



UnB

**UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
INSTITUTO DE LETRAS
DEPARTAMENTO DE LINGUÍSTICA, PORTUGUÊS E
LÍNGUAS CLÁSSICAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM LINGUÍSTICA**

**GRAMÁTICA E MANIPULAÇÃO:
ANÁLISE COGNITIVO-FUNCIONAL DE MANCHETES DE JORNAIS
DURANTE O SEGUNDO TURNO DAS ELEIÇÕES PRESIDENCIAIS DE 2014**

LETÍCIA SALLORENZO

BRASÍLIA – DF

2018

UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
INSTITUTO DE LETRAS
DEPARTAMENTO DE LINGUÍSTICA, PORTUGUÊS E
LÍNGUAS CLÁSSICAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM LINGUÍSTICA

Letícia Sallorenzo

GRAMÁTICA E MANIPULAÇÃO:

Análise cognitivo-funcional de manchetes de jornais durante
o segundo turno das eleições presidenciais de 2014

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Linguística do Departamento de Linguística, Português e Línguas Clássicas, do Instituto de Letras da Universidade de Brasília, como requisito parcial para a obtenção do Grau de Mestre em Linguística.

Área de concentração: Teoria e Análise Linguística.
Orientador: Prof. Dr. Dionei Moreira Gomes.

Brasília – DF

2018

Ficha catalográfica elaborada automaticamente, com os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

SS169g Sallorenzo, Letícia
Gramática e Manipulação: Análise Cognitivo-Funcional de
Manchetes de Jornais durante o Segundo Turno das Eleições Presidenciais
de 2014 / Letícia Sallorenzo; orientador Dionei Moreira Gomes. --
Brasília, 2018.
149 p.

Dissertação (Mestrado - Mestrado em Linguística) -Universidade de
Brasília, 2018.

1. Imprensa. 2. Eleições 2014. 3. Linguística Centrada no Uso. I.
Gomes, Dionei Moreira, orient. II. Título.

GRAMÁTICA E MANIPULAÇÃO: análise cognitivo-funcional de manchetes de jornais
durante o segundo turno das eleições presidenciais de 2014

Letícia Sallorenzo

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Dionei Moreira Gomes – UnB (presidente)

Profª Drª Viviane Cristina Vieira – UnB (membro efetivo interno)

Profª. Drª. Liziane Soares Guazina – UnB (membro efetivo externo)

Profª. Drª. Francisca Cordélia Oliveira da Silva – UnB (membro suplente)

O governo deu as comunicações às redes com a condição de que fossem usadas para o bem público. Assim eram as notícias. [...] Prestar informação era um dever, era uma confiança.

Dan Rather, no filme *Conspiração e Poder (Truth)*, de 2015.

AGRADECIMENTOS

Pra começo de conversa, acho que Deus não vai se importar se eu agradecer antes de mais nada e acima de tudo ao meu marido Fernando, que segurou a onda, me apoiou, incentivou, ajudou com filho e nos cuidados com a cas... tá, ele me ajudou com filho, vai. Muito obrigada por tudo, meu amor! Sua parceria e sua compreensão foram maravilhosas! Te amo!

Por falar em filho: Thiago, que este trabalho da mamãe represente para você um futuro melhor, mais justo, mais honesto e mais igual. Foram dois anos sem te dar toda a atenção que você merece, mas a causa é justa. É por você e por toda a sua geração. Te amo!

Agora eu tenho a obrigação moral de agradecer à Lucianna Carvalho, colega de Palácio do Planalto que, num dia bem inspirado, escreveu no resumo das notícias lidas pela então mandatária Dilma Rousseff algo como “se Jesus baixasse ontem em Brasília e tivesse caminhado por sobre os espelhos d’água da Praça dos Três Poderes, os jornais de hoje, com sua típica má-vontade governamental, estampariam nas manchetes ‘Jesus não sabe nadar’ ”. Foi essa *gag* que me deu um dos mais importantes estalos para trabalhar academicamente todos os processos de manipulação praticados a rodo pela imprensa brasileira – o que eu falei no dia em que li o texto da Lu. Ela sabe direitinho do percentual de culpa que ela tem neste trabalho! <3

O professor Dionei foi mais que um brilhante orientador: pegou um carvão em estado bruto e lapidou até virar diamante, com suas dicas de leitura, orientações de redação de artigos e desta dissertação, análises, observações e a capacidade de não deixar passar um fio de cabelo fora do lugar (espero ter correspondido a essa lapidação tão genial). Ele conseguiu, ‘em linhas gerais’, ser o melhor, mais brilhante, mais parceiro e mais cruel (no bom sentido) dos editores que eu já tive em 25 anos de jornalismo. E, dentre tantas coisas, cravou em mim o trauma de nunca mais conseguir usar a expressão-muleta ‘em linhas gerais’.

Aos funcionários José Luiz e Evangivaldo, da EBC, que não fazem mais parte da equipe responsável pelo portal Mídia da EBC, mas autorizaram, em 2015, meu acesso ao banco de dados do clipping Radiobrás, meus mais cordiais agradecimentos.

Bruno Versolato, o amigo de pelo menos três eleições e tantos outros perrengues, que com duas perguntas simples (“Mas você só procurou nos manuais pelo verbete *manchete*? Já olhou em *títulos*?”) viabilizou boa parte da construção e concatenação teórica desta dissertação. Agradeço aqui do fundo do coração.

Aos queridos professores do PPGL Juliana Dias, Viviane Vieira, Maria Luiza Coroa e Viviane Rezende, preciso agradecer por todo o apoio e boas dicas teóricas e práticas.

Aos professores Liziane Guazina e Luis Felipe Miguel, que também muito me ajudaram no processo de elaboração desta dissertação.

Aos colegas de orientação Maria Cristina, Tiago Aguiar, Nathalia Costa Lopes, Isabella Albuquerque, Vanessa Tavares, Isabella Toguchi, Luisa Lucchesi, Luisa Barbosa e Tânia Borges pela parceria e amizade numa história que começou ainda em 2014, quando descobri uma linha de pesquisa que me atçou as ideias. Que o Universo nos ajude a marcar um encontro que case com as agendas de todos!

Uma turma que eu só conheço virtualmente também me ajudou à beça, recomendando artigos e *links*. Vou citar de coração e com muito carinho as professoras Amanda Seixas, da UFBA, e Ana Arantes, da UFSCar.

Por falar em ambientes virtuais, Laerte em pessoa me avisou que sua charge, que faz parte desta dissertação, foi publicada apenas em seu Facebook, e me autorizou o uso. Só posso me derreter em agradecimentos.

O queridão do Victor Araújo Coutinho, superatencioso, colega de aulas, parceiro, uma adorável figura humana, que não satisfeito em ser um querido e me trazer direto de Cuba o autêntico rum Havana, baixou pra mim vários artigos em inglês que estão na bibliografia desta dissertação.

E por ter baixado vários artigos pra mim, prometi ao Victor que ele receberia DOIS parágrafos de agradecimentos, então deixo aqui mais agradecimentos ao Victor. ☺

O pessoal que me deu livros de presente para que eu estudasse: a começar pelo próprio professor Dioneu, que me trouxe um ótimo Duque e Costa da UFRN; o Paulo Cândido, amigo virtual de Facebook, que copiou partes de livros da biblioteca da USP e me enviou por correio; minha querida vizinha e síndica Sandra Kalmus, que me deu (além de muito trabalho no auxílio à gestão do nosso condomínio) o livro “As cartas ácidas da campanha de Lula de 1998”; o professor Denilson Mattos, da UFPB, que me deu “Síntaxe do português: abordagens funcionalistas”.

À minha família: meus pais Paulo e Iolanda, meu irmão Paulo, minha irmã Ilana e meus cunhados, registro meu carinho. Um agradecimento especial a meus tios daqui de Brasília, Mário Sérgio e Vera Lúcia, por todo o apoio e ajuda com a família nos momentos em que eu precisei me ausentar. (À tia Vera um agradecimento ainda mais especial por me informar sobre o *status* da tramitação da lei da regulamentação dos Conselhos Populares no Senado).

Ao Zé, à Cida e, nos últimos meses, à Dilminha, meu cachorro, minha gata e minha cachorrinha, que se deitavam a meu lado durante as manhãs e tardes de estudos, leituras e análises, uma companhia calorosa e querida.

À Internet, ao Google, bookzz.org, sci-hub e a todas as informações que obtive graças a essas verdadeiras entidades onipresentes do século XXI: sem vocês este trabalho seria apenas uma ideia (como é que a gente vivia sem o Google? Não consigo mais imaginar...).

Agradeço também a todos os processos químicos e biológicos que me levaram a consumir um biscoitinho doce cada vez que me via diante de uma *surpresa* durante a análise dos dados (quase o tempo todo), e que, somados a todos os carboidratos de minha dieta, resultaram em 10 quilos a mais no corpo desta mestranda.

E, finalmente, a Deus, que fez tudo isso aí em cima, pegou esse bolão no meio de campo e cabeceou para a pequena área, para que eu pudesse chutar pra gol. (Inclusive, se Ele quiser reaver os quilos extras que baixaram em mim, tô devolvendo sem pensar duas vezes...).

RESUMO

Esta dissertação analisou, nas manchetes de dois *quality papers* brasileiros durante a cobertura do segundo turno das eleições de 2014, estratégias e mecanismos linguísticos que evidenciam a manipulação da informação e o viés ideológico defendido pelas corporações jornalísticas. As manchetes foram analisadas a partir de critérios linguísticos estabelecidos pela Linguística Centrada no Uso ou Cognitivo-Funcional, tais como inferências sugeridas (TRAUGOTT e DASHER, 2002), metáforas e metonímias (LAKOFF e JOHNSON, 1980), *frames* (FILLMORE, 1976; LAKOFF, 2008), perspectivização (FURTADO DA CUNHA e BISPO, 2013), subjetivação e intersubjetivação (TRAUGOTT, 2010), iconicidade diagramática (GIVÓN, 1991) e estratégias de voz e valência verbal (PAYNE, 1997). Também foram analisadas as relações entre as estruturas linguísticas, ideologia e cognição a partir da teoria dos Estudos Críticos do Discurso de Teun van Dijk. O *corpus* de análise foi montado a partir de manchetes de *O Globo* e *Folha de S. Paulo* entre os dias 6 e 31 de outubro de 2014, que contivessem as palavras *Dilma* e *Aécio*. Nesse *corpus*, foram selecionadas para análise mais detalhada as manchetes que contivessem as palavras *Ataque / atacar* e *derrota / derrotar*, bem como os títulos com participípios topicalizados. Os resultados indicam a estruturação de uma narrativa na qual o sujeito Aécio dificilmente aciona o verbo *atacar*, e Dilma Rousseff, a vencedora das eleições presidenciais, é enquadrada como alvo de sucessivas derrotas em manchetes que falavam não de eleições, mas de uma votação da Câmara dos Deputados. A análise das manchetes também identificou um tipo de construção de manchete com estruturas participípias catafóricas topicalizadas, com forte viés adjetivo.

Palavras-chave: Imprensa. Eleições 2014. Linguística Centrada no Uso.

ABSTRACT

This work analyzed, on the headlines of two Brazilian quality papers produced during the 2nd round of the 2014 Brazilian Presidential elections, strategies and linguistic mechanisms that highlight the manipulation of information and the ideological bias defended by the journalistic corporations. The headlines were analyzed using linguistic criteria established by Usage-Based Linguistics (or Functional-Cognitive Linguistics), such as invited inferences (TRAUGOTT e DASHER, 2002), metaphors and metonymies (LAKOFF e JOHNSON, 1980), frames (FILLMORE, 1976; LAKOFF, 2008), perspectivation (FURTADO DA CUNHA e BISPO, 2013), subjectification and intersubjectification (TRAUGOTT, 2010), iconicity (GIVÓN, 1991) and voice and valence adjusting operations (PAYNE, 1997). The headlines had its relations between linguistic structures, ideology and cognition analyzed by the perspective of the Critical Discourse Studies, proposed by Teun van Dijk. The corpus was composed by 340 headlines produced by *O Globo* and *Folha de S. Paulo* newspapers, from October 6th to October 31st, 2014, which had the words *Dilma* or *Aécio*. The headlines with the words *attack* (*atacar*, verb, and *ataque*, noun) and *defeat* (*derrotar*, verb, and *derrota*, noun), as well as the headlines with topicalized participle structures were specially analyzed. The results show the structure of a narrative in which the subject Aécio hardly operates the verb *attack*, and Dilma Rousseff, winner of the 2014 Brazilian Presidential elections, was framed as target of successive defeats in headlined that did not mention the elections, but a session of the House of Representatives. The analyze of the headlines also detected a kind of headline construction composed by cataphoric participle structures, with a strong qualifier bias.

