

IMPEDIMENTO PRESIDENCIAL: JOGO, HUMOR E MANIPULAÇÃO

Rafael Guimarães Nogueira

Doutorado/UFF

Orientadora: Rosane Santos Mauro Monnerat

Introdução

O país vive um clima de paz e normalidade institucional. Ninguém prega a violência como método para resolver a crise política. Todos os que se manifestaram pacificamente nas ruas o fizeram sem embaraço. *A imprensa livre, mesmo aquela injustamente acusada de golpista, noticia todos os fatos e repercute todas as opiniões.* O presidente Michel Temer, eleito diretamente com Dilma, exerce o papel atribuído a ele pela Constituição. (Trecho do artigo de opinião “A farsa do golpe”¹, escrito por Aloysio Nunes Ferreira, senador do PSDB) [grifo nosso]

Se para algo servir o meu afastamento, ele deve servir para que nós façamos, a partir de agora, uma análise muito séria sobre as consequências de termos quatro grupos de mídia controlando toda a comunicação no Brasil. *Nós temos também que fazer uma reflexão muito séria sobre as versões, a indução a certos tipos de posições. O uso de alguns grupos econômicos (quatro ou cinco) da sua versão, como sendo a versão.* (Transcrição de trecho da entrevista concedida por Dilma Rousseff à imprensa internacional² no Palácio da Alvorada, no dia 02 de setembro de 2016.) [grifo nosso]

Crise econômica. Protestos de milhares. Denúncias e prisões por corrupção. Discussões inflamadas em redes sociais e mesmo em conversas informais. Impedimento presidencial. Reformas e mudanças nos planos de governo. Como salientam as citações em destaque, no atual cenário sociopolítico de nosso país, podemos facilmente reconhecer perspectivas antagônicas quanto ao impedimento da presidente Dilma Rousseff e à legitimidade do atual governo.

Nesse sentido, convém questionarmos: Qual é o papel da mídia na construção da opinião pública? Estariam os meios de comunicação exercendo sua liberdade de expressão e

¹ Texto disponível em: <http://www.psdb.org.br/a-farsa-do-golpe-por-alloysio-nunes-ferreira/>. Acesso em: 09 de setembro de 2016.

² Vídeo disponível em: <https://www.facebook.com/DilmaRousseff>. Acesso em: 09 de setembro de 2016.

seu compromisso social, reportando, de forma imparcial, os acontecimentos da esfera política? Ou, ao contrário, a imprensa estaria, a partir de seus interesses econômicos, distorcendo os fatos, a fim de induzir o público-leitor a assumir o ponto de vista que ela veicula?

Considerando a profusão de afirmações extremadas proferidas atualmente acerca da política nacional, esta pesquisa visa à construção de uma análise mais objetiva dos discursos difundidos em um expressivo meio de comunicação e formação de opinião: o jornal popular *Meia Hora de Notícias*. Observando, portanto, as estratégias de *captação* utilizadas pelo tabloide carioca, o *objetivo central* deste trabalho é investigar a possível *manipulação da opinião pública* a partir da desinformação e da ocultação das intencionalidades do jornal.

Para tal, selecionamos como *corpus* 03 manchetes que tratam do *impeachment* da presidente Dilma Rousseff, publicadas entre abril e maio de 2016. No que concerne às *justificativas* para esse recorte metodológico, destacamos, quanto à seleção do *corpus*, a grande circulação social e a expressividade do jornal *Meia Hora* e, quanto ao tema, a representatividade histórica do impedimento presidencial.

Tendo em vista a variedade de estudos em Análise do Discurso, optamos pela perspectiva da *Teoria Semiollingüística*, de Patrick Charaudeau, uma vez que, em seu modelo teórico-metodológico, ela abarca, amplamente, todo o ato de linguagem, considerando não só aspectos sócio-históricos que o subjazem como também a intencionalidade e as identidades das instâncias de produção e de recepção.

Como base teórica desta pesquisa semiollingüística, reunimos contribuições da Linguística Textual (cf. MARCUSCHI, 2008), da Filosofia (cf. BERGSON, 1983), do Jornalismo (cf. AMARAL, 2006) e, obviamente, da Análise Semiollingüística do Discurso (cf. CHARAUDEAU, 2005; 2006; 2009; 2016), para que, em uma análise qualitativa das formas lingüístico-discursivas, sejam investigadas estratégias de manipulação.

