

# 4

## **MANCHETES, PAIXÕES E SENSACIONALISMO: UM CONFRONTO ENTRE ‘FOLHA DE SÃO PAULO’ E ‘O ESTADO DE SÃO PAULO’**

**HEADLINES, PASSIONS AND SENSATIONALISM: A COMPARISON BETWEEN ‘FOLHA DE SÃO PAULO’ AND ‘O ESTADO DE SÃO PAULO’**

### **Júlio César de Oliveira**

Graduando do curso de Letras, Habilitação em Tradutor e Intérprete, da Universidade de Franca (Unifran).

### **Maria Flávia Figueiredo**

Doutora em Linguística pela Universidade Estadual Paulista (Unesp); docente do Mestrado em Linguística da Universidade de Franca (Unifran); psicanalista.

## **RESUMO**

Na linguagem jornalística da mídia impressa, “Manchete” é o título que recebe o maior destaque na primeira página de um jornal. De uma maneira geral, a manchete retrata o assunto mais importante daquela edição, levando em consideração o público para o qual aquele jornal é voltado. No presente trabalho, buscaremos detectar, por meio de comparações de manchetes sobre o mesmo assunto, sinais de manipulação linguística e as diferenças no uso da linguagem entre dois jornais; e como essas diferenças interferem no despertar de diferentes paixões durante a leitura das manchetes, considerando que, segundo Aristóteles, paixões são sentimentos que alteram as pessoas de tal modo, que fazem diferir seus julgamentos. Nosso *corpus* de análise é constituído de dez manchetes, extraídas de dois dos principais jornais impressos do Brasil, “Folha de São Paulo” e “O Estado de

São Paulo”, veiculadas durante os meses de setembro, outubro e novembro de 2010; período em que ocorreram as campanhas e eleições presidenciais, que culminaram com a eleição de Dilma Rousseff, como primeira mulher presidente do país. No desenvolvimento desta pesquisa, faremos uma análise linguística das manchetes, com base na Linguística Textual e na Retórica, buscando descrever seu aspecto semântico, sintático e sua constituição passional. Acreditamos que essa análise nos permitirá um rastreamento das possíveis estratégias sensacionalistas presentes nas manchetes dos referidos jornais.

**Palavras-chave:** manchetes; paixões; sensacionalismo; jornalismo impresso.

## ABSTRACT

According to the media press language, headline is the title that is highlighted in the cover page of a newspaper. In general, the headline reveals the most important topic of that issue, taking into consideration the target public of that newspaper. In the present article, we aim at detecting, through comparisons of headlines about the same subject, linguistic manipulation signals and the differences in the usage of the language between two newspapers, e how these differences interfere in the arisen of several passions during the reading of the headlines, considering that, according to Aristotle, passions are feelings that alter people in such a way that make their judgments change. Our corpus of analysis is constituted by ten headlines extracted of two main newspapers published in Brazil, “Folha de São Paulo” and “O Estado de São Paulo”, that were issued during the months of September, October and November of 2010, period when the presidential campaign and election occurred and ended with the election of Dilma Rousseff as the first female president of Brazil. In the development of this research, we will make a linguistic analysis of the headlines, based on Textual Linguistic and Rhetoric, searching

to describe their semantic and syntactic aspects and passionate constitution. We believe that this analysis will allow us to perceive the possible sensationalist strategies which are present in the headlines of the referred newspapers.

**Keywords:** headlines; passions; sensationalism; newspaper.

## INTRODUÇÃO

Na linguagem jornalística da mídia impressa, “manchete” é o título que recebe o maior destaque na primeira página de um jornal. De uma maneira geral, a manchete retrata o assunto mais importante daquela edição, levando em consideração o público para o qual aquele jornal é voltado.

A principal função de uma manchete é chamar atenção do leitor de tal forma que o leve à compra do jornal. Muitas vezes, essa compra ocorre influenciada pela simples leitura da manchete, o que faz com que muitos jornais lancem mão do artifício do sensacionalismo que, segundo Rosa Nívea Pedroso (2001), é a transformação de um caso pequeno em extraordinário, um fato em notícia, de forma que, muitas vezes, a notícia não consiga desenvolver nada além do que a manchete propõe.

No presente trabalho, buscaremos detectar, por meio de comparações de manchetes sobre o mesmo assunto, sinais de manipulação linguística e as diferenças no uso da linguagem entre dois jornais, e como essas diferenças interferem no despertar das paixões durante a leitura de tais enunciados, considerando que, segundo Aristóteles (2007), paixões humanas são sentimentos que alteram as pessoas de tal modo, que fazem diferir seus julgamentos.

Nosso *corpus* de análise é constituído de dez manchetes extraídas de dois dos principais, senão os principais, jornais impressos do Brasil – *Folha de São Paulo* e *O Estado de São Paulo* – veiculadas durante os meses de setembro, outubro e novembro de 2010, período em que ocorreram as campanhas e eleições presidenciais, que culminaram com a eleição de Dilma Rousseff, como primeira mulher presidente do país.

No desenvolvimento desta pesquisa, faremos uma análise linguística das manchetes, com base na Linguística Textual e na Retórica, buscando descrever seu aspecto semântico, sintático e sua consti-

tuição passional. Acreditamos que essa análise nos permitirá um rastreamento das possíveis estratégias sensacionalistas presentes nas manchetes desses jornais.

## **1 APRESENTAÇÃO DO CORPUS**

As dez manchetes que compõem o *corpus* encontram-se listadas abaixo. As cinco primeiras foram publicadas na *Folha de São Paulo* e as outras cinco, no *O Estado de São Paulo*. Cada uma delas está precedida pela data da publicação.