Keywords: Press. Elections 2014. Usage Based Linguistics.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Escala de agentividade de Payne.....	32
Figura 2 – Charge de Laerte publicada em 3/9/2016	45
Figura 3 – Site do Clipping EBC com as notícias da <i>Folha de S. Paulo</i>	60
Figura 4 – Notícia da <i>Folha de S. Paulo</i> de 27 de outubro de 2014. No destaque em vermelho, os compartilhamentos da notícia nas redes sociais atestam sua audiência no ambiente <i>online</i> ...	62
Figura 5 – Pesquisas eleitorais do final do primeiro turno. (Números em percentual de votos válidos.).....	67
Figura 6 – Pesquisas eleitorais do segundo turno. Números em percentual de votos válidos	69
Figura 7 – Capa antecipada da edição 2397 da revista <i>Veja</i>	70
Figura 8 – <i>Wordcloud</i> do <i>corpus</i> completo.....	72
Figura 9 – Nuvem de palavras gerada a partir das manchetes com Dilma sujeito.....	73
Figura 10 – Nuvem de palavras gerada a partir das manchetes com Aécio sujeito	74
Figura 11 – Verbos acionados pelo sujeito Dilma	74
Figura 12 – Verbos acionados pelo sujeito Aécio.....	75
Figura 13 – Detalhe de notícia na diagramação de página interna da <i>Folha de S. Paulo</i> de 23/10/2014, em contraste com a mesma notícia na versão <i>online</i> do jornal.....	95
Figura 14 – Calendário da Derrota Collection Week.....	99
Figura 15 – Manchetes de capa e interna de <i>O Globo</i> de 23/3/2016.....	127

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Prescrições dos jornais <i>O Globo</i> e <i>Folha de S. Paulo</i> para a confecção de manchetes...	28
Quadro 2 – Manchetes com o verbo <i>atacar</i> / substantivo <i>ataque</i>	76
Quadro 3 – Manchetes com o verbo <i>derrotar</i> / substantivo <i>derrota</i> . Em negrito, manchetes de capa.	98
Quadro 4 – Manchetes com topicalizações simples	123
Quadro 5 – Manchetes com topicalizações catafóricas.....	124
Quadro 6 – Manchetes sem o particípio topicalizado	125

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	14
INTRODUÇÃO AO REFERENCIAL TEÓRICO	14
INTRODUÇÃO À METODOLOGIA	18
1 REFERENCIAL TEÓRICO	20
1.0 INTRODUÇÃO	20
1.1 MANCHETE: OS ASPECTOS COGNITIVOS, O GÊNERO E OS MANUAIS DE REDAÇÃO	20
1.1.1 <i>O gênero manchete</i>	22
1.1.2 <i>Aspectos cognitivos das manchetes</i>	23
1.1.2.1 <i>A manchete e a psicologia cognitiva</i>	24
1.1.3 <i>A manchete e os manuais de redação</i>	26
1.2 A LINGÜÍSTICA CENTRADA NO USO (LCU): MECANISMOS LINGÜÍSTICOS	29
1.2.1 <i>Categorização e relações prototípicas e não prototípicas</i>	30
1.2.1.1 <i>Categorização e protótipos</i>	31
1.2.2 <i>O efeito de dadas estratégias de voz e valência verbal</i>	33
1.2.3 <i>Perspectivação</i>	35
1.2.4 <i>Tópico e foco</i>	36
1.2.5 <i>A manipulação de metáforas e metonímias</i>	37
1.2.6 <i>Frames, scripts e conexões neurais</i>	40
1.2.7 <i>Inferências sugeridas e seus efeitos</i>	44
1.2.8 <i>Iconicidade diagramática</i>	46
1.2.9 <i>Possíveis estruturas linguísticas inovadoras</i>	46
1.2.10 <i>Categorias gramaticais</i>	47
1.3 A CONSTRUÇÃO/CONSOLIDAÇÃO DE IDEOLOGIAS: OS ESTUDOS CRÍTICOS DO DISCURSO	48
1.3.1 <i>Os modelos mentais de van Dijk</i>	48
1.3.2 <i>Semântica do discurso</i>	49
1.3.2.1 <i>Contraste</i>	50
1.3.2.2 <i>Escolhas lexicais / sinônimos</i>	51
1.3.2.3 <i>Modalização</i>	51
1.3.2.4 <i>Tópico</i>	51
1.3.2.5 <i>Vagueza</i>	52
1.3.2.6 <i>Implicaturas / pressuposições</i>	53
1.3.2.7 <i>Estereótipos</i>	55
1.3.2.8 <i>Atores e relações gramaticais</i>	56
1.4 RESUMO DO CAPÍTULO	58
2 METODOLOGIA	59
2.0 INTRODUÇÃO	59
2.1 PERFIL DO <i>CORPUS</i>	59
2.2 CRITÉRIOS PARA COMPOSIÇÃO DO <i>CORPUS</i>	62
2.3 O PROTOCOLO DE ANÁLISE	63
2.4 CONTEXTO	64
2.4.1 <i>Newsmaking</i>	64
2.4.1.1 <i>Crítérios de noticiabilidade e valores/ notícia</i>	65
2.4.2 <i>O segundo turno de 2014</i>	66
2.4.2.1 <i>A corrida presidencial de cavalos</i>	67
2.5 RESUMO DO CAPÍTULO	71
3 ANÁLISE DE DADOS	72

3.0	INTRODUÇÃO	72
3.1	ATAQUES	76
3.1.1	<i>Análise das manchetes do verbo atacar / substantivo ataque</i>	77
3.1.2	<i>Observações sobre as análises</i>	95
3.2	DERROTAS	98
3.2.1	<i>Derrota Collection Week.....</i>	99
3.2.1.1	<i>Análise das manchetes da Derrota Collection Week.....</i>	101
3.2.1.2	<i>Observações sobre as análises.....</i>	118
3.3	MANCHETES COM PARTICÍPIO TOPICALIZADO	121
3.3.1	<i>Topicalizações simples</i>	123
3.3.2	<i>Topicalizações catafóricas: forma e função.....</i>	124
3.3.3	<i>Observações sobre as construções topicalizadas</i>	129
3.4	RESUMO DO CAPÍTULO.....	129
4	CONCLUSÕES	130
	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	133
	APÊNDICE A – PERÍODO DE COLETA DOS DADOS.....	137
	APÊNDICE B – CORPUS DE ANÁLISE COMPLETO.....	138
	APÊNDICE C – TABELA BASE PARA ANÁLISE DAS MANCHETES SELECIONADAS	149

INTRODUÇÃO

Março de 2010. A diretora-superintendente do jornal *Folha de S. Paulo* e também mandatária da Associação Nacional dos Jornais, Maria Judith Brito, declara, durante encontro das entidades patronais de imprensa (ANJ, Associação Nacional dos Jornais; Abert, Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e TV e Aner, Associação Nacional dos Editores de Revistas) que os “meios de comunicação estão fazendo de fato a posição oposicionista deste país, já que a oposição está profundamente fragilizada”.¹

Não é exagero, portanto, afirmar que a imprensa brasileira toma partido. É tendenciosa, principalmente no que diz respeito às ideologias políticas. Em minha experiência de 25 anos como jornalista, percebo o uso e a escolha de determinadas construções com o objetivo de enfatizar este ou aquele viés e de criar nos leitores uma *sensação* de opinião muito bem fundamentada – que, na verdade, é baseada em manipulação ideológica.

Mas como mensurar e apontar essa manipulação? Quais são esses mecanismos de manipulação, e como eles operam num texto tão curto como uma manchete de jornal? Algum mecanismo linguístico desses já teria se incorporado à estrutura gramatical do Português, configurando-se uma mudança linguística?

A finalidade desta dissertação é analisar, nas manchetes de jornais, estratégias linguísticas que evidenciam a manipulação da informação e o viés ideológico defendido pelas corporações jornalísticas, e assim, apontar esse viés ideológico disfarçado e oculto, mas que é diuturnamente pressentido e apreendido sem grandes questionamentos pelos leitores de (manchetes de) jornais.

Para conseguir isso, usaremos como recorte teórico a Linguística Centrada no Uso (LCU), que integra os pressupostos da Linguística Funcionalista norte-americana com os da Linguística Cognitiva. Somam-se a esse recorte os Estudos Críticos do Discurso (ECD), de van Dijk.

INTRODUÇÃO AO REFERENCIAL TEÓRICO

Procuraremos identificar, nas manchetes de jornal, uma série de estratégias linguísticas e seus consequentes resultados cognitivos. As estratégias linguísticas a serem identificadas são: o efeito de dadas estratégias de voz e valência verbal; a manipulação de metáforas e metonímias; inferências sugeridas e seus efeitos; iconicidade diagramática e seus efeitos na apreensão do enunciado; relações prototípicas e não prototípicas dos papéis semânticos e sintáticos dos

¹ Fonte: < <https://oglobo.globo.com/politica/entidades-de-imprensa-fecomercio-estudam-ir-ao-stf-contra-plano-de-direitos-humanos-3037045>>. Acesso em 20 dez 2017.

componentes de uma manchete; perspectivação; principais *frames* ativados e como a categorização atua nesse processo; tópico/topicalização e foco/focalização; possíveis estruturas linguísticas inovadoras; a construção/consolidação de ideologias e seus principais mecanismos de sustentação.

Entendemos que uma análise linguística fundamentada no pareamento *forma/função* pode também trazer evidências *das entrelinhas* ideológicas de um texto. Logo, este trabalho pode representar um avanço para os estudos funcionalistas, especialmente ao propor uma aproximação entre a LCU e os Estudos Críticos do Discurso (van Dijk).

O foco principal da análise é o discurso dos *quality papers* brasileiros², especificamente as manchetes consumidas diariamente por milhares de brasileiros que buscam informação para formar sua opinião. Develotte e Rechniewski (2000) explicam que as manchetes alcançam um público consideravelmente maior do que o público que consistentemente lê as notícias. O impacto das manchetes é ainda maior se considerarmos que quem lê manchete não necessariamente compra o jornal.

Linguistas e jornalistas concordam com o perfil da manchete: sua forma é primordialmente gráfica, por isso ela deve ser elaborada respeitando uma quantidade exata de linhas e caracteres por linha. Pressupõe um texto curto, capaz de resumir a notícia que precede; finalmente, mas não menos importante, tem a essencial função de atrair leitores para os textos de um jornal. É uma vitrine que transmite uma mensagem instantânea e de consumo instantâneo. Por esses motivos, entendemos que manchete é um gênero textual próprio, uma vez que desempenha função e papel específicos.

Conforme já mencionado, utilizaremos como referencial teórico a Linguística Centrada no Uso (LCU). “Essa linha de pesquisa defende uma relação estreita entre a codificação linguística e o uso que os falantes fazem da língua em situações reais de interação comunicativa” (FURTADO DA CUNHA e BISPO, 2013, p. 50). A LCU leva em conta, em suas análises, **funções** semânticas, pragmáticas e discursivas que se manifestam na língua em uso, nas **formas** escolhidas pelos falantes para se comunicarem (fonologia, morfologia e sintaxe). É esse pareamento **forma/função** que será analisado nas manchetes dos jornais [grifos nossos].

Um de nossos objetivos é estudar o efeito de dadas estratégias de voz e valência verbal nas manchetes de jornal. No caso específico do português, tais operações de aumento de valência verbal podem ser identificadas em construções causativas. Em causativas perifrásticas, por exemplo, ocorre a inserção, no enunciado de causa, de uma espécie de superagente, que controla parte dos poderes do agente do enunciado de efeito. E, do ponto de vista pragmático, insere-se um novo tópico na frase. Essas estratégias ficam evidentes na manchete *Ambição faz Dilma dizer*

² Ver capítulo Metodologia.

*coisas nas quais não cre*³ (grifo nosso). Nesta manchete, se coloca “ambição” na posição de sujeito com função semântica de (super)agente controlador do sujeito da oração encaixada (Dilma). O tópico givoniano aí é “ambição”, e o tópico vandjikiano é “ambição de Dilma”. Por que essas escolhas ocorrem? Que efeitos elas podem provocar nos leitores? Seriam fortuitas ou ideologicamente motivadas?