Dentre os mecanismos empregados pelo jornal, destacamos, em primeiro lugar, *os modos de organização do discurso* – em especial, o descritivo e o narrativo, que se revelam mais comuns na estruturação do gênero “manchete”. Segundo Charaudeau (2009), os modos de organização constroem-se pela utilização de categorias da língua e pela realização de diferentes procedimentos discursivos, tendo em vista as finalidades do ato de comunicação. Focalizaremos, assim, os mecanismos de construção de mundos descritos e narrados.

Quanto à *manipulação* – a espetacularização e a distorção da realidade segundo os objetivos da instância de produção (cf. CHARAUDEAU, 2016) –, demonstraremos como a *intergenericidade* – a mescla de funções e formas de gêneros diversos (cf. MARCUSCHI,

2008) – e a *comicidade* – o riso como ação e intervenção social (cf. BERGSON, 1983) – podem, no jornalismo popular – que, não raro, ignora seu compromisso social com a população de renda mais baixa e acaba por reforçar a ideologia dos grupos dominantes (cf. AMARAL, 2006) –, representar recursos para captar a atenção do leitor-consumidor e, ao mesmo tempo, ocultar as avaliações difundidas por essa mídia impressa. Esperamos, portanto, apontar caminhos para o desenvolvimento de uma leitura crítica do discurso midiático, a partir da qual se reconheçam algumas formas de manipulação da opinião pública.

Sujeitos e Modos De Organização de Manchetes Jornalísticas

Sujeitos constitutivos de manchetes: o jornal, o jornalista e os leitores

Focalizando a materialidade linguística, os estudos semiolinguísticos partem do pressuposto de que a construção do sentido se faz por meio de uma relação forma/sentido. A partir de uma *situação de comunicação* concreta, os parceiros do *ato discursivo*, determinados por suas *identidades* e por um *contrato de comunicação*, manipulam a linguagem (os *meios linguísticos e discursivos*) a fim atingir seus propósitos discursivos (cf. CHARAUDEAU, 2005).

Dada sua *situação* de troca linguageira (o quadro de referência ao qual se reportam os leitores-consumidores), as manchetes inserem-se no contrato de comunicação midiática, o contrato de “informação cidadã”. Nele, há, de um lado, a identidade da *instância de produção* – que, por seu estatuto profissional, possui legitimidade democrática e, por seu discurso, busca reforçar sua credibilidade – e, de outro, a identidade da *instância de recepção* – o cidadão, que, frente à necessidade de se informar sobre a atualidade, busca o jornal com o qual se identifica (cf. CHARAUDEAU, 2006).

Paralelamente, partindo do pressuposto de que o ato de linguagem se desdobra em dois circuitos de produção do saber – o *espaço interno* da comunicação, que reúne os seres de fala, e o *espaço externo* da situação de comunicação, que engloba os seres agentes (cf. CHARAUDEAU, 2009) –, Costa (2013, p. 27 e 28) pontua que as manchetes são constituídas por:

- i) a instância de produção, o conjunto de profissionais (redatores, revisores, editores, fotógrafos, designers etc.) que, pertencendo ao quadro de empregados do jornal, têm sua enunciação submetida aos seus interesses comerciais dessa empresa;
- ii) o jornalista, o enunciador do fato narrado, responsável diretamente por projetar, no texto, as supostas expectativas dos leitores;

iii) o leitor virtual, a imagem coletiva que, segundo a instância de produção, teria interesse pelo fato reportado e pelas estratégias linguístico-discursivas utilizadas na manchete; e

iv) o leitor efetivo, o leitor concreto, considerado em sua individualidade.

Se, em todo ato de linguagem, os sujeitos deixam, no enunciado, marcas da troca discursiva, podemos compreender que, para atingir seus propósitos e construir identidades discursivas (dos objetos de discurso, do próprio jornal e de seu público-leitor), a instância de produção seleciona e manipula não só diferentes *elementos linguísticos* mas também *elementos discursivos*, como os modos de organização, de que trataremos abaixo.

Modos de organização em manchetes: o descritivo e o narrativo

Para a Semiolinguística, todo discurso materializado em texto é estruturado por componentes e por procedimentos que, combinados, refletem o projeto de fala do sujeito comunicante. Desse modo, Charaudeau (2009, p. 79) explicita que os modos de organização do discurso configuram-se pela utilização de determinadas categorias da língua segundo as finalidades discursivas do ato de comunicação. São eles: o Enunciativo (que traduz inclusão dos interlocutores no discurso e, assim, comanda/perpassa os outros três modos de organização), o Descritivo, o Narrativo e o Argumentativo. Nessa perspectiva, apontaremos, a seguir, dois traços dos modos descritivo e narrativo que serão fundamentais à análise das manchetes jornalísticas: os efeitos da encenação discursiva e a caracterização dos actantes narrativos.