### ***Folha de São Paulo***

02 de setembro de 2010 – **Sigilo fiscal da filha de Serra foi violado com procuração falsa**

15 de setembro de 2010 – **Caso Erenice põe o governo na ofensiva e partidos batem boca**

06 de outubro de 2010 – **Lula cobra ajustes na campanha de Dilma**

21 de outubro de 2010 – **Jornalista admite à PF que encomendou informações**

01 de novembro de 2010 – **Dilma é eleita**

### ***O Estado de São Paulo***

02 de setembro de 2010 – **Receita tentou abafar violação do sigilo fiscal da filha de Serra**

15 de setembro de 2010 – **Lula comanda reação para blindar Erenice**

06 de outubro de 2010 – **Aliados criticam a agressividade de Lula**

22 de outubro de 2010 – **Petista ligado a Dilma furtou dados contra Serra, diz jornalista**

01 de novembro de 2010 – **A vitória de Lula**

## 2 ARCABOUÇO TEÓRICO

Segundo Pedroso (2001), tanto os jornais sensacionalistas quanto os considerados “de prestígio” transformam um acontecimento em notícia; o que difere entre os dois é o modo como essa transformação é apresentada. Para defender seu ponto de vista, a autora se vale das palavras de Marcondes Filho (1985, p. 66 apud PEDROSO, 2001, p. 1)), que declara: “o que vai diferenciar o jornal ‘sensacionalista’ de outro ‘sério’ é o grau de mercantilização da informação. O sensacionalismo é apenas o grau mais radical de mercantilização. Todos os jornais usam desse recurso, mas transformar um fato em notícia é também alterá-lo, dirigi-lo, mutilá-lo”.

Ainda para Pedroso (2001), a cumplicidade entre jornal e leitor diz respeito à seleção, hierarquização e supervalorização de conteúdos considerados adequados à cultura de classe dos leitores. E a comunicação entre o jornal e o leitor é sempre estabelecida a partir da manchete, estabelecendo uma forma de comunicação emocional. Por essa razão, o foco do presente trabalho é investigar as marcas linguísticas presentes nas manchetes que logram causar reações (emoções) no leitor.

Para melhor entendimento de nossa análise, é preciso ter uma boa definição de manchete, que é descrita pelo dicionário *Houaiss* (2009) como “título principal, de maior destaque, no alto da primeira página de jornal ou revista, alusivo à mais importante dentre as notícias contidas na edição”.

De acordo com Maria Alice Faria (2004), em *O jornal na sala de aula*, apenas são *manchetes* os títulos maiores e mais importantes, sendo que o restante passa a ser apenas título de matéria. Ainda de acordo com Faria (2004), há diferenças entre notícia e reportagem, sendo que notícia é o relato de uma série de acontecimentos partindo de um determinado fato mais importante ou interessante. Já a reportagem é o levantamento de um determinado assunto a partir de um ponto de

vista predeterminado. Na notícia a linguagem predominante é a referencial; já na reportagem o estilo de apresentação é mais livre e variado.

Existe uma pequena diferença entre manchete de notícia e manchete de reportagem. Normalmente a manchete da notícia passa a ideia de resumo da notícia, isto é, através da manchete o leitor fica informado a respeito do assunto o qual a manchete retrata. Já a manchete de reportagem não dá muitas pistas do assunto. Se o leitor quiser ficar informado sobre o teor completo da reportagem, ele precisa lê-la, os detalhes e o objetivo principal da reportagem constam apenas no corpo do texto. É muito comum o uso de frases nominais como manchetes de reportagens.

Aristóteles (2007), em sua obra *Retórica* – que trata da arte da oratória –, afirma que a retórica existe para influenciar as decisões dadas. O autor defende que um dos principais alvos da retórica é o despertar das paixões humanas no ouvinte; o que, no nosso caso, se aplicaria ao leitor. Aristóteles, ao declarar que o orador deve ter personalidade e olhar nos olhos dos ouvintes, não se refere apenas à oratória política, o que nos dá margem para aplicação desse conceito ao *corpus* do presente trabalho. Como veremos a seguir, os jornais possuem personalidade editorial e marcas que indicam qual o objetivo e para qual público suas notícias são direcionadas.

Aristóteles (2007) também enfatiza que as paixões humanas, sobre as quais trataremos a seguir, são provocadas pelo orador com o intuito de alterar seus julgamentos. Portanto, elas devem ser entendidas como sentimentos transitórios e não como algo permanente.

## **2.1 BREVE DEFINIÇÃO DAS PAIXÕES ARISTOTÉLICAS**

Para o grande mestre da retórica, são catorze as paixões que assolam a alma humana: a cólera, a calma, o temor, a segurança, a inveja, a impudência, o amor, o ódio, a vergonha, a emulação, a compaixão,

o favor, a indignação e o desprezo (cf. ARISTÓTELES, 2007). Vejamos uma brevíssima definição de cada uma delas:

2.1.1 Cólera: é um impulso, acompanhado pela dor. Desperta o desejo de vingança e é sempre dirigida a um indivíduo em particular e não ao “homem” em geral.

2.1.2 Calma: é o oposto da ira. Pode ser entendida como o abrandamento da ira ou o estabelecimento da calma. É o oposto da cólera.

2.1.3 Amor: é o sentimento que faz querer para si algo ou alguém que considere bom o suficiente.

2.1.4 Ódio: ao contrário da cólera, não é dirigida ao indivíduo, mas ao coletivo. Não é acompanhado pela dor e, muitas vezes, é acompanhado pela indiferença.

2.1.5 Temor: é uma dor ou distúrbio pela suposição de algum mal iminente. Tememos algo provocado por alguém ou algo que tenha poder de nos atingir ou causar dor.

2.1.6 Confiança (segurança): é o oposto do temor. É manifestada pela consciência de se estar mais próximo daquilo que nos mantém a salvo e longe do que provoca medo.

2.1.7 Vergonha: é uma dor ou um distúrbio que nos coloca em descrédito em relação a alguém com quem nos relacionamos. Ocorre em relação a alguém que admiramos, nos admiram ou que opinam a nosso respeito.

2.1.8 Impudência: é o oposto da vergonha. Representa o desprezo ou indiferença em relação à opinião que o outro tem de mim. É sentida por pessoas que se sentem superiores às outras.