Nas interações verbais, há inferências sugeridas (*invited inferences*). Traugott e Dasher (2002) defendem a teoria da mudança semântica pela inferência sugerida (*Invited Inferecing Theory of Semantic Change*):

Nós nos utilizamos de vários eixos de pesquisa, incluindo: (i) os estudos cognitivos da estrutura dos domínios semânticos [...], (ii) a pragmática, especialmente a pragmática da convencionalização de implicaturas (que chamaremos de “inferências sugeridas”), que surgem no uso da língua [...], e (iii) a análise do discurso aqui entendida como a interação da gramática e do uso [da língua] [...], porém adaptada ao estudo dos textos escritos, uma vez que estes são os dados primários para o estudo da mudanças num longo espectro de tempo. (TRAUGOTT e DASHER, 2002, p. 5) (tradução nossa)⁴.

Outro filtro que age nesse processo cognitivo da ideologia é a categorização – um dos processos mais importantes de interação do ser humano com o mundo em que vive, no qual a linguagem desempenha papel crucial e fundamental. Rosch *et al.* (1976) explicam a categorização como um processo não arbitrário, mas sim altamente determinado:

Por categoria, entendemos um dado número de objetos considerados equivalentes. Categorias são, geralmente, definidas por nomes (por exemplo, cachorro, animal). Uma taxionomia é um sistema pelo qual as categorias são relacionadas a outras por meio de inclusão em classes. [...]. Então, o termo *nível de abstração* dentro de uma taxionomia se refere ao nível particular de *inclusividade*. (ROSCH *et al.*, 1976, p. 383) (tradução nossa)⁵.

Lakoff (2008) defende ainda um modelo cognitivo no qual narrativas complexas – como as da história de uma vida, ou contos de fada, novelas, dramas (para nós, aí incluídas as histórias

³ *Folha de S. Paulo*, 23/10/2014.

⁴ We draw on several strands of research, including: (i) cognitive studies of the structuring of semantic domains [...], (ii) pragmatics, especially the pragmatics of the conventionalizing of implicatures (we will call them “invited inferences”) that arise in language use [...] and (iii) discourse analysis conceived as the interaction of grammar and use [...], but adapted to the study of written texts because these are the prime data for studies of change with a long time-depth. (TRAUGOTT e DASHER, 2002, p. 5).

⁵ By category we mean a number of objects which are considered equivalent. Categories are generally designated by names, e.g. dog, animal. A taxonomy is a system by which categories are related to another by means of class inclusion. [...] Thus, the term *level of abstraction* within a taxonomy refers to a particular level of inclusiveness. (ROSCH *et al.*, 1976, p. 383).

compostas pelas notícias que se desenrolam dia após dia nos jornais) – são processadas pelo nosso cérebro como narrativas menores, com estruturas bem simples, às quais chama de *frames* ou *scripts*.

Outros recursos teóricos que nos auxiliarão a trabalhar as relações entre estruturas linguísticas, ideologia e cognição se encontram na obra de van Dijk (2000). Ele explica que as ideologias são sistemas de ideias, especialmente as ideias sociais, políticas ou religiosas, compartilhadas por um grupo ou movimento social. Comunismo ou anticomunismo, racismo, sexismo, militarismo ou pacifismo são meros exemplos de ideologias bem difundidas – que podem ser mais ou menos positivas, a depender do nosso ponto de vista ou de pertencer ou não a determinado grupo. Membros de um grupo que compartilham tais ideologias defendem um dado número de ideias bem genéricas, que são a base de suas crenças mais específicas sobre o mundo, guiam sua interpretação de eventos e monitoram suas práticas sociais.

Durante a análise das manchetes, buscaremos também evidências de mudança linguística em curso ou efetivada. Martelotta (2011, p. 24-25) afirma que “[...] fenômenos de mudança têm implicações nos diferentes níveis estruturais que compõem a língua e, sobretudo, na relação de dependência entre o sistema da língua e seus contextos de uso”. Assim como Bybee (2010), Martelotta (2011) lembra que o falante processa o discurso utilizando-se de uma série de mecanismos de natureza cognitiva essenciais aos seres humanos, como simbolização, transferência entre domínios, armazenamento de informação na memória, processamento e interpretação da informação, entre outros. A gramática, na concepção centrada no uso, está essencialmente relacionada a esses mecanismos gerais. E, principalmente para nossa pesquisa,

[...] é na interação que os usuários manipulam os termos e expressões disponíveis em sua língua, a fim de veicular estratégias comunicativas que marquem sua posição subjetiva em relação ao conteúdo que querem transmitir ou sua preocupação com a recepção desse conteúdo por seus interlocutores, dadas as condições contextuais em que se dá a comunicação.
(MARTELOTTA, 2011, p. 24).

Nossa pesquisa vai investigar os processos de subjetivação e intersubjetivação presentes nas manchetes de jornal. Traugott (2010, p. 2) explica subjetivação como “o desenvolvimento de sentidos que indexam a postura ou o ponto de vista do falante”, enquanto a intersubjetivação é “o desenvolvimento da atenção do falante para a autoimagem do ouvinte”. A autora elenca uma série de marcadores e expressões linguísticos na língua inglesa que indexam a subjetividade e a intersubjetividade, e como eles surgem (TRAUGOTT e DASHER, 2002; TRAUGOTT, 2010).

Oliveira (2015) define contexto à luz da LCU como “o ambiente semântico-sintático em que se insere uma dada expressão, considerando-se ainda fatores de ordem pragmático-discursiva”. Será esse o conceito-chave de contexto que adotaremos em nossa pesquisa.

INTRODUÇÃO À METODOLOGIA

Temos um amplo espectro de análise pela frente. Uma mesma manchete pode nos render observações sobre diversos fenômenos linguísticos acima listados. Devemos, portanto, estabelecer critérios e metodologia qualitativos para nossa análise, e até quantitativos em certa medida. Segundo Flick (2004), a relevância do método qualitativo para a pesquisa diz respeito à pluralização das esferas de vida, que exige uma nova sensibilidade para o estudo empírico das questões. Os métodos qualitativos “encontram-se especificamente incorporados ao processo de pesquisa, sendo melhor compreendidos e descritos através de uma perspectiva do processo” (FLICK, 2004, p. 17).

Flick (2004, p. 273) explica que um estudo pode incluir abordagens qualitativas e quantitativas em momentos diferentes do processo de pesquisa, basta situar cada método em diferentes fases do processo da pesquisa.

Esta dissertação teve como centro de estudos um evento de extrema relevância social e histórica: o segundo turno das eleições presidenciais de 2014. A ideia foi obter um *corpus* de manchetes restrito, porém consistente, capaz de delinear uma história com princípio, meio e fim e, ao mesmo tempo, mostrar como essa história foi apresentada aos *ouvintes/leitores/interlocutores*. Com isso, conseguimos observar mais atentamente a narrativa montada pela imprensa, com heróis e vilões, tal qual Lakoff descreve em *The Political Mind* (2008), e acompanhar a evolução dessa história, ainda que num breve recorte. Com esse escopo em mente, o objetivo foi buscar todas as categorizações, metáforas e metonímias trabalhadas nas/pelas manchetes durante breves quatro semanas, além de aplicar os demais construtos teóricos anteriormente citados.

Optamos por utilizar, para nossa consulta, o Banco de Dados do Clipping da Empresa Brasileira de Comunicação (EBC)⁶. Trata-se de um conteúdo de acesso rápido, com uma disposição de notícias que lista, em uma página *web*, a imagem reduzida da capa do dia selecionado, com as manchetes mais relevantes para o público-alvo⁷ desse serviço. Por esse critério, as notícias das

⁶ Trata-se de um banco de dados mantido pela Empresa Brasileira de Comunicações. O Clipping da EBC já reuniu os jornais brasileiros de maior repercussão nacional e regional. Atualmente, reúne *O Globo*, *Folha de S. Paulo*, *Zero Hora* e *O Estado de São Paulo*. Este último e o *Valor Econômico* processaram a empresa por “violação de direitos autorais por parte da agravada [EBC], além de concorrência desleal, pois a empresa pública recorrida não somente disponibiliza o seu conteúdo sem qualquer autorização, como também o comercializa para os seus assinantes”. (<<http://jornalgggn.com.br/blog/luisnassif/folha-processa-ebc-por-reproducao-de-suas-materias>>, acessado em 26 mar. 2016).

⁷ Os assinantes do serviço de *clipping* da EBC são funcionários dos poderes Executivo, Legislativo ou Judiciário, que necessitam da leitura de jornais para tomar decisões cotidianas de trabalho. Sob esta ótica, a esse público-alvo interessa toda e qualquer publicação não-publicitária relacionada a alguma esfera governamental, e é com este critério que as notícias dispostas no *clipping* são diariamente selecionadas.

editorias sobre política (nacional) e economia têm presença garantida no *clipping*. Cada manchete é um *link* que remete ao texto da notícia.

Tal formato foi ideal para nossa pesquisa, pois pretendíamos fazer uso apenas da manchete em nossa análise. Recorremos à leitura do texto da notícia em casos específicos, que serão mencionados ao longo da análise dos dados. Buscamos com isso dois objetivos: i) não sermos influenciados pelo conteúdo da reportagem, que muitas vezes pode não ser coerente com o enunciado da manchete, e ii) sofrer o impacto apenas do enunciado da manchete. Selecionamos manchetes entre os dias 6 e 31 de outubro de 2014, de dois *quality papers* brasileiros, *O Globo* e *Folha de S. Paulo*, que contivessem as palavras *Dilma* e *Aécio*. Esses critérios nos renderam um *corpus* com 340 manchetes.

Os princípios analíticos da Linguística Centrada no Uso (LCU) vão evidenciar dados como redução de valência, iconicidade, metáforas e metonímias, inferências, perspectivizações, *frames* e relações prototípicas. Nesse momento, nossa análise foi quali-quantitativa, pois dissemos em quantas manchetes e de que forma tais recursos foram usados.

Toda análise foi feita a partir da aplicação de um protocolo de estudos a cada uma das manchetes, o qual permitiu analisar cada manchete em três linhas de estudo: o eixo cognitivo-funcional, o discursivo-ideológico e o eixo jornalístico.

Esta dissertação é composta de quatro capítulos. No primeiro capítulo, detalharemos o referencial teórico a ser empregado; no segundo capítulo, explicaremos a metodologia de análise de dados, bem como o contexto das eleições de 2014 e algumas considerações, dentro da Teoria da Comunicação, do que se espera de uma cobertura de eleição presidencial; o terceiro capítulo apresenta a análise dos dados e, finalmente, as considerações finais da dissertação.

1 REFERENCIAL TEÓRICO

1.0 INTRODUÇÃO

Este capítulo está dividido em três partes. A primeira estabelece um perfil do tipo de texto a ser analisado nesta dissertação, a manchete. Pensamos a manchete em seu aspecto de gênero textual (e, portanto, suas funções sociais), o que ela nos provoca em termos cognitivos e como as redações jornalísticas dão conta de sua produção.

Uma vez delineado o perfil de nosso objeto de análise, na segunda parte deste capítulo vamos recorrer ao quadro teórico da Linguística Centrada no Uso (LCU) a fim de identificarmos os aspectos científicos usados no estudo das manchetes. Finalmente, a terceira parte deste capítulo estabelece um diálogo científico entre LCU e Estudos Críticos do Discurso, que mostram como dadas estruturas linguísticas atuam na produção e consolidação de ideologias.

1.1 MANCHETE: OS ASPECTOS COGNITIVOS, O GÊNERO E OS MANUAIS DE REDAÇÃO

Antes de e para poder enumerar os mecanismos linguísticos estudados pela LCU que serão destacados para realizar a análise de nosso *corpus*, é importante levar em consideração as características e a natureza das manchetes, seja por seu aspecto cognitivo, seja para pensar a manchete como processo de edição jornalística ou mesmo como gênero discursivo. Tais considerações vão nos permitir delinear o tipo de texto em análise e ajudarão na seleção dos mecanismos linguísticos e discursivos a serem empregados no discurso, que nos serão fornecidos pela LCU e pelos ECD.

Manchete de jornal é texto curto que titula e resume a notícia que lhe segue. Depende de uma série de fatores e é escrito obedecendo a um estrito equilíbrio de normas e prescrições que vão desde a limitação de espaço na mancha gráfica⁸, contado em caracteres, até a necessidade de resumir a informação que introduz. Finalmente, mas não menos importante, tem a essencial função de atrair leitores para os textos de um jornal. É uma vitrine que transmite uma mensagem instantânea e de consumo instantâneo.