Efeitos discursivos do nomear, localizar, qualificar

Inicialmente, Charaudeau (2009, p. 110-115) pontua que a descrição é um *resultado* de um ato linguageiro, um *texto* (ou fragmento de texto) que, por sua natureza linguístico-funcional, se caracteriza pela atribuição de traços a um elemento, pessoa ou objeto. O descritivo é, portanto, um *procedimento* discursivo, o *processo* de organizar o discurso a partir de três componentes autônomos e, ao mesmo tempo, indissociáveis: *nomear* (dar existência a um ser, identificando-o a partir de suas semelhanças e diferenças com outros seres), *localizar-situar* (definir o lugar físico e temporal em que se insere o ser) e *qualificar* (atribuir características e especificações ao ser, incluindo-o em um subgrupo).

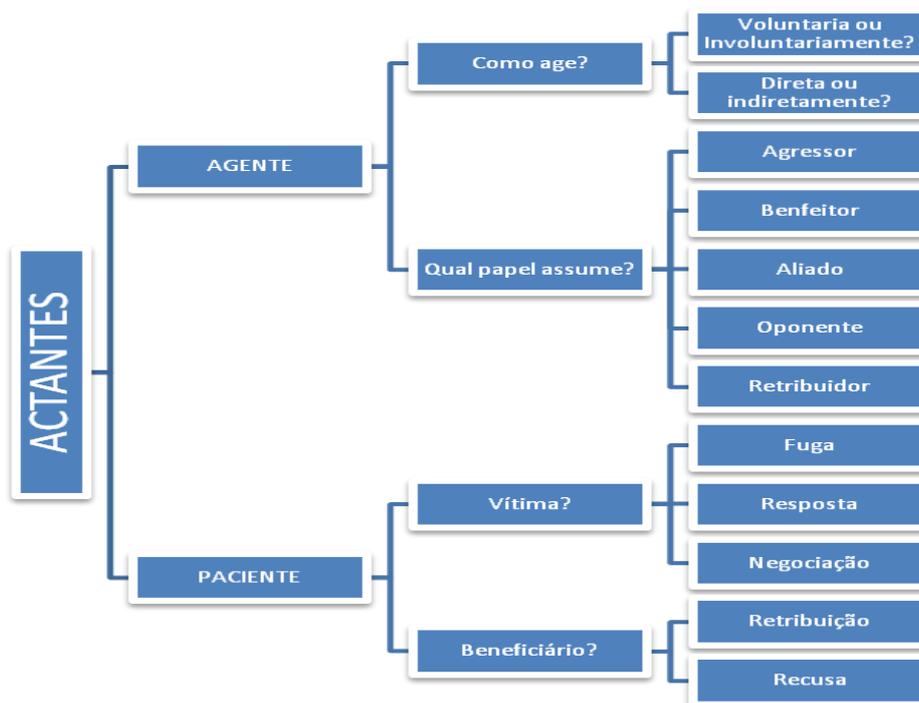
Nesse processo de (re)construção sócio-discursiva do mundo, evocam-se diferentes *efeitos da encenação descritiva*. De acordo com Charaudeau (*op. cit.*, p. 139-144), o descritor, pressuposto nesse procedimento linguageiro, pode intervir explícita ou implicitamente,

produzindo, dessa forma, estes possíveis efeitos: i) *efeito de saber*, a apresentação de identificações e qualificações racionais; ii) *efeito de realidade e de ficção*, a alternância da posição do narrador-descritor, que ora apresenta um mundo próximo ao que se concebe como real ora, uma outra forma subjetiva (particular) de (re)construção do real; iii) *efeito de confiança*, a intervenção explícita ou implícita do descritor que aponta uma apreciação pessoal, marcada pelo uso parênteses, comparações, uso de provérbios etc; e iv) *efeito de gênero*, o conjunto de formas e de expressões que permitem ao leitor identificar a função discursiva do texto.

Actantes da narrativa

O modo de organização narrativo consiste na mecânica de construção de um universo no qual as ações, ligadas umas às outras, se encadeiam progressivamente, articulando actantes, processos e sequências. Nessa lógica narrativa, cumpre destacarmos, segundo os objetivos desta pesquisa, a caracterização dos *actantes* – definidos por Charaudeau (2009, p. 160) como os papéis que, por suas ações, são atribuídos/desempenhados pelos personagens.

