. (3) revela que a vítima não era um desocupado, mas um jovem que estudava e tinha uma meta: ser militar. Por meio de (4), entende-se que o Rio de Janeiro é vítima de uma violência que não acaba nunca, mas que acabou com os sonhos de um jovem. Resultado: *tristeza*.

Destaca-se a presença do operador argumentativo “mas”, duas vezes, contrapondo argumentos que apontam para conclusões contrárias e estabelecendo uma relação de contraste entre os enunciados: Poderia ser qualquer de nós → (logo) *Que bom que não foi um parente meu*; mas ontem foi Biel → (logo) *Que triste que foi um jovem que tinha futuro promissor pela frente*; Jovem estava a caminho da escola → (logo) *ele estava se dirigindo para um futuro brilhante*; mas a violência

matou seus sonhos → (logo) *ele estava se dirigindo para a morte*. Assinala-se, ainda, a presença do advérbio “ontem”, que, representando a estratégia de patemização *princípio da proximidade ou distanciamento*, provoca uma *tristeza* maior ainda pela proximidade do acontecimento.

Na manchete do jornal *Extra*, há dois enunciados que podem produzir efeito patemizante “Não é bala” e “É vida perdida”. Esse discurso, em um contexto específico, indica que as balas perdidas em troca de tiros nas comunidades no Rio de Janeiro não são apenas balas, mas sim pessoas, inocentes na maioria das vezes, que perdem suas vidas.

Na chamada, que tem uma grande extensão e foge dos padrões do tamanho usual desse gênero, ocorrem diversas estratégias, como *enunciados que podem produzir efeito patêmico* “Gabriel Pereira Alves acordou cedo”, “às 6h já estava num ponto de ônibus”, “sonhava virar jogador de futebol”, “no Rio de Janeiro sonhos são interrompidos todos os dias pela violência”, “uma ferida que nunca vai se fechar” e “estamos perdendo o direito de sonhar”. Assim como na manchete (7), os enunciados são construídos com o intuito de suscitar identificação do leitor com o rapaz, pois o jovem acordava cedo, tinha sonhos de vida e lutava para alcançá-los, como muita gente. Gabriel, contudo, perdeu sua vida e seus sonhos injustamente, devido a violência que assola o Rio de Janeiro todos os dias.

Há também em (8) algumas *palavras ou expressões que podem produzir efeito patêmico*. A primeira, “coração da Tijuca”, indica a parte principal de um bairro muito conhecido da cidade do Rio de Janeiro e que não costuma ser notícia de violência, o que pode causar *surpresa e indignação* no leitor. O uso de “escola” revela o destino que o menino teria, caso não tivesse sido vítima de uma tragédia; “aniversário do pai”, é uma expressão do campo semântico da família e indica o local para onde o menino iria no fim do dia. As expressões “para a polícia” e “para amigos e familiares” mostra a opinião de duas visões distintas do acontecimento, suscitando diferentes reações. Por fim, a expressão “vítima de bala perdida”, pode gerar um *sentimento de insegurança* no leitor.

Há também, ainda na chamada (8), o *princípio da classificação, enumeração ou quantidade* “18 anos”, com potencial de causar o *sentimento de tristeza* devido à pouca idade do rapaz para morrer de forma tão brutal. Pode-se encontrar também o operador argumentativo “mas” para indicar um contraste com a ideia anterior: ele

comemoraria, mais tarde, o aniversário do seu pai, “mas” a violência atrapalhou o planejado. Essa estratégia pode causar *comoção* e *tristeza* no público leitor. Vale lembrar que “mais tarde” é a *estratégia da proximidade ou distanciamento*, revelando, como foi dito, o plano feito pelo menino para o seu dia.