Diz o jornalista Juarez Bahia (1990) que o título deve resumir a notícia, de modo a destacar sua importância e provocar interesse imediato pela leitura completa. Por razões visuais, tem uma estrutura própria, mais dependente de diagramação do que do texto propriamente dito, posto que

⁸ Espaço delimitado de impressão dentro de uma página, onde cai tinta sobre o papel; fora desse limite, nada pode ser impresso. Quando isso ocorre, diz-se que a impressão é sangrada.

Fonte: <<http://www.comuniquero.com/dicionario/mancha-grafica>>. Acesso em 8 nov 2017.

obedece a um número exato de caracteres. “O título anuncia o fato, resume a notícia e embeleza a página, numa conjugação de técnica que jornais, revistas, livros e outros meios visuais procuram aprimorar” (BAHIA, 1990, p. 47).

A linguista Christine Develotte (2000), em seus estudos sobre manchetes de jornais australianos e franceses, observa que a manchete tem por vocação *capturar* o leitor, além de concentrar informação em poucas palavras escritas em caracteres grandes, necessariamente limitados pelo espaço predeterminado.

[...] aliado à necessidade de condensar informação, o sistema discursivo das manchetes tende a reforçar a visão pragmática do artigo escrito pelo jornalista, particularmente num período de tensão. No que diz respeito à recepção, manchetes e fotos desempenham igualmente um papel particular. Para os leitores, ambos funcionam como gatilhos de leitura do artigo que anunciam. Uma vez que a manchete deteve nossa atenção, iremos nos interessar pela leitura do texto da notícia. Podemos supor que um número bem grande de leitores está exposto apenas às manchetes de uma notícia mais do que a seu texto completo. (DEVELOTTE, 2000, p. 24) (tradução nossa).⁹

O argumento final de Develotte está escrito também nas prescrições do *Manual de Redação da Folha de S. Paulo*, como veremos a seguir, e também é contemplado por van Dijk, que afirma que

a interpretação de uma manchete pode conduzir a decisão de continuar ou interromper a leitura do restante da reportagem, processo que implica adequações a modelos e esquemas identificados com o conhecimento prévio, assim como opiniões ou interesses com relação aos tópicos [dessas manchetes]. (VAN DIJK, 1988, p. 142) (tradução nossa).¹⁰

Ainda que van Dijk afirme que as manchetes e títulos em geral devem expressar o **mais importante** ou a parte **mais relevante** da macroestrutura do artigo jornalístico (grifo nosso, para aqui fazermos duas considerações, tendo em vista nosso *corpus* de análise: mais importante para quem? Mais relevante a partir de quais critérios? Essas considerações serão explicadas nas conclusões desta dissertação), podemos acrescentar mais um detalhe a esse processo interpretativo descrito por van Dijk na citação acima: a sensação de saciedade proporcionada pelo conteúdo da manchete.

⁹ Lié à la volonté de condenser l'information, le système discursif des titres a tendance à forcer la visée pragmatique de l'article écrit par le journaliste, particulièrement dans une période de tension. En ce qui concerne la réception, titres et photos jouent également un rôle particulier. Après des lecteurs, ils fonctionnent comme des déclencheurs de la lecture de l'article qu'ils annoncent. C'est parce que le titre aura retenu notre attention que nous poursuivrons la lecture du corps de l'article. On peut faire l'hypothèse qu'un nombre beaucoup plus important de lecteurs est exposé aux seuls titres et photos d'un article qu'à son texte in extenso. (DEVELOTTE, 2000, p. 24).

¹⁰ Interpretation of the headline may lead to a decision to continue or to stop reading the rest of a news report. This decision process involves matches with models and schemata, which feature previous knowledge and opinions about, or interests for, such special topics. (VAN DIJK, 1988, p. 142).

A maioria das manchetes de nosso *corpus* encerra em si a notícia, de forma a muito raramente incitar o leitor ao desejo de prosseguir com o processo de leitura da reportagem. Acreditamos que essa sensação de saciedade é intencional e tem objetivos específicos, como explicaremos nas conclusões.

Van Dijk (1988) destaca ainda que o primeiro passo no processo de compreensão de uma notícia é a decodificação e a interpretação das manchetes, e vai mais além ao afirmar que a leitura de manchetes é também um acontecimento social, não só pelo fato de o leitor ser um ator importante nos processos de comunicação pública, como também pelo amplo conhecimento social e pelas crenças envolvidas nesse processo. O autor defende que as pessoas não leem as notícias apenas para atualizar seus modelos de mundo, mas também porque esses modelos tornam-se relevantes para interações sociais. Para van Dijk, “a notícia é lida e compreendida em situações sociais, assumindo normas, valores, objetivos e interesses socialmente compartilhados”¹¹ (VAN DIJK, 1988, p. 140) (tradução nossa).

1.1.1 O gênero manchete

A manchete, no aspecto macro do jornalismo, engloba características que lhe conferem *status* de gênero discursivo, pela função e pelo uso que se faz desse tipo de texto. Quem nos ajuda a defender esse ponto de vista é Bazerman (2009). O autor explica a utilidade da identificação de gêneros a partir de características textuais, sob o argumento de que, a partir desse processo, é possível interpretar e atribuir sentido a documentos. “Os gêneros tipificam muitas coisas além da forma textual. São parte do modo como os seres humanos dão forma às atividades sociais.” (BAZERMAN, 2009, p. 31) Essa compreensão social de gênero vai ao encontro da ideia de van Dijk (1988, p. 140) de que a leitura de uma manchete é um ato social.

Bazerman (2009, p. 32) define ainda um sistema de gêneros como “os diversos conjuntos de gêneros utilizados por pessoas que trabalham juntas de uma forma organizada, e também as relações padronizadas que se estabelecem na produção, circulação e uso desses documentos”. Podemos, então, entender todos os gêneros do jornalismo (manchete, reportagem, entrevista, carta ao leitor, editorial etc.) como um sistema de gêneros. Bazerman (2009, p. 33) explica que “ao definir o sistema de gêneros [com] que as pessoas estão envolvidas, você identifica também um *frame* que organiza o seu trabalho, sua atenção e suas realizações”.

¹¹ news is read and understood in social situations, featuring norms, values, goals, and interests that are socially shared. (VAN DIJK, 1988, p. 140).

Ao definirem gênero, Maingueneau (2013) e Koch (2009) se valem de Bakhtin (1992 [1953]), que afirma que

o enunciado reflete as condições específicas e as finalidades de cada uma dessas esferas [da atividade humana], não só por seu conteúdo (temático) e por seu estilo verbal, ou seja, pela seleção operada nos recursos da língua — recursos lexicais, fraseológicos e gramaticais —, mas também, e sobretudo, por sua construção composicional. Estes três elementos (conteúdo temático, estilo e construção composicional) fundem-se indissolúvelmente no todo do enunciado, e todos eles são marcados pela especificidade de uma esfera de comunicação. Qualquer enunciado considerado isoladamente é, claro, individual, mas cada esfera de utilização da língua elabora seus tipos relativamente estáveis de enunciados, sendo isso que denominamos gêneros do discurso. (BAKHTIN, 1992 [1953], p. 279).

Maingueneau (2013) lembra ainda que os gêneros discursivos pressupõem um suporte material (um meio físico no qual eles se propagam), uma organização textual (modos de encadeamento de seus constituintes) e também os recursos linguísticos específicos (vocabulário, estruturas verbais e frasais dentre outros componentes gramaticais específicos que o gênero abarca).

A manchete se enquadra perfeitamente nessas definições e atende a todos esses pressupostos, como veremos no tópico a seguir, no qual analisaremos os manuais de redação dos jornais e o que eles prescrevem para uma boa manchete.

1.1.2 Aspectos cognitivos das manchetes

O linguista Teun van Dijk descreve o processo de leitura de manchetes (e de notícias em geral) a partir do viés cognitivo em *News as Discourse* (VAN DIJK, 1988). O autor aponta que o primeiro momento cognitivo do processo de leitura de manchetes é a percepção dos títulos das manchetes como destaques na mancha gráfica (podemos estender essa percepção da mancha gráfica de um impresso para uma tela que exibe a *home page* de um jornal ou portal de notícias), e explica: “[...]as manchetes estão no topo e no começo da página e, por isso, são marcos que controlam a atenção, a percepção e o processo de leitura: os leitores leem primeiro as manchetes, e só depois o restante das notícias¹²”. (VAN DIJK, 1988, p. 141) (tradução nossa).

No processo de análise sintática e semântica do texto da manchete, ainda segundo van Dijk (1988), são ativados conceitos relevantes, estruturas de conhecimentos e argumentos, assim como modelos prévios com relação ao personagem (que pode ser um acontecimento, pessoa, instituição

¹² [...] news headlines are first and on top and for that reason are markers that monitor attention, perception, and the reading process: Readers first read headlines and only then the rest of news items. (VAN DIJK, 1988, p. 141).

ou país) relatado no título. Junto com essa ativação de modelos prévios, são formadas novas opiniões. Van Dijk conclui que esse processo faz com que o sistema cognitivo, ao final da leitura da manchete, esteja amplamente preparado para continuar ou interromper a leitura, e para a interpretação do resto do texto.

Ainda assim, van Dijk destaca que

o resultado da interpretação da manchete, portanto, é uma estrutura proposicional à qual são atribuídas provisoriamente funções macroestruturais, e a qual está, conseqüentemente, situada dentro do sistema de controle. O mesmo pode-se dizer da ativação, recuperação e aplicação de modelos, *frames* e atitudes: suas macroestruturas também estão situadas no sistema de controle e facilitam uma maior compreensão.

(VAN DIJK, 1988, p. 143) (tradução nossa)¹³

Em sua análise, van Dijk prevê que as manchetes podem ser incompletas ou tendenciosas, “promovendo macroproposições de nível mais baixo para uma posição mais destacada na estrutura temática. Esse tópico tendencioso também pode influenciar a interpretação do texto do *lead*.”¹⁴ (VAN DIJK, 1988, p. 144)(tradução nossa). Como nos mostra o título *Com viúva de [Eduardo] Campos, Aécio larga no Nordeste*¹⁵, em que o adjunto adverbial, que também é parte integrante do *lead*, foi alçado à condição de tópico da frase para enfatizar a importância da participação da viúva do candidato à presidência Eduardo Campos (morto num acidente aéreo no meio do processo eleitoral do primeiro turno, em 13 de agosto de 2014) para ajudar na campanha de Aécio Neves no Nordeste.

1.1.2.1 *A manchete e a psicologia cognitiva*

Ao entendermos a manchete como a introdução ao tema de um texto, percebemos seu aspecto cognitivo e a necessidade de se estudar esse aspecto. A Psicologia cognitiva vem estudando o impacto de um título na cognição humana há cerca de 40 anos (BOCK, 1980; BRANSFORD e JOHNSON, 1972; KOZMINSKY, 1977; LEMARIÉ, LORCH JR e PÉRY-WOODLEY, 2012; SCHALLERT, 1976; SCHWARZ e FLAMMER, 1981). Dentre todos, o mais relevante e ainda

¹³ The result of headline interpretation, then, is a propositional structure that is tentatively assigned macrostructural functions and that is, therefore, placed into the control system. The same holds for the activation, retrieval, and application of models, frames, and attitudes: Their macrostructures are also placed into the control system and facilitate further comprehension. (VAN DIJK, 1988, p. 143).

¹⁴ headlines may be incomplete or biased, by promoting lower-level macropropositions to a higher position in the thematic structure. Conversely, this biased topic may of course also influence the interpretation of lead sentences. (VAN DIJK, 1988, p. 144).

¹⁵ *Folha de S. Paulo*, 12/10/2014.

atual para nossa dissertação é o trabalho de Kozminsky, *Compreensão alterada – o efeito de títulos tendenciosos na compreensão textual* (1977).

Nesse estudo, Kozminsky (1977) apresentou um texto que contava sobre uma prescrição de programas de exercícios para uma paciente esquizofrênica (Betty) a partir do relato de uma estudante de enfermagem (Debby), encarregada da paciente. Os dois títulos apresentados pelo experimento foram *Betty's weight problem* e *Debbie's nursing assignment* (respectivamente, *O problema de peso de Betty* e *O trabalho de enfermagem de Debbie*. Os títulos originais mostram que, na estrutura da língua inglesa, Debbie e Betty foram alçadas ao mesmo plano pragmático: tópico).

O texto foi apresentado a 45 estudantes da Universidade do Colorado, que participaram do experimento como tarefa para conclusão de curso. Eles foram apresentados a um dos títulos e ao **mesmo texto de Debbie contando seu trabalho com Betty** (grifo nosso). Ao final da leitura, o estudante deveria descrever com suas próprias palavras o máximo que conseguisse se lembrar da história lida. Os resultados mostraram que, se o título falava de Debbie, o ponto de vista de Debbie tendia a ser o relatado; se o título falava de Betty, o ponto de vista de Betty era o que tendia a ser relatado – e, nesse caso, Debbie era praticamente apagada da história.