2.1.9 Favor (obsequiosidade): é o sentimento de ajuda oferecido a alguém sem a esperança de retribuição, nem por vantagem obtida, mas pelo entendimento da necessidade do outro.



2.1.10 Compaixão (piedade): pode ser definida como a dor sentida pela ocorrência de algo destrutivo ou doloroso a alguém e que eventualmente possa nos ocorrer. A manifestação do sentimento da compaixão passa primeiramente pelo sentimento da empatia.

2.1.11 Indignação: manifesta-se pela não aceitação de prosperidade ou pela angústia desmerecida dos outros, pois tudo que é desmerecido é injusto.

2.1.12 Inveja: é o sofrimento ao ver a prosperidade do outro ou se por muito pouco deixamos de ter tudo o que queremos. Sendo assim, fazemos de tudo para que o outro não obtenha nada que não possamos ter também. Só é sentida em relação a pessoas que julgamos “iguais” a nós.

2.1.13 Emulação: é o sentimento de querer ter tudo o que o outro tem, mas sem querer tirar o que ele já tem. Nesse caso, tomamos o outro como um modelo a ser seguido.

2.1.14 Desprezo: consiste na não aceitação da existência do outro e na afirmação de sua própria existência como superior àquela.

### **3 ANÁLISE DAS MANCHETES**

Na sequência, faremos a análise de cada uma das manchetes isoladamente e, ao final, apresentaremos um confronto entre as manchetes trazidas pelos dois jornais que compõem o *corpus*.

#### **3.1 MANCHETES DA FOLHA DE SÃO PAULO (FSP<sup>1</sup>)**

Primeiramente procederemos à análise das manchetes oriundas do jornal *Folha de São Paulo*. Toda a nossa investigação se pautará na percepção, a partir da análise linguística dos enunciados, das possíveis paixões despertadas nos leitores quando da leitura das manchetes.

<sup>1</sup> Abreviatura de *Folha de São Paulo*.

### 3.1.1 Sigilo fiscal da filha de Serra foi violado com procuração falsa

À primeira vista, percebe-se o uso predominante da linguagem referencial, mas se observarmos mais atentamente, veremos que mesmo sendo de característica referencial, esta manchete apresenta alguns aspectos ocultos que evidenciam tendência na escolha das palavras.

No aspecto sintático, o fato da oração ser construída na voz passiva acrescenta destaque à expressão *procuração falsa* tentando destacar a forma com que o sigilo fiscal foi violado. Essa expressão é usada como justificativa ao fato da Receita Federal ter se mostrado tão vulnerável a acesso de informações por pessoas não autorizadas. Ao mesmo tempo em que a manchete revela o instrumento usado na violação do sigilo, ela justifica a vulnerabilidade da Receita, dando a entender que não haveria como saber, a princípio, que a procuração era falsa.

Em relação à análise passional, essa leitura e interpretação pode despertar no leitor uma mistura de *indignação* e *cólera*. Primeiramente *indignação*, pelo fato de não ser justo, de nenhuma pessoa ter o direito de violar os dados particulares de outra pessoa, como foi esse caso ocorrido com a filha de Serra. Já a *cólera*, pelo despertar da *ira* e do *desejo de vingança* que, neste caso, seria eleição de Serra para a Presidência da República e, conseqüentemente, a derrota de seu adversário político que pode estar fazendo parte do esquema de violação do sigilo citado acima.

Outra paixão que pode ser despertada é o *temor*, porque, como já citado acima, a oração é apresentada na voz passiva, mostrando a situação de vítima da filha de Serra, o que pode passar a impressão de que todos os cidadãos estão vulneráveis quanto ao sigilo de seus dados fiscais, qualquer um pode ter seus dados acessados ilegalmente.

### 3.1.2 Caso Erenice põe o governo na ofensiva e partidos batem boca

Nesta manchete não há a explicação do que seria o “Caso Erenice”,

presumindo-se que o leitor já tenha um conhecimento prévio do caso em questão. A composição em duas orações dessa manchete expõe a presença de dois órgãos políticos: o *governo* e os *partidos*.

Em termos semânticos, a palavra *ofensiva*, que se relaciona a governo (agente sofredor da ação), dá a entender ao leitor que o governo se sente acuado e é obrigado, em vista da repercussão do caso Erenice, a partir para o ataque contra a oposição. Ao mesmo tempo, o substantivo *ofensiva* desperta a curiosidade para saber que tipo de ações ofensivas o governo tomará.

A expressão *batem boca* denota certa desorganização nos ataques de ambos os lados, tanto do governo quanto da oposição, o que pode despertar *indignação* por parte do leitor a partir do raciocínio de que pessoas teoricamente instruídas e capazes de governar perdem tempo ao defender seus interesses em discussões inúteis, ao invés de se preocuparem com os interesses dos eleitores. Daí o descrédito do leitor em relação à política em si, que passa a ter a imagem de meios para disputa de poder e não defesa dos desejos da população que, neste caso, seria a apuração verdadeira dos fatos.

### **3.1.3 Lula cobra ajustes na campanha de Dilma**

Temos, nessa manchete, a exposição da figura de Lula como um líder em busca de bons resultados, ao mesmo tempo em que a associação dos nomes de Lula e Dilma remete à aliança composta por eles na campanha eleitoral. Semanticamente, a palavra *ajustes* denota “atitude de integração harmônica em um contexto; adaptação” (HOUAISS, 2009) e demonstra que os discursos de campanha de Dilma não estão em harmonia, adaptados aos desejos da população. Lula, por causa de sua alta taxa de popularidade, seria a pessoa indicada para mostrar o rumo certo e tentar resolver todos esses problemas.

Para militantes e partidários de Lula e Dilma, a figura de Lula

representa a solução de todos os problemas da campanha, o que desperta o sentimento de *segurança*. Já para os partidários da oposição e eleitores com tendências oposicionistas, o fato de Lula, ao invés de estar engajado nos projetos e exercendo suas atribuições do cargo de presidente, estar preocupado em fazer sua sucessão na presidência, despertaria um sentimento de *indignação*, pois não seria justo que os contribuintes paguem o salário do presidente para que ele se empenhe apenas em campanhas eleitorais.