Por fim, os exemplos (9) e (10):

<p>(9) Meia Hora 21/08/2019</p>	<p><u>‘Graças a Deus quem está chorando hoje é a minha família’</u></p> <p><u>Desabafo</u> foi feito pelo primo de Willian Silva, que <u>sequestrou</u> ônibus na Ponte e só não provocou uma <u>tragédia</u> com <u>dezenas de vítimas</u> porque os <u>snipers do Bope</u> fizeram o trabalho <u>com precisão</u>. Em depoimento, <u>mãe do criminoso</u> disse que ele <u>‘queria morrer pela mão de alguém’</u>. Conseguiu...</p>
<p>(10) Extra 21/08/2019</p>	<p><u>O mesmo filme um novo fim</u></p> <p>O país acompanhou <u>ontem</u> o <u>sequestro</u> de um <u>ônibus na Ponte Rio-Niterói</u>, <u>19 anos</u> após a <u>tragédia do 174</u> (no detalhe). Desta vez, o <u>criminoso</u> foi <u>morto</u> em <u>ação bem-sucedida da polícia</u>, e os <u>39 reféns</u> saíram <u>ilesos</u>.</p>

No exemplo (9), a manchete inteira é composta por um *discurso relatado em estilo direto* ‘Graças a Deus quem está chorando hoje é a minha família’. Essa estratégia consiste em um ato de enunciação pelo qual um locutor relata o que foi dito por um outro locutor. Neste caso, o autor da fala é o primo do homem que cometeu o sequestro na Ponte Rio-Niterói. Esta fala foi utilizada como a manchete da notícia, com o intuito de gerar *espanto* no leitor pela fala tão chocante do familiar. A chamada é composta por diversas *palavras ou expressões que podem produzir efeito patêmico*, como “desabafo”, “tragédia”, “snipers do Bope” e “mãe do criminoso”. Há também um *enunciado que pode produzir efeito patemizante*: “sequestrou”. Essas palavras ou expressões e enunciados, no contexto específico descrito, podem ser encaixadas no campo semântico da violência, gerando um

possível *sentimento de medo* no leitor da notícia. Além disso, pode-se perceber o *princípio da classificação, enumeração ou quantidade* “dezenas de vítimas”. Essa quantidade de vítimas pode gerar comportamentos emotivos no auditório devido ao número grande de pessoas que sofreram esse ato em suas vidas. Há também o princípio da avaliação em “trabalho com precisão”, indicando que o autor do texto concordou com o ato dos policiais do bope. Por último, há um discurso relatado “ele queria morrer pela mão de alguém”. Esta estratégia, assim como as *palavras ou expressões que podem produzir efeito patemizante*, necessitam de um contexto para gerar emoção. Neste caso, encontra-se a fala de uma mãe sobre seu próprio filho, podendo gerar o *sentimento de angústia*.

No exemplo (10), a manchete constitui-se por *palavras ou expressões que podem produzir efeito patemizante* – “O mesmo filme um novo fim” –, pois estimula a lembrança de um fato que marcou e chocou grande parte dos brasileiros: o sequestro do ônibus 174, no ano de 2000, no Rio de Janeiro. A chamada tem diversas estratégias, como o *princípio da proximidade ou distanciamento*: “ontem”, indicando que é recente o acontecimento descrito.

Há também uma *palavra que designa calamidade* – “sequestro” –, termo que pode causar *medo e apreensão*. Há o *princípio da quantidade* – “19 anos” –, revelando a quantidade de anos passados entre este acontecimento e o outro, e “39 reféns”, mostrando a grande quantidade de vítimas do sequestro. Identifica-se, também, o *princípio de avaliação* “ação bem-sucedida da polícia”, mostrando o ponto de vista do autor da chamada sobre a ação dos policiais atiradores. *Verificam-se* algumas *palavras ou expressões que podem produzir efeito patêmico* como “ônibus na Ponte Rio-Niterói”, lugar muito conhecido pelo público leitor do jornal, “tragédia do 174”, acontecimento de conhecimento nacional, e “criminoso”, “morto”, podendo gerar sentimento de medo e “ilesos”, que pode gerar tranquilidade, pois muitas pessoas conseguiram sair do sequestro sem nenhuma lesão física. Todas as estratégias concorrem para levar o leitor a sentir *tensão e medo*.