Kozminsky conclui em seu estudo que os títulos direcionam e conduzem a linha de raciocínio do leitor a ponto de conduzir sua compreensão do texto a partir do que o título anuncia. O título tem o efeito cognitivo de afetar a seleção da informação de um texto e a organização dessa informação na memória humana. Se o título for tendencioso, a **aquisição da informação por parte do leitor será tendenciosa, (grifo nosso)** quer ela se dê pela leitura da notícia completa, quer pela inferência do conteúdo da notícia, uma vez que quem lê uma manchete de jornal não vai necessariamente ler a notícia. Cabe ressaltar que o estudo de Kozminsky em momento algum menciona manchetes de jornais. Apenas cita como exemplos, em suas conclusões, títulos de textos acadêmicos – o que não invalida a aplicação dos resultados de sua pesquisa na percepção cognitiva oferecida por uma manchete de jornal. Ainda assim, trata-se de um excelente balizador do impacto de um título no sistema cognitivo humano – e pode ajudar a explicar: 1) o comportamento dos leitores após uma *sessão* de leitura de (manchetes de) jornal e 2) nem sempre o leitor percebe que está sendo manipulado. Aqui não fazemos uma análise do impacto das manchetes nos leitores, pois isso demanda uma pesquisa específica.

1.1.3 A manchete e os manuais de redação

Os manuais de redação e estilo dos grandes jornais brasileiros, da maneira como são conhecidos hoje, começaram a surgir na década de 1980. Trazem, entre outras instruções, a prescrição da empresa jornalística para confeccionar uma manchete perfeita. Essas publicações são verdadeiros compêndios sobre padrões editoriais e instruções de boas normas sintáticas e lexicais para produzir corretamente o texto de um jornal – manchete inclusive.

A *Folha de S. Paulo* foi o jornal a produzir o primeiro manual de redação, tal como se entende atualmente, em 1984¹⁶. A segunda edição desse manual veio em 1987. Três anos mais tarde, o *Estado de S. Paulo* lançaria sua versão, seguido de *O Globo*, em 1992.

Os dois jornais pesquisados para a montagem do *corpus* desta dissertação, *O Globo* e *Folha de S. Paulo*, têm prescrições vagas e genéricas sobre como redigir uma manchete, se comparados com o *Estado de S. Paulo*, com diretrizes bem mais completas e abrangentes, mas que não foram consideradas aqui uma vez que as manchetes do *Estadão* não compõem nosso *corpus* de análise.¹⁷

Estruturalmente, e aqui começa o diálogo dos manuais de redação com as observações de Develotte (2000), Bakhtin (1992 [1953]) e van Dijk (1988), os manuais atestam que a manchete deve resumir e convidar para ler a notícia. A informação deve ser retirada do primeiro parágrafo da notícia (*lead*), mas com outras palavras, para não ficar repetitivo. Manchetes de primeira página, pelo mesmo motivo, devem ser diferentes dos títulos internos a que elas remetem. As frases devem preferir sempre o presente do indicativo, inclusive para informar passado recente (*Morre o Papa*) e futuro próximo (*Churchill viaja a Washington*). Passado e futuro mais distantes da atualidade devem ser expressos no tempo adequado (*Superávit comercial em 2015 foi de US\$ 4 bilhões; Churchill viajará a Washington no segundo semestre*)¹⁸.

As diretrizes do jornal *O Globo* (GARCIA, 2005, p. 51-57) para a confecção de títulos evocam ora as boas práticas da propaganda, ora a vagueza. Esse livro preconiza que o título deve chamar atenção, porém sem “prometer mais do que a matéria realmente contém, ou afirmar algo que nela não existe”. Verbos integrantes de manchetes devem ser “de ação, **implícitos ou**

¹⁶ Vizeu (2008) relata que, embora as regras de redação do *Diário Carioca*, em 1950, sejam consideradas o primeiro manual de redação do jornalismo brasileiro, há registros de que, em 1929, Gilberto Freyre afixou no mural do jornal *A Província*, de Recife, do qual era diretor, um papel contendo orientações sobre como redigir uma notícia. Esse pode ser considerado historicamente o primeiro manual de redação do jornalismo brasileiro.

¹⁷ O *Estadão* chega ao nível de detalhe de recomendar o uso de causativas quando motivadas por acidentes ou fenômenos meteorológicos, como em *Chuva fecha rodovias*, e evitar seu uso *forçado*, como em *Turbina derruba avião*.

¹⁸ As manchetes enunciadas nesse parágrafo são fictícias e meramente ilustrativas da estrutura sintática do texto.

explícitos” (grifo nosso). Manchetes sem verbo são permitidas para submatérias de uma grande matéria ou textos mais leves, como perfis, ilustrações e mapas.

O incentivo à vagueza surge quando o manual de *O Globo* afirma que

se há uma situação de impasse ou indecisão, o melhor título pode ser aquele que mais dramaticamente traduz a perplexidade (aparente exceção à norma de que o título deve ser esclarecedor). Por exemplo, quando não se sabia se menores de idade seriam ou não proibidos de assistir a um show, o título que melhor retratou os fatos dizia: *Madonna: o que fazer com as crianças?* (GARCIA, 2005, p. 51).

Manchetes como a do exemplo do excerto acima, enigmáticas e pouco esclarecedoras, que forcem o leitor a ler a reportagem para entender do que se trata, não foram encontradas em nosso *corpus*. As 340 manchetes que compõem nosso *corpus* se bastam, quando não encerram em si próprias toda a informação relevante da reportagem que precedem.

O Globo também instrui seus jornalistas a não “confundir integrantes de corporação, classe social, profissão etc. com a instituição como um todo” (p. 55), como em “Polícia é acusada de crime” para titular uma notícia de acusação contra vários policiais. Também considera errado “ser genérico quando é possível ser específico” numa manchete.

O manual de *O Globo* cai em contradição num intervalo de seis parágrafos, quando incentiva o uso de metáforas como em *Faturamento de motéis desaba após avalanche* (p. 53), mas condena o uso de trocadilhos (p. 54).

As prescrições da *Folha de S. Paulo* (FOLHA DE S. PAULO, 2006, p. 168-169) são as mais breves dentre os três manuais de redação consultados para esta dissertação. Apenas duas colunas que não chegam a completar uma página. As orientações são bem genéricas, mas nos são importantes para usar como parâmetros de como (e quanto) o jornal aplica as próprias regras editoriais na prática.

O *Manual da Folha* (FOLHA DE S. PAULO, 2006, p. 168-169) corrobora a teoria de Bahia (1990), Develotte (2000) e van Dijk (1988) ao iniciar o verbete *título* com a afirmação “**A maioria dos leitores de um jornal lê apenas o título da maior parte dos textos editados.** Por isso, ele é de alta importância. Ou o título é tudo que o leitor vai ler sobre o assunto ou é o fator que vai motivá-lo ou não a enfrentar o texto” (grifo nosso).

O quadro a seguir resume as orientações linguísticas e jornalísticas de *O Globo* e *Folha de S. Paulo* em seus manuais para a confecção de manchetes.

Quadro 1 – Prescrições dos jornais *O Globo* e *Folha de S. Paulo* para a confecção de manchetes

Instrução	<i>O Globo</i>	<i>Folha de S. Paulo</i>
Verbos	Verbos agentivos – dar preferência Não há menção a voz ativa ou passiva <u>Querer</u> – evitar <u>Poder</u> – evitar <u>Ver</u> – nunca com o sentido de <i>encontrar</i> ou <i>examinar</i> Tempo verbal: preferencialmente presente do indicativo, inclusive para indicar passado e futuro recentes Usar passado e futuro apenas quando se referir a momentos muito distantes do presente Não usar o modo imperativo	Verbos agentivos Voz ativa Tempo verbal: preferencialmente presente do indicativo, inclusive para indicar passado e futuro recentes Usar passado e futuro apenas quando se referir a momentos muito distantes do presente
Títulos sem verbo	Em submatérias, gráficos e mapas	Em editoriais e textos opinativos
Classes / palavras a serem evitadas ou proibidas	Artigos definidos ou indefinidos <u>Já Nem Só Algum Vários Muitos Poucos Bastante</u>	Não menciona
Abreviaturas / siglas	Não usar nem uma nem outra	Usar abreviaturas / evitar siglas
Metáforas propositais ¹⁹	Usar com moderação	Não menciona
Pontuação / sinais gráficos	Evitar sinais gráficos	Não usar ponto, dois pontos, interrogação, exclamação, reticências, travessão, parênteses; Evitar ponto e vírgula
Aspas	Para ganhar espaço em manchetes; ou em declaração na primeira pessoa	Não menciona
Lugar-comum	Evitar	Não menciona
Regras gerais de redação de títulos	Clareza Precisão Especificidade Reproduzir o <i>lead</i> com palavras diferentes	Clareza Precisão Especificidade Reproduzir o <i>lead</i> com palavras diferentes

Fonte: Elaborado pela autora.

Temos agora um panorama da importância de uma manchete na edição de um jornal, a partir dos pontos de vista de diferentes áreas do saber humano: a Linguística, a Psicologia Cognitiva, as Técnicas de Redação e o Jornalismo.

¹⁹ Lakoff e Johnson (1980) afirmam que *cometemos* a maioria das metáforas sem perceber. Por isso o adjetivo *propositais*.

Comparada com a máxima do futebol de que o pênalti é tão importante que deveria ser batido pelo presidente do clube, manchete é pênalti batido por jornalistas da alta hierarquia do jornal. Na *Folha de S. Paulo*, por exemplo, as manchetes de primeira página são atribuição do Secretário de Redação, cargo inferior apenas ao de Diretor de Redação.

Uma vez delineado o perfil da manchete de jornal, a próxima seção tratará da Linguística Centrada no Uso, seus mecanismos linguísticos e como essa linha teórica nos será profícua na análise das manchetes.

1.2 A LINGUÍSTICA CENTRADA NO USO (LCU): MECANISMOS LINGUÍSTICOS

A Linguística Centrada no Uso (LCU) nos provê o alicerce teórico principal e fundamental para esta dissertação. Trata-se de uma linha de pesquisa que mescla os mais recentes estudos da linguística funcionalista, notadamente a norte-americana, com os estudos da linguística cognitiva. A LCU “explora a possibilidade de que os fenômenos estruturais que observamos na gramática das línguas naturais podem ser derivados de processos cognitivos de domínio geral, já que eles operam em múltiplos casos do uso da língua.” (BYBEE, 2016, p. 18).

A proposta da LCU é que a gramática seja pensada como “a organização cognitiva da experiência de um indivíduo com a linguagem” (BYBEE, 2016, p. 28). O pareamento forma/função é uma questão crucial aqui, pois, segundo descreve Bybee (2016, p. 29), “como as construções emparelham forma e significado, a gramática não contém módulos para a sintaxe separados da semântica, nem opera com histórias derivacionais de formas de superfície”.

Bybee (2016) abre a obra citada fazendo uma analogia entre a linguagem e a forma das dunas: ambas apresentam regularidades, formatos e variações. Ao promover uma integração entre a linguística funcional tipológica e a linguística cognitiva, a autora investiga uma série de processos cognitivos de domínio geral, corriqueiros e recorrentes, como eles atuam/influenciam especificamente a linguagem e, ao final, trabalham na criação da gramática, no processamento da linguagem e na mudança linguística – ou seja, como a língua é usada. Esse é o enfoque conhecido como Linguística (Funcional) Centrada no Uso (LCU).

Bybee (2016) cita quatro exemplos de processos de domínio geral que se mostram úteis no estudo e compreensão de alguns aspectos da linguagem: i) a categorização (emparelhamento de identidade), ii) o *chunking* (junção de unidades simples formando uma mais complexa), iii) a memória enriquecida e iv) a analogia.

É interessante e proveitoso para nossa dissertação pensar a língua e as estruturas linguísticas em interação com outros aspectos cognitivos de domínio geral pois, ao estabelecermos o diálogo

entre as categorias de análise da LCU e dos ECD vão fluir de forma a mostrar a língua como o filtro que permeia nossa concepção de mundo – e o tanto que ela é instrumentalizada para uma construção de mundo distorcida por textos tendenciosos.

A LCU estuda uma série de mecanismos linguísticos do uso de uma língua que servirão de norte para nossa análise das manchetes de jornais.