Ainda no aspecto passional, o fato de Lula tentar colocar os discursos de campanha de Dilma de acordo com os anseios da população pode gerar uma certa desconfiança de que tudo não passe de promessas meramente políticas, despertando, assim, a paixão do *temor*.

#### **3.1.4 Jornalista admite à PF que encomendou informações**

Novamente vemos um caso em que, para entendimento da manchete, o leitor precisa ter conhecimento prévio do assunto, pois não temos indícios do que seriam essas informações.

Do ponto de vista sintático, há duas orações ligadas pelo pronome relativo *que*, e os dois verbos presentes (*admitir* e *encomendar*) concordam com o sujeito jornalista. O verbo *admitir*, no sentido de *confessar*, reforça a ideia de que o jornalista apenas confirmou algo de que já se suspeitava e a princípio, a emoção que aflora é a *calma*, pois tira o foco das figuras principais da campanha, uma vez que, se foi o jornalista que encomendou as informações, as pessoas envolvidas na campanha de Dilma deixam de ser suspeitas. Quando se observa a ligação entre os verbos *admitir* e *encomendar* ao sujeito, que é o agente praticante das duas ações, fica claro que o sujeito jornalista chama para si toda a responsabilidade sobre a aquisição das informações.

Já nos simpatizantes da oposição pode aflorar a paixão da *indignação*, pois ocorre o pensamento de que o jornalista é alguém indicado

para admitir a culpa de outra pessoa, que ele seja apenas um “testa-de-ferro” indicado para livrar alguém mais importante do ridículo.

### 3.1.5 Dilma é eleita

Nessa manchete, podemos observar o uso de uma linguagem simples e direta, uma frase curta que não necessita de complemento para que seu conteúdo seja apreendido. O fato de não acrescentar nada quanto ao cargo para o qual Dilma foi eleita, nem à porcentagem dos votos que recebeu, leva à conclusão de que essa manchete só constata um fato que já estava previsto. O atrativo que poderia motivar a compra deste jornal seriam os detalhes da eleição e as declarações da presidente eleita e do candidato derrotado, já que a manchete traz, em apenas três palavras, o resumo de toda a notícia.

Do ponto de vista sintático, o fato de o verbo estar na voz passiva demonstra um alívio na responsabilidade do sujeito em relação à ação que ele sofre, no caso, ser eleita. Neste contexto, o jornal atribui o mérito da eleição de Dilma à população que a elegeu.

Já do ponto de vista passional, a leitura dessa manchete pode suscitar no leitor, simpatizante de Serra, a paixão do *temor*, por pensar que Dilma não seja uma boa escolha para a Presidência e talvez não tenha capacidade para assumir o cargo e fazer um bom governo. E pelo fato de Dilma ter se tornado reconhecida no Brasil todo por intermédio de Lula e nunca ter assumido nenhum cargo político executivo, essa manchete pode também despertar *indignação* naqueles que a julgam não merecedora de assumir um cargo tão importante.

### 3.2 MANCHETES DE O ESTADO DE SÃO PAULO (OESP<sup>2</sup>)

Passaremos, agora, à análise das manchetes oriundas do jornal *O Estado de São Paulo*.

<sup>2</sup> Abreviatura de *O Estado de São Paulo*.

### 3.2.1 Receita tentou abafar violação do sigilo fiscal da filha de Serra

Durante a leitura desta manchete um fato salta aos olhos: a colocação em extremidades dos elementos *Receita* e *Serra*, como se estivessem em oposição.

Sintaticamente, *Receita* é o sujeito da frase, portanto pratica a ação de tentar abafar o caso da violação de sigilo. Em razão disso é encarada aqui como um órgão federal que se mostra incompetente e, talvez por ser federal, tendencioso à eleição do candidato do governo, ao qual *Serra* faz oposição.

Em termos semânticos, o verbo *abafar*, de acordo com Houaiss (2009), significa “não deixar prosseguir processo, investigação”. A partir desse raciocínio, é pertinente deduzir que, se a Receita tenta abafar o caso, é porque está conivente com a situação ou tenta amenizar um estrago maior, que é a exposição da instituição como sendo composta, em maior ou menor número, por pessoas incompetentes ou corruptas.

No aspecto passional, duas paixões podem ser suscitadas no leitor, a *indignação* e a *vergonha*. A *indignação* é decorrente da palavra *violação*, pois esta passa a ideia de algo feito ilegalmente, às escondidas, sem consentimento. Já a *vergonha* é despertada pelo fato de demonstrar ao mundo que mesmo um órgão que deveria combater a fraude, está tentando esconder uma que ocorreu dentro de seus domínios. A partir da ideia de que os governantes são o espelho da população, um caso de corrupção dentro de um órgão federal atinge toda a população do país, por isso o sentimento de *vergonha*. O sujeito da oração Receita acentua ainda mais esse sentimento de *vergonha*, já que é uma instituição que goza de fé pública e, segundo Aristóteles, “a vergonha é uma paixão que sentimos em relação a quem admiramos ou nos admiram”.

### 3.2.2 Lula comanda reação para blindar Erenice

Podemos observar nesta manchete que os agentes da oração possuem

nomes, *Lula* e *Erenice*. O fato de Lula procurar defender Erenice de acusações mostra que ela não é capaz de se defender sozinha, o que é corroborado pelo verbo *blindar*, que pode ser definido como “tornar resistente ou imune; proteger, guardar” (HOUAISS, 2009). Podemos afirmar que só se blinda algo ou alguém que se encontra vulnerável, e se Erenice está vulnerável, é porque algo que ela fez, omitiu ou se omitiu pode vir à tona e causar estragos à campanha de Dilma. Erenice é vista como o ponto fraco da campanha de Dilma e só Lula, por sua popularidade, tem capacidade para protegê-la.