4.2 Análise quantitativa

Nesta parte do trabalho, apresentam-se os resultados da análise quantitativa

das 10 notícias analisadas, a partir da relação com as hipóteses levantadas no início do estudo.

A **primeira hipótese** levantada era de que, no jornal Meia Hora, apareceriam estratégias patêmicas não exploradas no jornal Extra. Esse pressuposto foi sugerido, em função de o jornal Meia Hora, por seu caráter mais informal, usar maneiras diferentes de provocar sentimentos no público leitor.

Em concordância com o que foi dito, há duas estratégias diferentes que não apareceram ao longo do *corpus* do jornal Extra: o *discurso relatado em estilo direto* e o *jogo de palavras*. Esses dois recursos, usados apenas pelo jornal Meia Hora, evidenciam o seu caráter considerado sensacionalista.

A seguir, eis os gráficos para comprovar a hipótese.

Gráfico 1

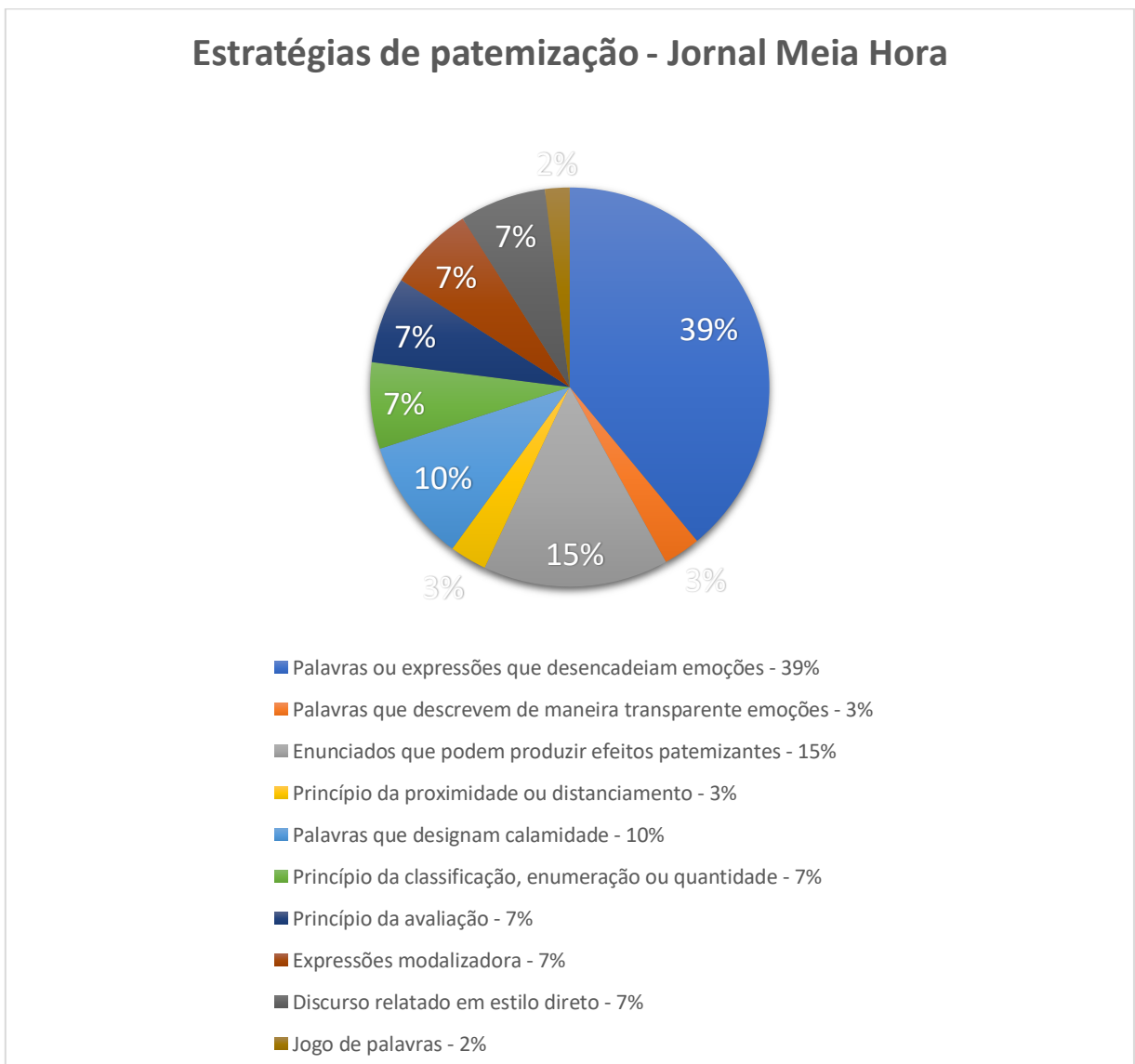
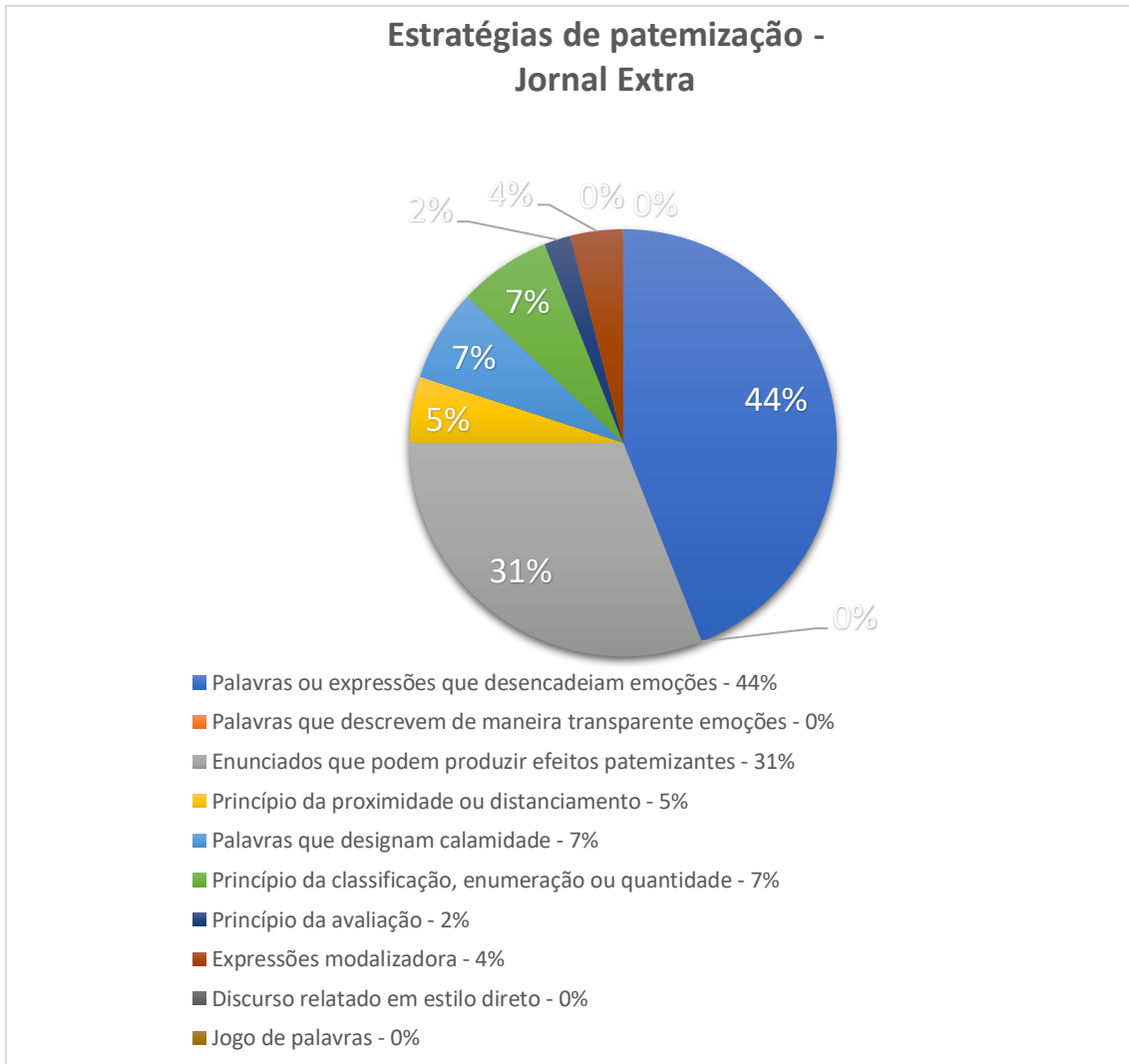