1.2.1 Categorização e relações prototípicas e não prototípicas

A categorização é um dos mais importantes processos cognitivos de domínio geral que permeiam tanto os aspectos linguísticos como os aspectos cognitivos do pensamento humano. Definida por Rosch *et al.* (1976) e usada por Lakoff e Johnson (1980), Lakoff (1987) e Bybee (2016), só para mencionar alguns autores, a categorização é um dos processos mais importantes de interação do ser humano com o mundo em que vive, no qual a linguagem desempenha papel crucial e fundamental. Bybee (2016) define o processo, na Linguística, como a similaridade ou emparelhamento de identidade que ocorre quando palavras e sintagmas (e seus componentes) são reconhecidos e associados a representações previamente estocadas. Rosch *et al.* (1976) foram o grupo de cientistas que primeiro definiram categoria, explicada como um processo não arbitrário, mas sim altamente determinado:

Por categoria, entendemos um dado número de objetos considerados equivalentes. São definidas por nome (cachorro, animal). Uma taxionomia é um sistema pelo qual as categorias são relacionadas a outras a partir de inclusão em classes. [...] Em geral, o nível básico de abstração de uma taxionomia é o nível no qual as categorias trazem mais quantidade de informação e são, assim, mais diferenciadas umas das outras²⁰.

(ROSCH *et al.*, 1976, p. 383) (tradução nossa).

Pela categorização, entendemos que animais com penas são mais propensos a terem asas e voar do que animais com pelos; crianças começam a entender estruturas familiares ao perceberem que papai tem irmãs e mamãe tem irmãs, que são suas tias, mas as irmãs do papai não são irmãs das irmãs da mamãe. A categorização é um processo ininterrupto, executado o tempo inteiro por nosso cérebro.

²⁰ By category we mean a number of objects which are considered equivalent. Categories are generally designated by names, e.g. dog, animal. A taxonomy is a system by which categories are related to another by means of class inclusion. (...) Thus, the term *level of abstraction* within a taxonomy refers to a particular level of inclusiveness. (ROSCH *et al.*, 1976, p. 383).

Levando a categorização à aquisição da linguagem, entendemos, por exemplo, que palavras que contêm informações sobre ações executadas no passado, presente ou futuro são verbos, ao passo que palavras que dão nomes às coisas podem ser substantivos ou adjetivos.

Furtado da Cunha e Bispo (2013) explicam que a LCU assume que a categorização conceptual e a categorização linguística são análogas. Lakoff (1987) explica que a maior parte das palavras e conceitos designam categorias, algumas das quais são categorias de coisas ou seres, como zebras ou cadeiras. Outras, categorias de atividades ou coisas abstratas, como músicas, eleições e governos.

Em eleições e governos, as pessoas categorizam conceptualmente candidatos / governos / partidos A ou B como “do bem” ou “do mal”. O conhecimento de mundo, valores morais e modelos mentais (VAN DIJK, 2000) vão influenciar totalmente esse processo classificatório.

1.2.1.1 *Categorização e protótipos*

Se a categorização é a similaridade ou emparelhamento de identidade entre vários membros que formam uma categoria, então há membros de uma dada categoria que são mais direta e claramente identificados como tais ou, nas palavras de Rosch (1978), há membros de uma dada categoria que mais refletem a estrutura redundante da categoria como um todo. A esses membros, Rosch (1978) chamou de protótipos.

Lakoff e Johnson (1980, p. 69-72) demonstram todo um processo de categorizações de protótipos que leva à concepção da ideia de causação. Trata-se de um conceito tão internalizado na cognição humana que não percebemos seu efeito, por exemplo, ao acionarmos o interruptor para acender uma lâmpada.

A linguagem começa a participar desse esquema cognitivo humano no momento em que características de causações prototípicas são acionadas em raciocínios lineares básicos engatilhados por uma frase tipicamente agentiva como *Judite comeu banana*:

- o agente (Judite, no exemplo) tem como objetivo a mudança (física) de estado do paciente (banana, no exemplo);
- o agente tem um plano para chegar a seu objetivo;
- o plano demanda o uso de algum sistema motor (movimento);
- o agente é primariamente responsável pela execução do plano;
- o agente é a fonte de energia, e o paciente o objetivo dessa energia;
- o agente toca o paciente com seu corpo ou um instrumento;
- o agente executa o plano com sucesso;

- a mudança no estado do paciente é perceptível;
- o agente monitora a mudança no estado do paciente a partir de percepção sensorial. (LAKOFF e JOHNSON, 1980, p. 70).

Tal raciocínio linear de causação está perfeitamente contemplado em frases agentivas inocentes como a já mencionada *Judite comeu banana*, ou mais fortes, como *João estuprou Maria*.

Na Linguística, um alinhamento prototípico é aquele em que se apresenta na função sintática um sujeito com função semântica de agente e função pragmática de tópico. O sujeito prototípico, portanto, deve ser agentivo e comandar um verbo transitivo direto que fará o trânsito de sua ação do sujeito até o complemento, alterando o estado final do objeto direto (FURTADO DA CUNHA e SOUZA, 2011, p. 37-38).

Com base no conceito de prototipicidade, encontramos em Payne (1997, p. 150) uma escala de agentividade (Figura 1) na qual quanto mais humano, animado e definido, maior será a tendência de um argumento a ser sujeito agente, e quanto menos humano, menos animado e com menos volição, maior será sua tendência a ocupar o lugar semântico de paciente (e sintático de objeto direto).

Figura 1 – Escala de agentividade de Payne



Fonte: Adaptado de PAYNE (1997, p. 150).

Pela escala de agentividade acima, numa relação prototípica entre sujeito e objeto, um humano tem agentividade máxima, e um conceito abstrato tem agentividade mínima.

Podemos, então, dizer que a manchete *Minas falcou com Aécio*, disponível no *site da Folha de S. Paulo* no dia 27 de outubro de 2014, e que se tornou, no dia seguinte, a manchete *Tucanos culpam Minas por revés de Aécio*, estabelece uma relação não-prototípica entre sujeito e objeto. Temos em Minas uma metonímia dos eleitores mineiros e um tipo de personificação. Sobre isso, e como Lakoff e Johnson (1980) as definiram, falaremos mais tarde.

1.2.2 O efeito de dadas estratégias de voz e valência verbal

A expressão gramatical de papéis semânticos e pragmáticos é consequência das necessidades de comunicação (PAYNE, 1997). Tal tarefa é desempenhada, em nível sintático, por sujeito, verbo e complementos. As relações gramaticais estabelecidas por esses argumentos e predicados e suas consequências de sentido e contexto vão conceituar as operações de voz e valência verbal.

Furtado da Cunha e Medianeira Souza (2011) explicam que a natureza semântica do verbo é que vai conferir estrutura à oração, na medida em que é a natureza semântica do verbo que vai determinar

que nomes podem acompanhar o verbo, que relação sintática esses nomes mantêm com o verbo (sujeito, objeto etc.), e que papel semântico (agente, paciente etc.) esses nomes desempenham. Assim, se o verbo representar uma ação, como em *O beija-flor voou*, o verbo exige que um nome o acompanhe, que esse nome estabeleça com ele uma relação de agente e que se refira a um ser animado. Esses critérios demonstram que é o verbo que determina a presença e natureza do nome, e não o contrário
(FURTADO DA CUNHA e SOUZA, 2011, p. 39).

A partir desses entendimentos, podemos definir voz verbal como uma operação que efetua um rearranjo pragmático de papéis semânticos (PAYNE, 1997), que vai destacar (ou ocultar) determinados argumentos, com alterações morfossintáticas necessárias. Em *João estuprou Maria*, a voz ativa estabelece relações gramaticais entre argumentos e predicados que dão destaque a João. A frase fala de João. Já o rearranjo da voz verbal dessa frase resulta em *Maria foi estuprada (por João)*. Trata-se de uma operação de ajuste com outras intenções pragmáticas e semânticas, expressas de maneira morfossintática.

A mudança nas relações gramaticais na frase acima tem como função dar destaque pragmático ao argumento Maria. Agora fala-se de Maria. E também o apagamento do agente, que não é mais obrigatório, sintaticamente falando. O verbo sofreu alterações morfológicas profundas (virou locução verbal formada por verbo auxiliar *ser* e verbo principal em forma de particípio passado), que resultam em sensíveis alterações semânticas (um verbo estativo seguido de uma forma verbal nominalizada, com algum valor adjetivo). Apaga-se a presença / necessidade / importância do agente da frase, que agora se apresenta numa estrutura sintática intransitiva. Voz passiva é, na Língua Portuguesa (dentre outras línguas), um processo de redução de valência verbal, cuja conceituação iniciaremos a seguir.

Valência é uma combinação de noções sintáticas e semânticas que definem e explicam a quantidade de argumentos de um predicado (PAYNE, 1997). Na frase apresentada acima, *João estuprou Maria*, a voz ativa contempla um verbo agentivo que comporta dois argumentos (Alguém estupra uma pessoa). Na voz passiva, *Maria foi estuprada (por João)*, a alteração da forma verbal resultou numa operação de redução de valência, uma vez que esta contempla apenas um argumento (Maria). O sintagma *por João* adquiriu *status* sintático de adjunto e tornou-se dispensável para a compreensão da frase. Temos, portanto, uma operação de rearranjos morfossintáticos, com resultados semânticos e pragmáticos.

A Língua Portuguesa ainda apresenta outros casos em que a redução de valência verbal altera o sentido do verbo. Em *Juliana bebeu suco*, a valência do verbo *beber* contempla dois argumentos, o bebedor e a bebida. O sentido semântico do verbo é o de ingerir líquidos. O mesmo ocorre com *Mariana cheirou a flor*, na qual o verbo *cheirar*, predicado de dois argumentos, tem o sentido de perceber o odor. Em contraste, na frase *Lula bebe*, percebemos uma alteração no sentido verbal. A redução de valência intransitivizou a frase, e o verbo *beber* significa, agora, ingerir especificamente bebida alcoólica. Fenômeno similar ocorre com *Amy Winehouse cheira*, em que a intransitivização da frase alterou o sentido do verbo, que agora significa inalar cocaína.

É possível, também, ajustar a valência “para cima”, aumentando-se o número de argumentos de um predicado. No caso específico do português, tais operações ocorrem via orações causativas. Elas inserem na sentença um argumento extra, um superagente que suprime parte dos poderes do agente de alterar o estado final de um paciente em construções transitivas. E, do ponto de vista pragmático, insere um novo tópico na frase.

Um exemplo típico de superagência em língua portuguesa é a frase *A mamãe fez o bebê comer papinha*, no qual a frase original e principal (O bebê come papinha) tem o bebê no papel semântico de agente que comanda o verbo *comer* e altera o estado final do objeto direto papinha. Com a inserção do superagente mamãe, o poder agentivo do bebê é reduzido e transferido para a mamãe, numa relação semântica entre superagente e agente que não causa estranheza nem desconforto a ninguém, uma vez que é natural que mães sejam superagentes de bebês (mamães fazem os bebês fazerem tudo).

Mas, tendo em mente a escala de agentividade de Payne (figura 1), alguns exemplos de nosso *corpus* nos causaram desconforto e estranheza. Na manchete *Ambição faz Dilma dizer coisas nas quais não cre*²¹, ambição surge na posição de sujeito com função semântica de (super)agente controlador do sujeito da oração encaixada. Tal qual o bebê do exemplo típico, o sujeito original da frase, Dilma, tem sua força e seu poder agentivo transferidos para o superagente ambição. Mas

²¹ *Folha de S. Paulo*, 23/10/2014.

a relação semântica estabelecida entre ambição e Dilma não é tão natural quanto a estabelecida entre mãe e bebê. Ambição, segundo a escala de agentividade de Payne, não é um agente prototípico. Temos, portanto, argumentos de agentividade frágil com poder supervalorizado, se considerarmos a escala sintático-semântica proposta por Payne na escala de agentividade. Os efeitos dessas operações de ajuste *superfaturado* de valência são poderosos na percepção dos leitores, se considerarmos a concepção de ideia prototípica de causação descrita por Lakoff e Johnson (1980, p. 69-72). Os leitores não se dão conta de que, durante a leitura dessa manchete, estão processando a informação de que Dilma é tão pouco poderosa que mesmo uma ideia inanimada, sem gosto, cor ou forma, como a ambição, tem poderes agentivos sobre ela.

1.2.3 *Perspectivação*

Furtado da Cunha e Bispo (2013) explicam um dos princípios e categorias de análise da LCU, a perspectivação, que

vincula-se ao direcionamento da atenção sobre um evento referencial, isto é, tem a ver com a focalização de aspectos específicos de uma cena. Nesse sentido, ao relatar um determinado evento ou descrever uma dada situação, o usuário da língua escolhe um elemento particular como o ponto de vista a partir do qual esse evento/situação é comunicado.