Numa proposta de caracterização dos actantes, considerando seus papéis (a finalidade de suas ações), sua hierarquização em relação a outros actantes (no que tange tanto à sua natureza – agente ou alvo da ação – quanto à sua importância na narrativa – actantes principais ou secundários) e sua qualificação (geral e abstrata ou específica e concreta), Charaudeau (*op. cit.*, p. 162 e 163) propõe um questionário actancial, que “ordena as perguntas em torno dos dois actantes de base [agente e paciente/alvo], prevê uma especificação dos papéis [...] e propõe alguns tipos de qualificações mais usuais [...]”. Em uma tentativa de síntese dos papéis actanciais, a partir dos quais os personagens receberiam qualificações positivas e/ou negativas, propomos este diagrama:



Papéis actanciais (adaptado de CHARAUDEAU, 2009, p. 162 e 163)

A Manipulação da Opinião Pública

Os conceitos de *opinião e manipulação*

Como destaca Charaudeau (2016, p. 20), a opinião é um fato de linguagem, uma vez que resulta do entrecruzamento dos atos linguageiros de que um indivíduo ou grupo participou. Sob uma perspectiva dialógica, ela é construída em ratificação ou negação de outros discursos, que lhe são anteriores. Consiste, portanto, em um julgamento sobre os seres ou os acontecimentos do mundo: “A opinião não é um conhecimento, é um *ponto de vista* a respeito de um saber. A opinião não enuncia uma verdade sobre o mundo, mas um ponto de vista sobre verdades do mundo. A opinião é, pois, uma *crença*.” (CHARAUDEAU, *op. cit.*, p. 33) [grifos nossos].

Focalizando o papel das mídias, compreende-se que elas veiculam o que concebem/idealizam como opinião pública (e não necessariamente o que esta seria efetivamente). Num jogo de distorções e generalizações, criam imagens caricaturais de grupos sociais, cujas opiniões deixam de ser relativas/subjetivas e, assim, assumem caráter absoluto e definitivo. Logo, nas palavras de Charaudeau (2016, p. 44): “A opinião pública é sempre refém de alguém.”.

Todo texto midiático instauraria, então, uma forma de manipulação? Para responder a essa questão, convém explicitarmos a polissemia do termo “manipulação”. Em sentido

amplo, a manipulação consistiria no emprego de estratégias de persuasão ou de sedução que visam à aceitação de certo ponto de vista e/ou ao “fazer-fazer”. Nesse sentido, todo discurso de incitação seria manipulador, com conotação negativa.

Na perspectiva adotada por Charaudeau (*op. cit.*, p. 68 e 69), no entanto, o discurso manipulador será apenas aquele em que o manipulador:

- i) não revela sua intenção (ou o disfarça sob outro projeto);
- ii) obtém benefício de sua posição de legitimidade;
- iii) projeta-se como capaz de “paralisar”, pela ameaça ou pela sedução, opiniões diferentes à sua;
- iv) dramatiza seu discurso, inquietando ou mesmo aterrorizando seu público.

Assim, o manipulado, deixando-se persuadir ou seduzir por essas estratégias de falsas aparências, entra no jogo de persuasão do manipulador sem se dar conta. A manipulação é acompanhada, pois, de uma falsidade, pelo fato de que há uma relação entre o influenciador-manipulador que esconde sua intenção e um influenciado-manipulado que a ignora. (CHARAUDEAU, 2016, p. 69.)

Segundo esse modelo teórico, concebemos a possibilidade de incluir dentre as estratégias de manipulação da opinião pública, além dos cinco procedimentos de encenação da atualidade listados por Charaudeau (2016, p. 120-145) – i) a superatualização dos acontecimentos: a escolha e repetição das notícias mais dramáticas; ii) a aliança entre mídias e política: relação de interesse (duplo favorecimento), marcada pela seleção e (re)significação dos acontecimentos; iii) a superdramatização da informação: a construção de narrativas que visam, sobretudo, a impactos emocionais; iv) a peopolização: exposição da vida cotidiana dos políticos, a partir da qual o particular se torna público; e v) a manipulação das pesquisas de opinião –, a comicidade e da intergenericidade, uma vez que esses dois recursos são igualmente eficazes na captação da atenção do leitor-consumidor e, ao mesmo tempo, na ocultação das apreciações construídas sob a visada “fazer-fazer”. Passemos, então, a uma síntese dessas duas estratégias.