Gráfico 2



Tem-se esse pensamento, pelo fato de o *discurso relatado em estilo direto* ser usado para emocionar o auditório, a partir do relato de uma pessoa sobre determinado acontecimento. Isso pode causar comoção ou até mesmo identificação com o que está sendo dito pelos personagens. Quando essa estratégia aparece já na manchete, pode instigar a atenção do leitor para a leitura completa da notícia, gerando mais venda para o noticiário.

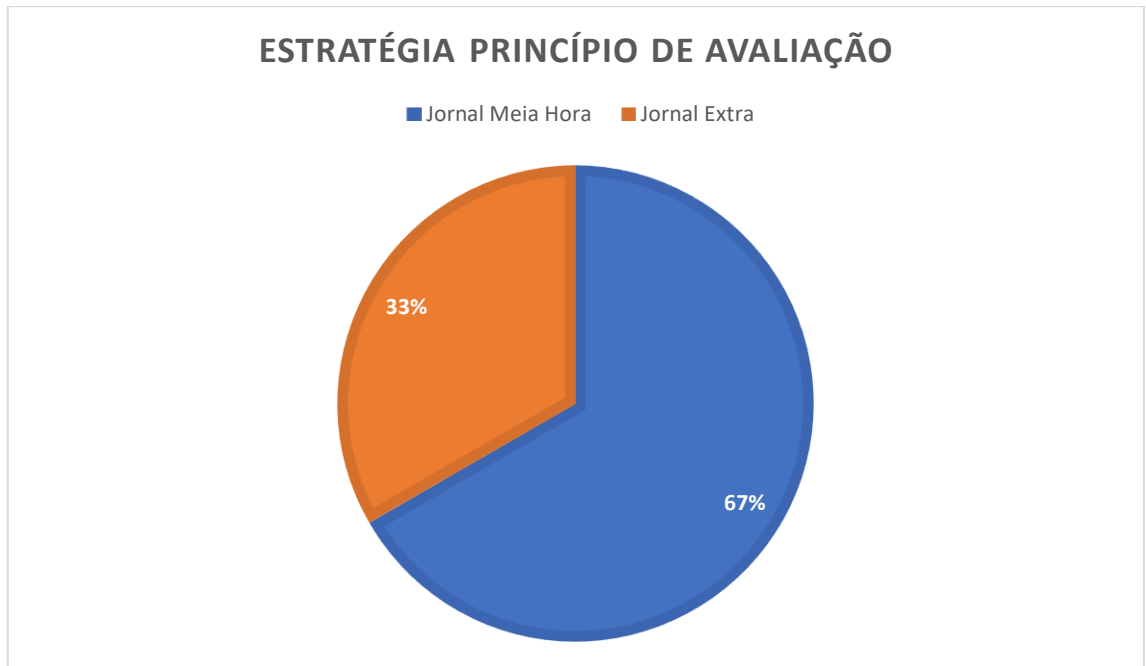
Já o jogo de palavras, na maioria das vezes, foi usado com o propósito de causar humor e ironia, características muito marcantes no Jornal Meia Hora. Essa estratégia chama a atenção por conter referências que estão no imaginário dos leitores populares, conseguindo causar diversas reações.