No aspecto passional, pode-se dizer que o primeiro sentimento que aflora durante a leitura desta manchete é a *indignação*, uma vez que Lula deveria estar cuidando dos assuntos do país, ao invés de estar protegendo a campanha de sua candidata. Provavelmente, sua tentativa de defesa de Erenice se devesse ao fato de que, se algo ilegal fosse confirmado, atrapalharia a campanha de Dilma. Alguns leitores poderiam julgar injusto o fato de o presidente deixar o país de lado em função de suas preferências e interesses políticos.

Aos partidários e simpatizantes de Dilma, o fato de ele, Lula, em pessoa, estar tomando a frente em benefício da campanha de Dilma, desperta a paixão da *segurança*, uma vez que Lula é o modelo de sucesso entre seus seguidores e partidários.

### **3.2.3 Aliados criticam a agressividade de Lula**

Nesta manchete três palavras protagonizam o sentido da frase: *aliados*, *agressividade* e *Lula*. Juntas, passam a ideia de que Lula está acuado, sem saída; e pessoas acuadas podem ficar agressivas.

Para melhor entendimento da manchete, valer-nos-emos do dicionário Houaiss (2009), que define agressividade como “forma de desequilíbrio que se caracteriza por uma constante hostilidade diante de outrem”. Novamente o foco principal da manchete é Lula, dei-

xando Dilma de fora. Percebe-se que, ao evidenciar a agressividade de Lula, o jornal tenta mostrá-lo como uma pessoa desequilibrada. Tenta demonstrar seu lado humano, com defeitos e incertezas, sem a mitificação que havia sido criada ao redor dele, uma vez que ele é a referência para os eleitores de Dilma. Se Lula for atingido, desnuado, automaticamente Dilma será prejudicada.

Para os leitores que não simpatizam com Lula, o sentimento que pode aflorar é o de satisfação, deleite, já que, na manchete, “a máscara caiu” e Lula está sendo mostrado como ele realmente é, humano, portanto, com defeitos. Esta satisfação pode estar vinculada à paixão da *inveja*, pois, como vimos anteriormente, a *inveja* é o sofrimento ao ver a prosperidade do outro que julgamos “iguais” a nós; e Lula muitas vezes é tomado como sendo um “igual”, já que ele veio do “povo”, era um operário como a maioria do povo brasileiro.

### 3.2.4 Petista ligado a Dilma furtou dados contra Serra, diz jornalista

Nota-se, nesta manchete, um estilo totalmente tendencioso por parte do jornal, pois, como já se sabe<sup>3</sup> e vimos nas manchetes anteriores, não foram os dados de Serra que foram furtados, mas de seus familiares.

Sintaticamente, o substantivo jornalista funciona como um complemento da oração e, por isso, perde sua importância no enunciado. O foco principal desta oração é o sujeito.

O núcleo do sujeito *petista* é destacado logo no início da manchete e, por se tratar de uma espécie de rotulação do indivíduo, na concepção do leitor, passa a abranger todos os militantes petistas.

A palavra que mais chama atenção nesta manchete é o verbo *furtar*, que significa “agir como ou ser ladrão; roubar” (HOUAISS, 2009). É uma palavra que contém uma alta carga semântica no sentido de

<sup>3</sup> Segundo a mídia brasileira foram furtados dados de familiares e pessoas ligadas a José Serra, do presidente do PSDB Sérgio Guerra e do candidato a vice-presidente na chapa de José Serra, Índio da Costa.



que coloca o petista em questão como bandido, um criminoso, o que é grave porque, como vimos há pouco, esse petista pode representar, por extensão, toda a militância petista.

No sentido passional, o fato de o petista representar toda a militância do partido e ter roubado dados sigilosos de pessoas importantes, formadoras de opinião, pode suscitar a paixão do *ódio* que, conforme já vimos, é um sentimento direcionado ao coletivo, não a apenas um indivíduo.

Essa manchete também pode suscitar no leitor uma gama variada de paixões, como a *indignação*, tanto por parte de petistas, quanto por parte de opositoristas, já que a *indignação* é um sentimento de injustiça, não merecimento de algo. Os petistas podem julgar que o colega está sendo acusado injustamente, que ele é inocente e tudo não passa de acusações feitas por um jornalista que se sentiu acuado diante da inquirição dos agentes da polícia; enquanto os opositoristas podem julgar que Serra não deveria ter seus dados *furtados* e que o petista já deveria estar pagando pelo crime que cometeu. Outro sentimento possível é o da *raiva* em relação ao ocorrido e, conseqüentemente, o desejo de *vingança*, que, nesse caso, seria a prisão dos responsáveis e a não eleição da candidata petista à Presidência do país. Outra paixão a ser destacada é a do *temor* em relação às pessoas que comporão o eventual governo petista, já que a manchete fez questão de ligar o petista em questão à candidata Dilma e, como já vimos, para alguns leitores, todos estariam enquadrados na mesma categoria que o suspeito, de bandidos, criminosos.

### **3.2.5 A vitória de Lula**

A constituição nominal dessa oração faz com que essa manchete ganhe traços típicos de manchete de reportagem que, como já vimos, tem como característica o uso de frases nominais. Se um leitor ler

apenas a manchete sem saber da data em que foi veiculada, não saberá dizer de que vitória de Lula estamos falando.

Ao atribuir a vitória a Lula, essa manchete tira por completo os méritos da candidata eleita, Dilma, dando a impressão de que ela seria incapaz de, por seu próprio esforço, conseguir se eleger para o cargo de presidente do Brasil e talvez até exercer o cargo para o qual foi eleita. De acordo com raciocínio exposto na manchete, Dilma só foi eleita pela influência de Lula, por isso o jornal classifica o fato como uma vitória pessoal do presidente Lula.

A manchete mostra, ainda, um certo grau de *desprezo* pelo resultado das eleições, por ter sido contrário ao que, declaradamente<sup>4</sup>, era esperado por parte dessa mídia jornalística. De acordo com Aristóteles (2007), *desprezo é a não aceitação da existência do outro* (no caso, Dilma) *ou de algo* (neste caso, o resultado das eleições).