A intergenericidade e o mascaramento de intencionalidades

Ao considerar não só o aspecto formal e estrutural da língua, mas também a natureza funcional e interativa dos textos, Marcuschi (2008, p. 155) assevera que os gêneros “apresentam padrões sociocomunicativos característicos definidos por composições

funcionais, objetivos enunciativos e estilos”. No que diz respeito aos gêneros midiáticos, Marcuschi (*op. cit.*, p.168) assinala que:

É bastante comum que nos órgãos de imprensa se usem as *contaminações de gêneros* ou se proceda à *hibridação* como forma de chamar mais a atenção e motivar a leitura. De algum modo, parece que essa estratégia tem o poder quase mágico de levar as pessoas a interpretarem muito mais e com mais intensidade o que ali está. Esse aspecto mereceria um estudo à parte. [grifos nossos]

Como já sublinhou Bakhtin (1979; *apud* MARCUSCHI, 2008, p. 163), “os gêneros se imbricam e interpenetram para constituírem novos gêneros”. Nesse sentido, a intergenericidade é o fenômeno textual-discursivo que se caracteriza por uma mescla de funções e formas de gêneros diversos; trata-se de uma configuração híbrida, na qual o predomínio da função supera a forma na determinação do gênero.

O riso como crítica social

Compreendendo a comicidade como uma forma de revelação do real, Bergson (1983, p. 07 e 08) sistematiza os três *componentes da comicidade*, a saber: o *humano* (“não há comicidade fora do que é propriamente humano”), a *insensibilidade* (“o cômico exige algo como certa anestesia momentânea do coração para produzir todo o seu efeito”) e a *cumplicidade* (“o nosso riso é sempre o riso de um grupo”). Em síntese: “o cômico surgirá quando homens reunidos em grupo dirijam sua atenção a um deles, calando a sensibilidade e exercendo tão-só a inteligência” (BERGSON, *op. cit.*, p. 09).

Em seguida, pontuando os principais mecanismos de produção do risível, explicita que ele pode decorrer das diferentes formas de infringir alguma das leis que regem a sociedade, a saber: i) a identificação de uma rigidez mecânica, ii) uma distração, iii) uma repetição sem propósito, iv) um isolamento involuntário ou v) a idealização, a irracionalidade, a fuga da realidade.

A partir disso, após apresentar a comicidade das formas, das atitudes, dos movimentos, das ações, das situações e da linguagem, focaliza, no capítulo 3, a comicidade de caráter, destacando estas três principais significações sociais do riso:

i) humilhar: “Mistura-se a ele [o prazer de rir] uma segunda intenção que a sociedade tem em relação a nós quando nós mesmos não a temos. Insinua-se a intenção inconfessada de humilhar, e com ela, certamente, de corrigir, pelo menos exteriormente.” (BERGSON, 1983, p. 65)

ii) apontar defeitos: “Podemos, pois, admitir que via de regra são mesmo os defeitos alheios que nos fazem rir – cabendo acrescentar, sem dúvida, que esses defeitos nos fazem rir em razão de sua *insociabilidade* mais do que por sua *imoralidade*.” (BERGSON, *op. cit.*, p. 67)

iii) castigar: “O riso é, antes de tudo, um castigo. Feito para humilhar, deve causar à vítima dele uma impressão penosa. A sociedade vingam-se através do riso das liberdades que se tomaram com ela. Ele não atingiria o seu objetivo se carregasse a marca da solidariedade e da bondade.” (BERGSON, *op. cit.*, p. 92)

Após caracterizar o gênero discursivo focalizado nesta pesquisa (no que se refere aos sujeitos e aos modos de organização que o constituem) e definir as duas estratégias de manipulação (a intergenericidade e a comicidade), passamos à análise das manchetes que tratam do impedimento presidencial.

Análise das Manchetes Políticas

A fim de observar como, em um dispositivo descritivo e/ou narrativo, a intergenericidade e a comicidade funcionam como estratégias de manipulação da opinião pública acerca do impedimento da presidente Dilma Rousseff, pontuamos estas quatro etapas de análise do *corpus* – as quais serão desenvolvidas por meio de tabelas-síntese: i) reconhecimento do modo de organização do discurso predominante e, assim, identificação dos efeitos discursivos do descritivo e/ou da caracterização dos actantes da lógica narrativa; ii) descrição de possíveis movimentos intergenéricos e de sua contribuição para a caracterização e a avaliação dos personagens e dos fatos políticos; iii) indicação dos mecanismos de comicidade e de suas funções sociais; e iv) análise da intergenericidade e da comicidade como formas de manipulação da opinião pública. Dito isso, iniciemos a análise dos três textos que compõem o *corpus* desta pesquisa.