A **segunda hipótese** levantada foi que, no jornal Meia Hora, seria mais produtiva a estratégia de patemização *índices de avaliação*. Essa hipótese foi levantada, por

esse periódico apresentar um caráter mais informal o que pode significar mais subjetividade, ou seja, o locutor poderia demonstrar sua opinião sobre as informações transmitidas.

No gráfico a seguir, apresentam-se os percentuais:

Gráfico 3



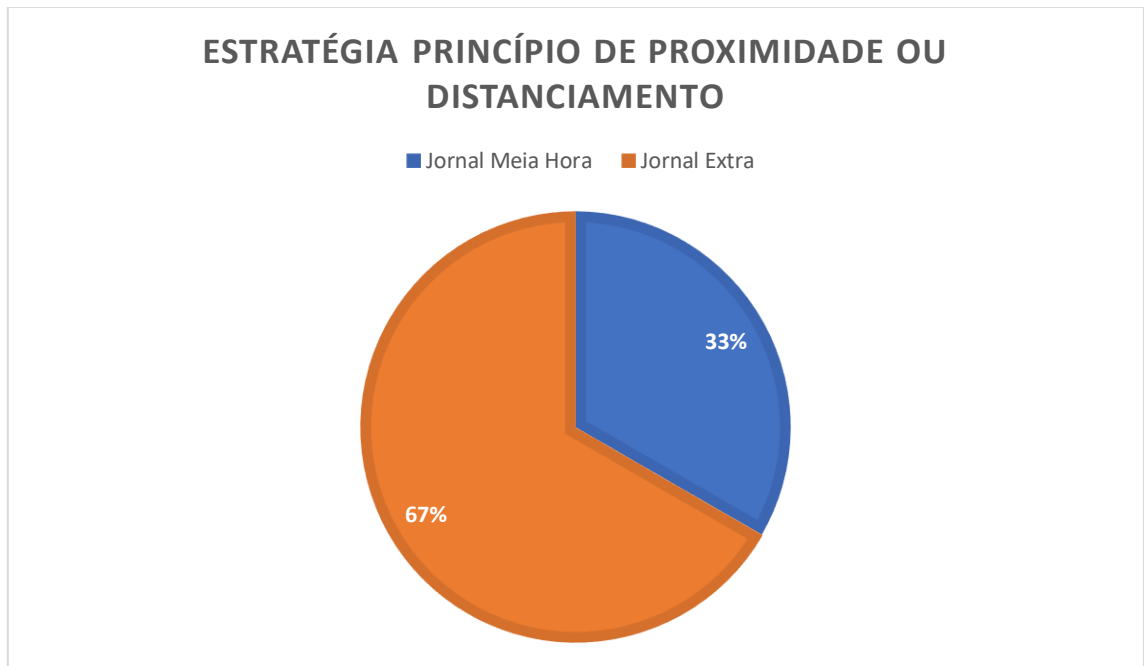
O gráfico apresentado confirma a hipótese levantada, pois o jornal Meia Hora teve uma frequência de 67% da estratégia *princípio de avaliação* enquanto o jornal Extra teve uma frequência de 33%. Assim, percebe-se que não há uma linguagem neutra – o que é esperado do gênero jornalístico informativo – em nenhum jornal, mas o Meia Hora apresenta um percentual que é o dobro do percentual do Extra, o que confirma a hipótese aventada. O jornalista, ao veicular as notícias, acaba revelando em maior ou menor grau o seu posicionamento, e isso faz que ele se aproxime do público leitor. Essa aproximação, portanto, dá-se com mais intensidade no jornal Meia Hora.