(FURTADO DA CUNHA e BISPO, 2013, p. 62).

Podemos dar um exemplo de perspectivação usado corriqueiramente em textos jornalísticos. Imaginemos um jogo pela Taça Libertadores da América entre os times Flamengo (brasileiro) e Peñarol (uruguaio), vencido pelo Flamengo por 4 a 0. A imprensa brasileira poderá dizer: *Flamengo vence o Peñarol*, e a uruguaia, *Peñarol perde para o Flamengo* – e essa perspectivação tem a ver com o fato de o texto vir a estampar a página de jornais uruguaio ou brasileiros. Podemos, ainda, demonstrar a perspectivação nas frases *Cláudio deu um beijo em Luciana* / *Luciana ganhou um beijo de Cláudio*.

Mas a perspectivação das manchetes *Em dois meses, Dilma esteve cinco vezes no Planalto*²² em contraste com *No Senado, Aécio priorizou candidatura*²³ evidencia todo um trabalho ideológico explicado por van Dijk (2000) e Lakoff (2008), que será detalhado mais adiante.

²² *Folha de S. Paulo*, 8/10/2014.

²³ *Folha de S. Paulo*, 19/10/2014.

1.2.4 *Tópico e foco*

Tópico é o elemento de um enunciado a partir do qual um enunciador desenvolve um comentário (CREISSELS, 2006). A escolha de um tópico pode ser condicionada por três fatores: i) o conhecimento compartilhado entre emissor e receptor, a partir do qual a informação nova (o foco) será introduzida²⁴; ii) o contexto e iii) as propriedades de topicalidade típicas de nomes ou do papel semântico dos nomes. Já o processo de topicalização são todas as estratégias (que variam de língua para língua) cuja função é assinalar explicitamente um constituinte que desempenha o papel discursivo de tópico. O autor cita como exemplo a frase em espanhol *La sangría la preparó Consuelo*, que implica uma organização discursiva na qual *La sangría* desempenha o papel de tópico (CREISSELS, 2006). O autor ainda explica que tais estratégias são uma decisão do enunciador.

Givón (2001b, p. 254) complementa afirmando que “quando eventos ou estados são topicalizados, quase sempre são **nominalizados**, o que significa que eles são arranjados de forma a se parecerem morfossintaticamente com nomes” (tradução e grifo nossos).²⁵ O grifo se justifica pois em nosso *corpus* encontramos uma série de topicalizações que podem ser entendidas tanto como verbos quanto como nomes – e cada uma dessas análises terá um resultado diferente. É o caso de *Desconfiada, Dilma tem poucos interlocutores [...]*²⁶, que será explicada no item 1.2.9, “Possíveis estruturas linguísticas inovadoras” e analisada no item 3.3.2, “Topicalizações catafóricas: forma e função”.

Creissels (2006) apresenta a definição de foco a partir da resposta a questões introduzidas por pronomes ou advérbios interrogativos, como em “quem morreu foi *João*”. E, analogamente à topicalização, todas as estratégias (que variam de língua para língua) cuja função é assinalar explicitamente um constituinte cujo papel discursivo desempenhado é o de foco são processos de focalização, como na construção “Esse livro eu emprestei para Marisa”. O assunto na posição final implica uma organização discursiva na qual Marisa desempenha o papel de foco.

²⁴ Não por acaso, Van Dijk (2000, p. 45) explica que tópicos são tipicamente a informação mais lembrada de um discurso.

²⁵ When whole events or states are made topical, they are almost always nominalized. That is, they are made to look morphosyntactically like nominals. (GIVON, 2001, p. 254).

²⁶ *Folha de S. Paulo*, 19/10/2014 (manchete completa: Desconfiada, Dilma tem poucos interlocutores e deixou na mão de Mercadante boa parte do seu plano).

1.2.5 A manipulação de metáforas e metonímias

Metáforas e metonímias fazem parte de nosso cotidiano, conforme atestam Lakoff e Johnson (1980). Eles explicam que o sistema conceitual dos seres humanos, que cuida não só da linguagem como também dos pensamentos e ações das pessoas, é naturalmente metafórico. Esse sistema conceitual estrutura a percepção e interação dos indivíduos com o mundo e com outros indivíduos – e dificilmente alguém se dá conta desse uso tão intenso. O uso de metáforas permeia o cotidiano das pessoas, não apenas no que concerne ao uso da língua, mas principalmente os pensamentos e ações.

Se considerarmos a metáfora *discussão é uma GUERRA*, não apenas usamos elementos linguísticos para expressar argumentações verbais em termos bélicos (“Destruí seus argumentos e venci a discussão”; “suas ideias são indefensáveis”) como de fato compreendemos – e, muitas vezes, vivemos – o processo como tal, ou seja, entendemos nossos interlocutores como inimigos e transformamos o processo de argumentação numa batalha – não física, mas verbal. (LAKOFF e JOHNSON, 1980, p. 4)

A essência da metáfora é a compreensão/concepção de uma coisa em termos de outra coisa. *Tempo é dinheiro* ou *discussão é uma guerra* são exemplos dessas estratégias de associação de ideias.

Os autores explicam ainda os princípios do que chamaram de *metáforas orientacionais* (*happiness is up; sadness is down*). Ademais, nossas experiências com objetos físicos (especialmente o corpo humano) proporcionam a base para as metáforas ontológicas, uma forma de considerar acontecimentos, atividades, emoções ideias etc. como entidades e substâncias – ou simplesmente transformar substantivos abstratos em coisas concretas, como em *Otimismo com economia dispara e beneficia Dilma*²⁷, em que o substantivo *otimismo* é comparado a um cavalo de corridas, que *dispara*. Sobre a metáfora de uma corrida de cavalos para explicar e noticiar uma eleição, há um estudo específico sobre o qual falaremos mais adiante.

Transformar coisas em pessoas e usar verbos tipicamente comandados por seres humanos para expressar resultados ou efeitos de determinadas coisas é uma das funções das metáforas ontológicas mais óbvias. A personificação é o fenômeno por trás de manchetes como *ONGs parceiras reforçam comício de Dilma*²⁸ ou *Economia e educação impulsionam Dilma*²⁹; que consideram (e tratam como) humano algo que não é humano. A personificação também explica que agentes não

²⁷ *Folha de S. Paulo*, 22/10/2014, manchete de capa.

²⁸ *O Globo*, 22/10/2014, manchete de capa.

²⁹ *Folha de S. Paulo*, 21/10/2014.

prototípicos acionem verbos tipicamente agentivos, como em *Ambição faz Dilma dizer coisas nas quais não cre*³⁰.

O ex-presidente Luiz Inácio da Silva é useiro e vezeiro no emprego de metáforas. Ele já comparou o mandato presidencial à duração de uma partida de futebol, e o desempenho de ministros ao desempenho de jogadores em campo. Lula costumava dizer, quando era presidente, que usava comparações com o futebol porque é a coisa que pelo menos 90% dos brasileiros entendem.

As metonímias são outro recurso, similar à metáfora, empregado na maneira como nos expressamos para o/sobre o mundo. Com elas, destacamos uma característica e a associamos a parte de um todo. Mas há casos em que a escolha deliberada de metonímias para contar uma história fica evidente, como na manchete *Minas falhou com Aécio, avaliam tucanos mineiros*³¹, em que o sujeito Minas, na verdade, se refere aos eleitores mineiros. Por que a escolha dessa metonímia? Por que não mencionar a palavra eleitores na manchete? Quais os resultados? Quais os efeitos dessa escolha?

Lakoff e Johnson (1980) afirmam que o debate político sempre abre mão dos conceitos metafóricos de liberdade, igualdade, segurança, independência econômica e poder, e concluem que “nenhuma ideologia política chega ao ponto principal. Na verdade, várias ideologias argumentam que questões de forte significação pessoal ou cultural são secundárias ou passíveis de serem abordadas posteriormente. Qualquer ideologia, nesses termos, é desumanizadora”. (LAKOFF e JOHNSON, 1980, p. 236)³² (tradução nossa).

Eles entendem que ideologias políticas e econômicas são enquadradas em termos metafóricos – e, como qualquer outra metáfora, podem ocultar aspectos da realidade e, por conta disso, levar à degradação humana.

O jornalismo é bem receptivo ao uso de metáforas e metonímias. Bahia (1990, p. 46) recomenda que “quem redige para consumo público deve ajudar a sua audiência a se identificar com a ação, usando símiles e metáforas em termos familiares, empregando um vocabulário adequado ao assunto”. O *Manual de Redação de O Globo* deixa bem claro sua ressalva ao recomendar que “devem-se respeitar os limites das expressões usadas em sentido figurado” (GARCIA, 2005, p. 53).

³⁰ *Folha de S. Paulo*, 23/10/2014.

³¹ *Folha online*, 27/10/2014. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/poder/2014/10/1539029-minas-falhou-com-aecio-avaliam-tucanos-mineiros.shtml>. Acesso em 27 out 2014.

³² No political ideology addresses the main issue head-on. In fact, many ideologies argue that matters of personal or cultural meaningfulness are secondary or to be addressed later. Any such ideology is dehumanizing. (LAKOFF e JOHNSON, 1980, p. 236).

O que nos interessa para esta dissertação é como as metáforas e metonímias são tratadas nas manchetes de jornais, e como esses recursos contribuem com os processos de categorização e enquadramento promovidos pela imprensa brasileira.

Neste aspecto, temos um dos diálogos estabelecidos, nesta dissertação, entre teorias da Linguística e teorias do Jornalismo e das Ciências Políticas. O estudo sobre o emprego da metáfora de uma corrida de cavalos para enquadrar e noticiar um processo eleitoral foi feito originalmente nas eleições de 1976 nos Estados Unidos (BROH, 1980).

Nesse estudo, Broh (1980, p. 515) argumenta que tal enfoque é frágil e superficial, pois não dá espaço para previsões políticas, comparações específicas, ou mesmo questionamentos sobre a metodologia da pesquisa. A ênfase é para o espetáculo, o resultado de determinado desempenho.

Um cavalo é julgado não por suas capacidades ou por sua velocidade absoluta, mas sim por sua comparação à velocidade dos outros cavalos da corrida e, principalmente, por suas vitórias e derrotas. De forma similar, candidatos são levados a falar sobre outros candidatos; os eventos são percebidos num contexto de competição; e prever quem será o vencedor torna-se uma questão importante. A corrida – e não o vencedor – é a história. A imagem e personalidade do candidato, as relações de/com sua equipe e a estratégia são os focos principais da cobertura jornalística.

(BROH, 1980, p. 515) (tradução nossa)³³.

Mas essa metáfora é de fácil assimilação. Entender um jogo político como uma corrida de cavalos é simplificador. A estratégia *pegou* e chegou ao Brasil com todos os seus vícios e defeitos – e foi adotada tanto pela imprensa quanto pelos comitês eleitorais de PT e PSDB.

A despeito das conclusões de Broh, há que se fazer a ressalva de que o segundo turno das eleições presidenciais brasileiras de 2014 foi um pleito de perfil extremamente acirrado, como explicaremos no capítulo metodológico – e destacamos unicamente o aspecto das intenções de voto. Nesse contexto, a comparação com uma corrida de cavalos fica ainda mais irresistível. Os dois candidatos largaram empatados, e assim se mantiveram dentro da margem de erro durante as duas primeiras semanas do pleito, com alguma variação apenas nos últimos dias. O próprio resultado final das urnas demonstrou diferença mínima entre os dois candidatos.

A análise exclusiva das manchetes de nosso *corpus* sobre as pesquisas eleitorais deixa evidente que a metáfora de corrida de cavalos foi usada à exaustão, como podemos observar em *Aécio larga no 2º turno com 51% contra 49% de Dilma, diz Datafolha*³⁴, ou *Dilma à frente de Aécio*³⁵.

³³ A horse is judged not by its absolute speed or skill but in comparison to the speed of other horses, and especially by its wins and losses. Similarly, candidates are pushed to discuss other candidates; events are understood in a context of competition; and picking the winner becomes an important topic. The race-not the winner-is the story. The candidate's image, personality, staff relations, and strategy are the main foci of reporting. (BROH, 1980, p. 515).

³⁴ *Folha de S. Paulo*, 10/10/2014.

³⁵ *O Globo*, 21/10/2014.