MANCHETE 1: DEU PT – PERDA TOTAL (ANEXO 1)
MODO DE ORGANIZAÇÃO DO DISCURSO:
Com o distanciamento/apagamento do EU e a não implicatura do TU (modo delocutivo), este texto apresenta uma sequência linguística predominantemente narrativa. Isso porque, existe uma clara relação entre as ações dos “deputados” (“bater de frente” e “aprovar o impeachment”) e a mudança provocada sobre a presidente. Há, pois, de um lado, um <i>actante</i>

agente, oponente e voluntário; e, de outro, um *actante alvo e vítima* – como evidencia a função sintática desses termos: sujeito e objeto indireto (ou complemento circunstancial), respectivamente. Além disso, o resultado da ação é sumarizado no próprio título, que se refere a um acidente/prejuízo completo.

Quanto ao modo descritivo, constitutivo da narração, observamos, apenas, o movimento de situar o fato: a expressão “Brasília em chamas” dialoga, metaforicamente, não só com o clima de agitação/alvoroço político na capital do país, como também com a imagem do veículo (de mesmo nome) em chamas, com a sigla do Partido dos Trabalhadores. Emerge, assim, o *efeito de realidade e de ficção* (haja vista a dramaticidade metafórica a partir da qual o fato é reconstruído: o fogo e a fumaça poderiam não só sugerir o caos político do país como também indicar, especificamente, a destruição em que se encontra o PT).

INTERGENERICIDADE:

Não há uma intergenericidade evidente. Destacamos, no entanto, a possibilidade de relacionar, em especial, a imagem do veículo em chamas com sequências de jogos eletrônicos automobilísticos, em que também se observa expressiva dramaticidade. Paralelamente, sublinhamos, no *lide*, as referências metafóricas aos campeonatos esportivos, construídas a partir das expressões “rebaixamento” e “jogo no Senado”.

COMICIDADE:

O caos político em que se encontra(va) o país poderia ser motivo para o riso? Compreendemos que, segundo Bergson (1983), dificilmente esse cenário em chamas apontaria o risível, uma vez que não focaliza a ação humana e, ao mesmo tempo, não aponta, explicitamente, um dos mecanismos da comicidade. Destacamos, todavia, o trecho “Votação foi pelo Fulano, pelo Sicrano, pelo Beltrano...”, que, retomando justificativas (muitas delas, infundadas) dos senadores durante a votação do impedimento presidencial, poderia representar um *defeito* (uma *inabilidade*) desses políticos e, assim, provocar o riso.

MANIPULAÇÃO DA OPINIÃO PÚBLICA:

O texto privilegia informar sobre a votação ocorrida no dia anterior (e não comentar o fato). Trata-se, assim, de um discurso mais objetivo, em que a comicidade e a intergenericidade se revelam pouco evidentes (ou mesmo, não existem). Ressaltamos, entretanto, uma avaliação do jornal quanto à possibilidade de Dilma “virar o jogo no Senado”: por meio não só da relação entre as imagens de caos e as expressões metafóricas (como “perda total” e “chamas”) como também da oração adversativa “mas é difícil...”, o jornal tece uma previsão sobre o futuro cenário político e, por meio de sua legitimidade e credibilidade, acaba

por fazer os leitores acreditarem que “o jogo está mesmo perdido”.

MANCHETE 2: VAI ENFORCAR O FERIADO? (ANEXO 2)

MODO DE ORGANIZAÇÃO DO DISCURSO:

No título deste texto, há uma interpelação e interrogação ao TU (ao enunciatório) – *modo alocutivo*. A partir desse questionamento, o enunciador destaca o enunciatório dentre o conjunto de interlocutores – o que sugere aproximação entre os sujeitos.

Já no subtítulo, ao se considerar o público-alvo do jornal, a resposta à pergunta-título poderia ser pressuposta como negativa: assalariados e autônomos pertencentes às classes C, D e E não poderiam deixar de comparecer ao trabalho nos dias entre o feriado e o final de semana. O questionamento se aproxima, assim, de uma pergunta retórica. E, dessa forma, o enunciador oferece uma sugestão ao enunciatório – marcada, principalmente, pelos verbos conjugados no Imperativo: “proveita” e “diz”. Da aproximação entre os co-enunciadores surgiria, então, o *efeito de confiança*.