A leitura desta manchete pode suscitar no leitor, simpatizante de Dilma, a paixão da *confiança* ou *segurança*, por pensar que Lula vai participar de alguma forma do novo governo, ou que, pelo menos, Dilma dará continuidade aos projetos iniciados por ele. Contudo, esta manchete se dirige, sobretudo, aos simpatizantes de Serra, que compartilham da posição ideológica defendida por esse jornal.

#### **4 O CONFRONTO ENTRE OS JORNAIS**

Faremos, a seguir, um confronto entre as manchetes analisadas anteriormente, tomando sempre manchetes que tratam sobre o mesmo assunto, com o objetivo de mostrar, através de análise textual, sinais de manipulação linguística e como essas manipulações interferem nas paixões despertadas nos leitores e como essas paixões afetam seus julgamentos.

<sup>4</sup>Na edição de 25/09/2010 o jornal *O Estado de São Paulo* veiculou uma nota em que apoiava aberta e incondicionalmente a candidatura de José Serra à Presidência da República.

#### 4.1 FSP – SIGILO FISCAL DA FILHA DE SERRA FOI VIOLADO COM PROCURAÇÃO FALSA

##### OESP – RECEITA TENTOU ABAFAR VIOLAÇÃO DO SIGILO FISCAL DA FILHA DE SERRA

Na manchete da FSP, o sujeito *Sigilo fiscal da filha de Serra* é sucedido por um verbo composto conjugado na voz passiva (*foi violado*). Esse tipo de conjugação, voz passiva, retira do sujeito a responsabilidade pelo ato. Seguindo esse raciocínio, à responsabilidade ou culpa pela ação de violar o sigilo passa a ser da procuração falsa, isto é, de quem forjou a procuração falsa, não do sujeito da oração. Já na manchete do OESP, o sujeito da oração *Receita* é o agente causador da ação de *abafar a violação do sigilo*. O OESP imputa e destaca a responsabilidade da Receita, por ser um órgão federal que goza de fé pública, pela quebra do sigilo da filha de Serra. O verbo tentar, como “empregar meios para conseguir (algo); diligenciar, intentar” (HOUAISS, 2009), denota a ideia de que foi gasto esforço para algo ser realizado, mas não se concretizou. Com base nesse raciocínio, além de destacar a falha da Receita em deixar que dados fossem acessados ilegalmente, destaca também a falha da Receita em impedir que a primeira falha viesse a ser de conhecimento público, enquanto a FSP em nenhum momento fez menção à Receita, nem como agente que causa, nem como agente que sofre a ação.

Na primeira manchete (FSP), a paixão da *indignação* é despertada pela conjugação do verbo na voz passiva (*foi violado*), pelo entendimento de que o sujeito (*sigilo da filha de Serra*) foi vítima de algo injusto e ilegal (*quebra de sigilo*). Também é despertada a paixão da *cólera*, a partir do momento em que a manchete destaca a expressão *procuração falsa*, por passar a ideia de que pessoas interessadas em prejudicar Serra e sua família usaram desse artifício para conseguirem acessar seus dados sigilosos.

Já na manchete do OESP, as paixões a serem despertadas são além da *indignação* e *cólera*, a paixão da *vergonha*. A *indignação* é des-

pertada pela expressão tentou abafar violação, que indica que, conforme já vimos, um órgão de fé pública está tentando esconder algo ilegal e imoral cometido dentro de seus domínios, sem ao menos dar uma satisfação às vítimas. A *cólera* é despertada pelo sujeito Receita, que para muitos leitores pode significar um órgão que apenas quer recolher parte de seus ganhos, mas também é o órgão responsável pela fiscalização da arrecadação federal ou estadual. O fato de haver pessoas na Receita interessadas em manter os problemas em sigilo causa *cólera*, não pelo sentido primário da raiva, mas pelo desejo de vingança que pode suscitar, no sentido de que o leitor quer ver as pessoas responsáveis pagando pelos atos ilegais que cometeram. Já a paixão da *vergonha* é suscitada pelo fato de ter que demonstrar ao mundo que o país não é capaz de combater a corrupção nem mesmo dentro de órgãos federais que têm a função de combater a própria corrupção. O leitor sente *vergonha* pela sua ligação com esse órgão público.

Todas estas paixões despertadas pela manchete do OESP seriam amenizadas se, por exemplo, a manchete fosse a seguinte: “Receita investigará vazamento de dados”. Talvez fosse essa a intenção da Receita ao querer impedir o vazamento do escândalo, investigar internamente e punir os responsáveis, mas com o vazamento, a mídia manipula a notícia de forma a torná-la mais interessante ao leitor.

#### **4.2 FSP – CASO ERENICE PÕE O GOVERNO NA OFENSIVA E PARTIDOS BATEM BOCA**

##### **OESP – LULA COMANDA REAÇÃO PARA BLINDAR ERENICE**

A manchete da FSP é sintaticamente composta por duas orações, em que a primeira destaca o *Caso Erenice* como a causa da ofensiva do governo e do desentendimento entre os partidos. Isso se dá porque *Caso Erenice* é o sujeito da oração e agente causador da reação do governo, que, por sua vez, é o agente que sofre a ação. A segunda oração

é uma frase declarativa, com sentido metafórico, pois a expressão *batem boca* indica que os partidos estão em desentendimento. O uso do substantivo *ofensiva* passa a ideia de que o governo vai atacar para se proteger de eventuais ataques da oposição, para que não sejam expostos seus pontos fracos.

Já a manchete de OESP é composta por apenas um período, em que *Lula* é o sujeito agente causador da ação e *Erenice* é o agente que sofre a ação. O uso do substantivo *reação* indica que o governo já sofreu ataques da oposição e que, a partir desse momento, vai se defender e revidar os ataques. Isto combinado ao uso do verbo *blindar*, no sentido de proteger, sugere que os pontos fracos do governo já foram expostos e que ele está preocupado em consertar o estrago que já foi feito, *blindando* o elemento vulnerável.