Além disso, na **terceira hipótese**, foi aventada a ideia de que o jornal “Extra” poderia ter uma frequência maior da estratégia *princípio de proximidade ou distanciamento*. Essa ideia foi levantada, pelo fato de a proximidade e o distanciamento dizerem respeito tanto ao tempo quanto ao espaço. Esses dois valores semânticos, num primeiro momento, pareceram ser frequentes no jornal

Extra, já que este fornece mais detalhes do que o outro jornal sobre os acontecimentos relatados.

Veja-se o gráfico representativo a seguir:

Gráfico 4



O gráfico acima mostra, confirmando a hipótese apresentada, que a estratégia *princípio de proximidade ou distanciamento* ocorre com mais frequência no jornal Extra (67%), isto é, exatamente o dobro de vezes em relação ao jornal Meia Hora. Assim, essa estratégia aparece nos dois jornais analisados no *corpus*, ou seja, a estratégia foi relevante para os dois jornais analisados, mas a predominância é do Extra, justamente por este ser um jornal que oferece mais detalhes quanto aos valores semântico de tempo e de espaço.

A **quarta** e última **hipótese foi a seguinte**: no jornal “Meia Hora”, a estratégia *palavras que descrevem de modo transparente emoções* seria predominante, comparando-se com sua ocorrência no jornal Extra. Essa estratégia corresponde a palavras que fazem referência de forma explícita a um sentimento. Depois da análise, observou-se que essa estratégia ocorreu apenas no jornal “Meia Hora”, aparecendo com uma frequência de 3%, em relação às outras estratégias (cf. gráfico 1). Já o jornal Extra não teve ocorrências dessa estratégia (cf. gráfico 2), o que comprova a hipótese apresentada no início do trabalho.

O fato de a estratégia *palavras que descrevem de modo transparente emoções* ter ocorrido somente no jornal Meia Hora, revela que esse jornal trabalha objetivando despertar reações fortes no leitor, o que não ocorre com o jornal Extra. O Meia Hora busca chamar a atenção com palavras ou expressões que descrevem, de forma explícita, sentimentos, muitas vezes, descrevendo situações fortes e chocantes.

Realizadas as análises qualitativa e quantitativa, segue-se a conclusão do estudo.

5 CONCLUSÃO

Ao longo do trabalho, foi possível notar algumas diferenças na construção dos dois jornais analisados. Com isso, cada edição poderia provocar diferentes emoções no público leitor, dependendo da forma como abordava determinado acontecimento. Percebeu-se, assim, a diferença no tratamento da linguagem, no estilo e no uso das estratégias patemizantes. Dessa forma, com as análises qualitativa e quantitativa, algumas questões importantes poderiam ser destacadas.

Os jornais, ao produzir seus conteúdos, já sabem para qual público estão destinando suas notícias. Por isso, como foi demonstrado nos resultados deste trabalho, criam estratégias específicas para chamar a atenção desses leitores, conseguindo ter uma maior aproximação ao reproduzir assuntos do cotidiano e do imaginário dessas pessoas.

Com isso, a partir da análise dos dados, a **primeira hipótese**, que foi confirmada, presumia que haveria estratégias no jornal Meia Hora que não seriam exploradas pelo jornal Extra. As duas estratégias que apareceram apenas no Meia Hora foram o *discurso relatado em estilo direto* e o *jogo de palavras*. Pode-se observar esse resultado pelo caráter mais sensacionalista e informal do jornal.

A **segunda hipótese** foi que a estratégia de patemização *índices de avaliação* teria uma maior recorrência no Meia Hora, devido ao caráter mais informal desse jornal. Essa ideia levantada, com base nos dados e gráficos, foi comprovada.