Trata-se, pois, de um texto construído predominantemente pelo modo descritivo, no qual o objeto de discurso “Dilma” passa a existir no universo textual – inserido no mesmo “conjunto” de demais personalidades e representações estereotipadas (a sogra e o chefe). Suscita-se, dessa maneira, também o *efeito de realidade e de ficção*.

INTERGENERICIDADE:

Há, nesta manchete, um evidente movimento intergenérico com o *jogo da força*, em que o jogador é desafiado a acertar a palavra proposta, tendo como dica o número de letras e o tema ligado à palavra. Destacamos, dessa maneira, a indicação metafórica daqueles que, segundo o jornal, merecem a força. Nesse contexto, ainda que seus possíveis equívocos não sejam mencionados, Dilma é condenada à “morte política”.

COMICIDADE:

No que se refere ao cômico, a partir de uma referência a comportamentos estereotípicos, pressupõem-se os *desvios* cometidos por cada um dos sujeitos e, conseqüentemente, propõem-se uma *punição* – a partir da retomada da estrutura composicional do jogo da força. Nessa perspectiva, o erro de Dilma já seria conhecido pelos leitores.

MANIPULAÇÃO DA OPINIÃO PÚBLICA:

O leitor é convidado a participar do “joginho da força”, simbolicamente punindo um dos sujeitos listados. Observa-se, assim, uma construção subjetiva do mundo, visto que o

merecimento dessa punição com a morte não é consensual e que o leitor do jornal é convidado, pela incitação, a partilhar dessa opinião. Mas, entre personalidades do esporte e da política e estereótipos sociais, qual poderia ser o melhor candidato à força? Se se considerar os fatos de que a imagem de Dilma está mais próxima à força e que Temer, seu antagonista político, é, nesta manchete, a única personalidade que não apresenta uma fisionomia de tensão/apreensão, além de ser aquele que, espacialmente, mais se distancia da força, talvez seja possível afirmar que o jornal condena a presidente. O texto privilegia, portanto, não o informar, mas o julgar/comentar, convidando o leitor ao mesmo engajamento.

MANCHETE 3: ARRASA, QUERIDA! (ANEXO 3)

MODO DE ORGANIZAÇÃO DO DISCURSO:

Como no texto anterior, neste último, o título constrói um *movimento alocutivo*; mas, desta vez, não com os leitores e sim com a presidente “Dilma” – ironicamente enunciada como “querida”. Em seguida, por meio da *delocução*, o jornal, referindo-se a si mesmo em 3ª pessoa, explicita sua “intenção”: sugerir “ocupações bem legais” à presidente. Nos quadros, o que se observa é uma sequência descritiva subjetiva, em que se atribuem características negativas a Dilma. Verificamos, então, novamente, o *efeito de realidade e de ficção*.

INTERGENERICIDADE:

O jornal – a partir da modalidade descritiva – passa a listar, como em um *catálogo* (ou mesmo *álbum de figurinhas*), possíveis profissões a serem assumidas por Dilma. Considerando, contudo, a quase impossibilidade de a presidente exercê-las (como, por exemplo, ser uma cantora ou um personagem de programa infantil), a lista indica, ironicamente, o que a presidente também não pode ser.

COMICIDADE:

O texto impõem a Dilma a *humilhação* pública: àquela que, à época, tinha o cargo de maior representatividade social do país, são indicadas ocupações condizentes com suas *inabilidades e defeitos*. Instaura-se, dessa maneira, a *punição*.

MANIPULAÇÃO DA OPINIÃO PÚBLICA:

O texto em análise pressupõe uma informação e privilegia a avaliação e a incitação – construídas pelo efeito cômico da humilhação e pela intergenericidade com o gênero “catálogo”. Constrói-se, assim, uma imagem negativa para a presidente, caracterizada como: autoritária e, possivelmente, corrupta e incompetente.

Considerações Finais

Pela exploração linguístico-discursiva das manchetes, observamos, no que se refere à relação forma/sentido, que, principalmente no jornalismo popular, a informação é transformada em mercadoria com todos os seus apelos estéticos, emocionais e sensacionais; ela sofre um tratamento que a adapta às normas mercadológicas de generalização, padronização e simplificação (cf. AMARAL, 2006).

O jornal *Meia Hora*, a fim de captar e fidelizar seu público-consumidor, manipula a opinião pública, reforçando a insatisfação da população para com os governantes. A partir de um discurso irônico, intergenérico e informal, o jornal acaba por reproduzir, de forma hiperbólica, a recusa ao governo Dilma, apresentando, em suas manchetes, mais julgamentos (diretos e indiretos) sobre a presidente que informações sobre os fatos políticos. Nesse sentido, configura-se como um meio de manipulação ideológica e política do grupo “O Dia”, do qual faz parte. Legitimam-se, assim, os valores da elite econômica e, ao mesmo tempo, rompe-se a legitimidade política de Dilma e de seu partido.