Do ponto de vista passional, a primeira paixão que ambas as manchetes despertam, mesmo que por motivos diferentes, é a *indignação*. Na manchete da FSP, o governo ataca a oposição, que revida o ataque governista. O leitor fica indignado ao ler este enunciado, pois enquanto o país está com tantos problemas a serem resolvidos, tantas reformas a serem feitas, os políticos, que foram colocados no poder para atender aos anseios da sociedade, se preocupam mais em mostrar quem é mais forte, defendendo seus interesses políticos e pessoais. Isto fica bem evidente no uso da expressão *batem boca*. Já a manchete de OESP desperta a mesma *indignação*, mas pelo fato de o presidente Lula não se preocupar em investigar a culpa ou isenção de Erenice no escândalo, em detrimento do bom andamento da campanha de sua candidata, Dilma, à Presidência da República. O que agrava ainda mais esse sentimento de impunidade é o uso do verbo *blindar* que, como vimos, é usado para proteger algo vulnerável. E, se Erenice está vulnerável, é porque ela pode ter algo relacionado à culpa, mas que não foi confessado por ela, nem investigado pelo governo. Fica

evidente para o leitor que os interesses políticos e pessoais de Lula estão acima das necessidades da população, que, em relação a esse caso, seria a apuração total dos fatos.

Enquanto na manchete da FSP o governo é que é o agente causador da ação e executa esta ação como prevenção a ataques, a manchete de OESP destaca o presidente Lula como agente causador da ação, mas em reação a um ataque já sofrido.

### **4.3 FSP – LULA COBRA AJUSTES NA CAMPANHA DE DILMA**

#### **OESP – ALIADOS CRITICAM A AGRESSIVIDADE DE LULA**

Na manchete da FSP, o sujeito Lula aparece como elemento principal da oração, o sujeito executor da ação. O uso da palavra *ajustes* deixa subentendido que a campanha não está de acordo ao esperado por Lula e que não está causando o resultado esperado na população. O foco principal é Lula, mas como um líder em busca de resultados.

Já, na manchete de OESP, o sujeito executor da ação é *Aliados*. O uso do substantivo *Lula*, como agente da passiva, tira o foco da campanha política e passa a focar a pessoa de Lula. A palavra *agressividade*, semanticamente, denota desequilíbrio, mostrando que o objetivo dessa manchete é expor um Lula mais humano, com defeitos, com a intenção de enfraquecer o mito que foi criado ao redor da figura de Lula, levando assim ao enfraquecimento da candidatura de Dilma. Ainda no sentido semântico, o termo *aliados* combinado ao verbo *criticar*, referindo-se a Lula, passa a ideia de que Lula está isolado, que até mesmo seus aliados o estão abandonando.

Do ponto de vista passional, na manchete da FSP a paixão a ser despertada é a *indignação* devido ao fato de Lula – autoridade máxima do país – estar se empenhando tanto na campanha presidencial, enquanto deveria estar se ocupando dos problemas do povo brasileiro;

isto se dá pela combinação do sujeito Lula (agente ativo), o verbo *cobrar*, mais o objeto indireto *campanha*, uma vez que todos sabem que Lula não está fazendo campanha política para si próprio. Para os aliados de Dilma, o fato de Lula estar à frente da campanha dela desperta a paixão da *segurança*, pois Lula é visto como alguém de sucesso, indicado para liderar uma campanha política, já que ele foi bem sucedido em duas. Isto fica bem evidente na combinação do sujeito *Lula* e do verbo *comandar*.

Já na manchete de OESP, ainda do ponto de vista passional, o sentimento despertado é o da satisfação acarretada pela *inveja*, já que, para o leitor oposicionista, Lula estaria se mostrando como realmente é: um homem *agressivo, desequilibrado e despreparado* para suportar pressões. Para os simpatizantes de Lula, o sujeito da frase *aliados* pode significar um aliado ocasional, por ocasião apenas da eleição, e a causa do “desequilíbrio” de Lula seria a pressão de ter que, sozinho, vencer uma eleição para outra pessoa. Esses elementos combinados podem suscitar nesse leitor simpatizante o sentimento de *compaixão*, pois ele desenvolve primeiramente o sentimento de empatia, colocando-se no lugar da pessoa, nesse caso, do presidente Lula.

A manchete da FSP mostra Lula como um líder exigindo adequações na campanha de sua aliada política, enquanto o OESP dá destaque para a versão de “aliados” falando sobre a agressividade de Lula. O foco principal deixa de ser a campanha e, mais uma vez, se volta para a pessoa de Lula.

#### **4.4 FSP - JORNALISTA ADMITE À PF QUE ENCOMENDOU INFORMAÇÕES**

##### **OESP - PETISTA LIGADO A DILMA FURTOU DADOS CONTRA SERRA, DIZ JORNALISTA**

Temos, entre essas duas manchetes, uma discrepância enorme em relação ao estilo linguístico e a linguagem usada na descrição da mesma situação.

A manchete da FSP dá destaque ao sujeito jornalista, agente causador da ação. Com o uso do verbo *admite*, que de acordo com Houaiss (2009) é “reconhecer (algo que se faz evidente, incontestável); aceitar”, dá-se uma importância ao depoimento do jornalista.

Já a manchete de OESP procura vincular a violação dos dados a pessoas ligadas à candidata Dilma, através do uso de estereótipos como *petista* e do verbo *furtar*, dando a dimensão de crime ao fato e ligando a ele o nome de Dilma.

Na manchete da FSP temos o uso da linguagem referencial, enquanto na de OESP temos uma linguagem tendenciosa, que procura prejudicar a candidatura de Dilma, promovendo assim a candidatura de José Serra, seu opositor. Uma das maiores evidências disso é o destaque dado às palavras *petista* e *Dilma* e ao verbo *furtar* no sentido de “agir como um bandido” (HOUAISS, 2009), associando-as e dando a impressão de que todos os petistas e Dilma fazem parte do mesmo esquema criminoso.