A **terceira hipótese** também se confirmou, pois a estratégia *princípio de proximidade ou distanciamento* apareceu nos dois jornais, porém com maior recorrência no jornal Extra, comprovando a ideia aventada. Essa hipótese foi formulada a partir da suposição de que o Extra forneceria mais detalhes sobre os acontecimentos relatados.

A **quarta hipótese**, sobre a predominância da estratégia *palavras que descrevem de modo transparente emoções*, no jornal Meia Hora, foi comprovada, pois ela foi usada apenas nesse jornal, sem nenhuma ocorrência no Extra. Isso evidencia o forte desejo de chamar a atenção do leitor a partir da construção da imagem de sentimentos fortes e chocantes.

Assim, a partir do modo como a notícia é publicada, isto é, das estratégias discursivas e patêmicas usadas pelo jornal, os leitores se identificam, reconhecendo

a importância das notícias que afetam diretamente o seu cotidiano. No caso desta pesquisa, o tema focalizado no *corpus* foi a situação de violência do Rio de Janeiro, ou seja, os leitores estão se informando sobre problemas que podem estar acontecendo no seu dia a dia.

O jornal *Meia Hora*, assim como nome já diz, tem como objetivo veicular as principais notícias do dia no tempo de trinta minutos. A partir dessa ideia, percebe-se, através da análise das manchetes, manchetinhas e chamadas, sua maior coloquialidade, devido ao tempo de leitura do texto. Assim, comparando-se ao jornal *Extra*, a informalidade do *Meia Hora* fica muito mais evidente.

Além disso, percebe-se que, para relatar as notícias de violência, há a possibilidade de se seguir por diversas vias do uso da linguagem e das estratégias patemizantes. Algumas notícias passam as informações através da linguagem do horror, do chocante, do escândalo, provocando sentimentos de indignação, medo, insegurança e revolta. Outras informam através do sensacionalismo, podendo instigar o humor através de notícias tristes. Cada abordagem e posicionamento conseguem gerar diferentes sentimentos no público-leitor, chamando ou não para a leitura integral do texto. Isso ficou ainda mais evidente através da análise quantitativa, ao se perceber que, mesmo sendo dois jornais populares, cada um poderia utilizar estratégias diferentes e que melhor funcionavam para chamar a atenção do seu público.

Observa-se que o objetivo final de cada jornal popular pode ser diferente, pois isso está totalmente ligado a como se aborda determinada notícia. Esse tratamento pode gerar reflexão no leitor, fazendo com que ele pense sobre a situação de violência da cidade em que vive. Contudo, também pode suscitar o entretenimento, através de manchetes engraçadas, com humor, ironia e sátira. Assim, cabe ao público escolher por qual jornal quer informar-se.

REFERÊNCIAS

CHARAUDEAU, Patrick. *Linguagem e discurso: modos de organização*. São Paulo: Contexto, 2008.

_____. *Pathos e discurso político*. In: MACHADO, Ida Lucia; MENEZES, Willian; MENDES, Emilia (Org.). *As Emoções no Discurso*, v. 1. Lucerna: Rio de Janeiro, 2007.

COSTA, Sérgio Roberto. *Dicionário de gêneros textuais*. 2. ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2009.

GOUVÊA, Lúcia Helena Martins. Operadores argumentativos: uma ponte entre a língua e o discurso. In: PAULIUKONIS, M. A. L. e SANTOS, L. W. dos. (org.) *Estratégias de leitura: texto e ensino*. Rio de Janeiro: Lucerna, 2006.

_____. *Patemização e discurso midiático: um estudo de argumentação e persuasão na crônica jornalística*. Universidade Federal Fluminense (artigo de pós-doutorado). Rio de Janeiro, 2016.

PAULIUKONIS, M. A.; GOUVÊA, L. H. M. Texto como discurso: uma visão semiolinguística. *Revista do Programa de Pós-Graduação em Letras da Universidade de Passo Fundo* - v. 8 - n. 1 - p. 49-70 - jan./jun. 2012.