Destacamos, por fim, uma limitação desta pesquisa. A análise da articulação entre as linguagens verbal e visual – no que se refere, dentre muitos outros aspectos, à relação iconográfica entre língua e fotografia – representa, certamente, um caminho profícuo para a compreensão das estratégias de captação e de manipulação na mídia impressa.

REFERÊNCIAS

AMARAL, Márcia Franz. *Jornalismo popular*. São Paulo: Contexto, 2006.

BERGSON, Henri. *O riso: ensaio sobre a significação do cômico*. 2. ed. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1983.

COSTA, Wagner Alexandre dos Santos. *Do título ao texto/ Do texto ao título: o processo de estabilização da referência em notícias do jornal Meia Hora*. Tese de Doutorado – Universidade Federal Fluminense / Instituto de Letras, 2013.

CHARAUDEAU, Patrick. Uma análise semiolinguística do texto e do discurso. *In.*: PAULIUKONIS, Maria Aparecida Lino & GAVAZZI, Sigrid. (orgs.). *Da língua ao discurso: reflexões para o ensino*. Rio de Janeiro: Lucerna, 2005. p. 11-29.

_____. *Discurso das mídias*. [tradução: Angela S. M. Corrêa]. São Paulo: Contexto, 2006.

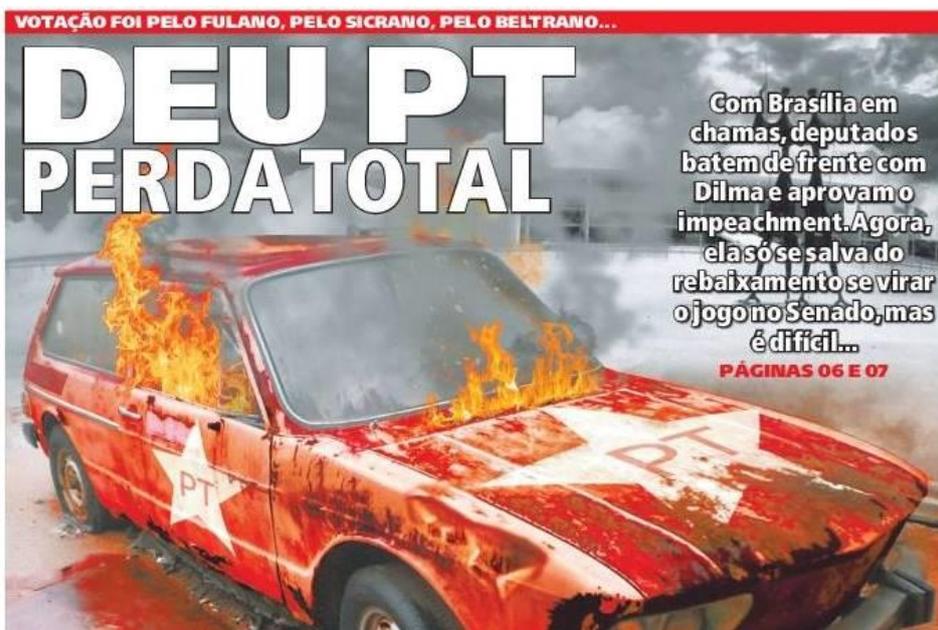
_____. *Linguagem e discurso: modos de organização*. [coord. da equipe de tradução: Ângela M. S. Corrêa & Ida Lúcia Machado]. 1. ed. São Paulo: Contexto, 2009.

_____. *A conquista da opinião pública: como o discurso manipula as escolhas políticas*. [Trad. de Angela M. S. Corrêa.]. São Paulo: Contexto, 2016.

MARCUSCHI, Luiz Antônio. *Produção textual, análise de gêneros e compreensão*. São Paulo: Parábola Editorial, 2008.

ANEXOS: MANCHETES ANALISADAS

ANEXO 1: MANCHETE “DEU PT – PERDA TOTAL”



Capa do jornal *Meia Hora* de 18 de abril de 2016.

ANEXO 2: MANCHETE “VAI ENFORCAR O FERIADO?”



Capa do jornal *Meia Hora* de 21 de abril de 2016.

ANEXO 3: MANCHETE “ARRASA, QUERIDA!”



Capa do jornal *Meia Hora* de 12 de maio de 2016.