Do ponto de vista passional, a partir da leitura da primeira manchete, como vimos na análise anteriormente, o leitor pode desfrutar do sentimento da *calma*, já que o foco principal deixa de ser as figuras centrais da campanha e passa a ser um mero jornalista, devido ao seu destaque como sujeito ativo. Outros sentimentos que podem vir à tona são a *indignação* e o *temor*, pois o verbo *encomendar* dá a ideia de capacidade, posse, no sentido de que tudo parece ser questão de dinheiro; é só ter o dinheiro para pagar que a pessoa pode conseguir qualquer coisa sobre qualquer um. Para os simpatizantes de Serra, o jornalista nada mais é do que alguém pago para ser acusado no lugar de pessoas mais importantes ligadas à campanha de Dilma, o que pode despertar a paixão da *cólera*.

Já na manchete de OESP pode ocorrer o despertar de várias paixões, desde *indignação*, pela injustiça cometida contra os familiares



de Serra, até *temor*, ao imaginar que espécie de caráter têm as pessoas que ocuparão cargos no eventual governo petista. Um elemento que agrava este *temor* é o nome de Dilma associado ao petista que é acusado de furtrar os dados sigilosos.

Enquanto a manchete da FSP destaca o jornalista que encomendou as informações e dá importância ao seu depoimento, a manchete de OESP procura vincular o vazamento dos dados a *Dilma* e a pessoas ligadas a ela, conforme está explicitado na manchete. O OESP deixa o jornalista, autor do depoimento do qual foram colhidas as informações relatadas na manchete, em segundo plano, como se ele não tivesse nada a ver com a situação.

#### **4.5 FSP - DILMA É ELEITA**

##### **OESP - A VITÓRIA DE LULA**

Na manchete da FSP podemos observar o uso de uma linguagem simples, direta e de cunho referencial, procurando apenas atestar um fato já previsto. Já na manchete de OESP, observamos o *desprezo* do jornal em relação à candidata eleita Dilma, já que o jornal considera que esta apenas venceu as eleições por méritos do presidente Lula, daí a atribuição da vitória a Lula.

O foco na manchete da FSP é Dilma e está implícito que o mérito pela eleição dela à Presidência se deve à população que a elegeu. Isto pode ser observado pela conjugação do verbo *ser* na voz passiva. Como se sabe, o verbo conjugado na voz passiva alivia a responsabilidade de quem sofre a ação pelo ato executado. Já na manchete de OESP o foco é Lula e o mérito da vitória de Dilma é todo oferecido a Lula, como se fosse uma vitória pessoal.

A leitura das duas manchetes pode suscitar no leitor, simpatizante de Dilma, a paixão da *confiança*; com o diferencial de que, com base na manchete da FSP, o leitor imagina que um novo governo vai começar,

dando continuidade aos projetos do presidente Lula, o antecessor. Já se olharmos pela manchete de OESP, o leitor pode pensar que Lula participará de alguma forma do governo de Dilma e que, por causa de sua influência, ela fará um bom governo. Enquanto, nos solidários a Serra, pode despertar o *temor* de que Dilma não esteja suficientemente capacitada para governar o país.

## CONCLUSÃO

A partir da análise dos enunciados que compõem o *corpus* do nosso trabalho, podemos concluir que a FSP foi mais imparcial do que o OESP, uma vez que, como pudemos observar, o OESP procurou, em todas as suas manchetes, ligar a candidatura de Dilma a escândalos e afetar diretamente a figura do presidente Lula, tentando denegrir, de alguma forma, sua imagem. E, ao afetar a imagem de Lula, a campanha da candidata Dilma estaria sendo afetada diretamente. O uso de estratégias sensacionalistas com o significado implícito, muitas vezes, dá um sentido completamente diferente ao que poderia ser dito de forma imparcial referencial.

Sem dúvida alguma podemos dizer que a escolha das palavras interfere diretamente em quais paixões serão despertadas no leitor. Muitas vezes são sentimentos negativos influenciados por discursos inflamados, carregados de conteúdo ideológico e conceitual. O uso de uma linguagem menos tendenciosa ou manipulada permite que o leitor tire suas próprias conclusões, enquanto o alto grau de manipulação da informação, mesmo que implicitamente, faz com que o leitor tire suas conclusões baseadas em ideologias e conceitos alheios, ainda que ele pense ser ideia própria. O grau de influência oscilará de acordo com o grau de manipulação das palavras.

Deixamos de lado, também, o mito de que existe imprensa imparcial, isto é, que há formas de se escrever sem manipular a notícia. O

sensacionalismo não diz respeito apenas às páginas policiais, como muitos autores advogam, mas se refere ao grau de manipulação da notícia, seja ela política, criminal, econômica ou sobre celebridades.

Uma das principais características dos dois jornais aqui analisados é seu direcionamento para o público de classe média e de instrução escolar e cultural mais elevada (daí o nível de conhecimento prévio exigido para o entendimento das manchetes). Porém, apesar de tudo isso, sem dúvida alguma, pudemos observar que as notícias nunca são passadas de forma imparcial, ou seja, sem manipulação da mensagem. Por mais referencial que seja a linguagem usada em uma manchete, haverá sempre um objetivo e uma intenção subjacente a cada palavra presente no enunciado, pois até mesmo sem termos acesso às matérias na sua íntegra, pudemos perceber as reações possíveis e as prováveis intenções por detrás de cada edição.

## REFERÊNCIAS

ARISTÓTELES. *Retórica*. Tradução de Marcelo Silvano Madeira. São Paulo: Rideel, 2007. (Coleção Biblioteca Clássica).

PEDROSO, R. N. Contribuições aos estudos do sensacionalismo no jornalismo impresso brasileiro. *Sala de prensa*, n. 35, a. III, v. 2, set. 2001.

FARIA, M. A. *O jornal na sala de aula*. São Paulo: Contexto, 2004.

FOLHA DE SÃO PAULO. Jornal diário. Edições de set.; out.; nov. 2010.

O ESTADO DE SÃO PAULO. Jornal diário. Edições de set.; out.; nov. 2010.