1.2.6 *Frames, scripts e conexões neurais*

O conceito de *frame* é adotado por diversas áreas do conhecimento humano. A primeira a abordar o tema foi a Psicologia, na década de 1940 (MENDONÇA e SIMÕES, 2012). Na Linguística, chegou nos anos 1970 com a semântica de *frames*, de Charles Fillmore em 1975. No ano seguinte, Fillmore definiu *frames* como

palavras particulares ou fórmulas de discurso, ou escolhas gramaticais particulares são associados na memória como *frames* particulares, de forma tal que a exposição à forma linguística num contexto apropriado ativa na mente do receptor a ativação específica desse *frame* e, por consequência, maximiza o acesso a outros materiais linguísticos associados a esse mesmo *frame*.³⁶
(FILLMORE, 1976, p. 25) (tradução nossa).

Lakoff (2008, p. 22) explica os *frames* como um modelo cognitivo no qual as narrativas complexas como as da história de uma vida, ou contos de fada, novelas, dramas – ou mesmo (e aqui entra a nossa perspectiva) as histórias compostas pelas notícias que se desenrolam dia após dia nos jornais – são processadas pelo nosso cérebro como narrativas menores, com estruturas bem simples e organizadas em cenários específicos. A essa estrutura narrativa Lakoff chamou de *framings* ou *scripts*.

Van Dijk (2012b, p. 202) cita como *script* o critério de organização e categorização de “conhecimentos sociais gerais sobre episódios convencionais (tais como compras num supermercado ou participação num congresso acadêmico)” que constituem um número de categorias fixas. O autor conclui que “parte desse conhecimento social é também o conhecimento político geral que as pessoas têm, por exemplo, sobre políticos, debates parlamentares, eleições, propaganda política ou demonstrações políticas”.

A definição vandijkiana de *scripts* aproxima-se da definição de Fillmore para *frames*, quando este afirma que

Este modelo ou imagem é entendido como a inclusão de um registro das crenças de um indivíduo sobre o mundo, um registro filtrado e parcialmente interpretado de suas experiências passadas, um registro atualizado de informação sobre sua posição no tempo, espaço e sociedade, junto com sua versão dos modelos de mundo de outras pessoas importantes para ele em seu ambiente.³⁷

³⁶ Particular words or speech formulas, or particular grammatical choices, are associated in memory with particular frames, in such a way that exposure to the linguistic form in an appropriate context activates in the perceiver's mind the particular frame-activation of the frame, by turn, enhancing access to the other linguistic material that is associated with the same frame. (FILLMORE, 1976, p. 25).

³⁷ This model or image is thought of as including a record of the individual's beliefs about the world, a filtered and partly interpreted record of his past experiences, a current register of information about his position in space, time and

(FILLMORE, 1976, p. 26) (tradução nossa).

Mas quem melhor desenvolve o conceito, o papel e a compreensão do processamento e a operação dos *frames* no cérebro humano é Lakoff (2008). Segundo esse autor, cada *frame* comporta um determinado elenco, relações entre esse elenco etc. Lakoff cita o exemplo de um hospital dado por Goffmann (1986): temos os papéis desempenhados por médicos, enfermeiros e recepcionistas. A estrutura de *frames* seria quebrada, por exemplo, se um recepcionista fizesse uma cirurgia.

E aqui, mais uma vez, o conceito de Lakoff é resultado da semântica de *frames* de Fillmore, que argumenta que o significado das palavras é subordinado a *frames*, de forma que a palavra *banco* agrupa uma série de léxicos e verbos (dinheiro, boleto, pagar, investir, sacar, caixa eletrônico, ar condicionado etc.) que não são acionados, por exemplo, pela palavra *praia* (que aciona palavras como sol, protetor solar, guarda-sol, água, areia, sal, bronzear, mergulhar etc.) (FERRARI, 2014, p. 50).

Lakoff extrapola o sentido apenas linguístico dos *frames* e argumenta que eles atuam em nossas mentes da seguinte maneira: o personagem Capitão Nascimento, do filme *Tropa de Elite*, aciona na mente das pessoas **palavras** e **sentimentos** (grifo nosso), para definir o personagem, muito distintas das acionadas, por exemplo, pelo personagem de Branca de Neve – mas não muito diferentes das acionadas pelo personagem Rambo, do filme homônimo, vivido por Sylvester Stallone em 1982.

É impossível associar Rambo e Capitão Nascimento a palavras como princesa jovem, inocente e indefesa, vítima das maldades de uma bruxa. Essas são as palavras e o campo semântico acionados por Branca de Neve; Rambo e Capitão Nascimento são definidos como herói truculento, violento, forte e poderoso, que tudo resolve com sua força – palavras, por sua vez, inimagináveis para Branca de Neve. Todas essas definições, segundo Lakoff, são clichês de pequenas histórias – e nós acrescentamos: clichês eivados de julgamentos de valor. Ao levar esse raciocínio para histórias da vida real, as pessoas categorizam os personagens reais nesses clichês.

Segundo Lakoff, fazemos uma série de associações cognitivas com os *frames* e entre vários *frames*, a partir de conexões neurais (*neural bindings*). Essas conexões fazem associações de ideias e sensações – **experiências emocionais** (grifo nosso). Para explicar esse processo, relatarei um evento pessoal.

Quando me interneei para o parto de meu filho, já na área do hospital próxima à sala de operação, pedi para tomar banho antes da cirurgia, para tentar relaxar, pois a obstetra estava atrasada. As enfermeiras da maternidade, então, me emprestaram o sabonete líquido de glicerina

society, together with his version of the world-models of the other relevant people in his environment. (FILLMORE, 1976, p. 26).

da Granada, com o qual davam banho em todos os recém-nascidos. O perfume desse sabonete até hoje me causa angústia, pois pela primeira vez senti aquele cheiro, num momento extremamente marcante em que estava tensa, ansiosa, insegura, no aguardo de uma cirurgia que iria modificar completamente minha vida. Foi com esse cheiro na pele que adentrei a sala de cirurgia. Nunca usei o sabonete Granada de Glicerina para dar banho no meu filho, e o perfume desse sabonete até hoje – nove anos depois – ainda me desperta sensações de angústia e insegurança.

De volta ao tema da dissertação, é aqui que entra o papel social da imprensa de formar / moldar opiniões, uma vez que é o noticiário que abastece as mentes com informações a serem processadas e catalogadas em *framings*. As palavras também trazem associadas a si sensações que variam de indivíduo para indivíduo. Churrasco, por exemplo, pode trazer lembranças e sensações agradáveis e positivas para um gaúcho, porém devem despertar sentimentos de revolta e tristeza a uma pessoa que segue dieta vegetariana.

Se, ao ler uma história de ficção, o leitor sente medo quando o herói é ameaçado, e satisfação quando o herói vence o inimigo, da mesma forma um eleitor se sente exultante quando seu candidato vence as eleições, e fica irritado quando ele perde. Sensações que nada têm de racionais.

Ainda dentro do processamento cognitivo de uma eleição, os seres humanos entendem figuras públicas (políticos incluídos) ao inseri-las em narrativas complexas ou *frames*, aos quais as pessoas (num processo que Lakoff chama de raciocínio inconsciente) associam em conexões neurais. Quem pensa em Adolf Hitler associa a esse personagem uma série de sensações – muitas negativas. Quem pensa em Mahatma Gandhi faz outra série de associações de sensações – muitas positivas. Isto posto, podemos afirmar que esse manejo de sensações é perfeitamente manipulável de acordo com as conveniências de cada contexto.

Assim, no Brasil da década de 1990, um deputado federal que trazia denúncias sobre a máfia dos anões do orçamento era um herói; vinte anos depois, esse mesmo deputado, condenado pelo STF no julgamento do mensalão, é um odioso vilão a ser execrado pela sociedade como um todo, e só desperta na sociedade sensações de ódio e desprezo. Dois nomes cabem na descrição desse deputado federal: José Dirceu ou José Genoíno. O trabalho quase cirúrgico de escolha de palavras e construções sintáticas é fundamental nesse processo.

Clichês opostos que se adaptam nas mentes das pessoas de acordo com a história contada, um conceito que pode ser sintetizado na manchete *Dilma pede paz a militantes; campanha foi sórdida, diz Aécio*³⁸, em que as palavras *paz* e *sórdida* efetuam no cérebro dos leitores uma série de conexões neurais positivas para Aécio, e negativas para Dilma.

³⁸ *O Globo*, 24/10/2014.

Como explicamos no início deste tópico, o conceito de *framing* é adotado por diversas áreas do conhecimento humano. É também usado pela sociologia e pelos estudos teóricos do jornalismo, com definições bem próximas dos critérios linguístico-cognitivos de Lakoff, Fillmore e van Dijk.

No jornalismo, trata-se de conceituação relativamente recente e ainda não totalmente consensual entre os teóricos, mas o princípio é muito similar: é o processo de enquadramento das histórias de acordo com uma **orientação estruturada** (grifo nosso), ou “marcos interpretativos mais gerais construídos socialmente, que permitem às pessoas dar sentido aos eventos e situações sociais” (GOFFMANN, 1986). O conceito ainda é tão embrionário entre os estudos da comunicação que Porto (2004) sugere uma série de divisões de enquadramentos (noticiosos, de conteúdo, de formato, interpretativos, temáticos). Duque e Costa (2012), já no campo da Linguística Cognitiva, subdividem os *frames* de maneira mais precisa, em *frames* de cenário, roteiro e conjunto de traços.

É possível estabelecer uma diferença entre o processo de *framing* dos estudos de mídia e os *frames* cognitivos explicados por Lakoff, Fillmore, van Dijk e Duque e Costa: os primeiros tratam do processo pelo qual as empresas de mídia, institucionalmente, trabalham o enfoque das notícias e as emitem publicamente; já a Linguística trata do processo pelo qual os indivíduos, membros de uma comunidade, recebem esse enquadramento institucional/social e o processam, individual e mentalmente. Defendemos, ainda, que todas as áreas convergem para o mesmo entendimento de *frame* – até porque Fillmore (1976, p. 26), há mais de 40 anos, já dizia que

o processo de comunicação pode ser percebido como envolvendo uma pessoa que diz algo que vai induzir outra pessoa a mudar seu modelo de mundo [...] o significado de uma mensagem é a mudança que esta produz nas imagens. Este processo envolve o recurso a contextos, porque contextos correntes, imaginados e recordados fazem parte do modelo; envolve *frames*, porque os *frames* no sentido que tenho em minha mente, fornecem os tijolos para a construção das peças do modelo; e ele envolve protótipos, porque muitas de nossas habilidades com *frames* demandam conhecimento de protótipos³⁹.

Todas as definições nos são válidas e serão usadas na análise dos dados desta pesquisa.

De volta a Lakoff (2008), o autor ainda lembra do papel crucial desempenhado pela linguagem nesse processo cognitivo:

Uma vez que a linguagem é usada para comunicar o pensamento, nossa visão de linguagem também deve refletir nossa nova compreensão da natureza do

³⁹ The process of communication can be seen as involving one person saying something that will induce another person to change his model of the world [...] the meaning of the message is the change which it produces in the images. This process involves appeal to contexts, because current, imagined and remembered contexts make up part of the model; it involves frames, because frames, in the sense I have in mind, provide the building blocks for constructing the pieces of the model; and it involves prototypes, because many of our framing abilities require a knowledge of prototypes. (FILLMORE, 1976, p. 26).

pensamento. A linguagem é ao mesmo tempo um fenômeno superficial e fonte de poder. É uma forma de expressar, comunicar, acessar e até mesmo moldar o pensamento. As palavras são definidas a partir de *frames* e metáforas conceituais. [...] A linguagem tem tal poder porque é definida com relação a *frames*, protótipos, metáforas, narrativas, imagens e emoções. Parte de seu poder vem de aspectos inconscientes: não estamos conscientemente alertas com relação a tudo que a linguagem evoca em nós, mas esse tudo está lá, oculto, sempre funcionando. Se ouvirmos a mesma língua repetidamente, passaremos a pensar nela cada vez mais em termos de *frames* e metáforas por ela ativados. E não importa se você está negando ou questionando palavras, os mesmos *frames* e metáforas serão ativados e, conseqüentemente, fortalecidos.⁴⁰
(LAKOFF, 2008, p. 14-15) (tradução nossa).

1.2.7 Inferências sugeridas e seus efeitos

Ao se considerar o pressuposto do Funcionalismo de que o falante negocia os sentidos, podemos concluir que o sistema linguístico, com suas unidades lexicais e seu raciocínio sintático, é o filtro pelo qual o indivíduo processa as informações obtidas por seus sentidos, e com o qual o falante interage com o mundo. Nas interações verbais, há inferências sugeridas (*invited inferences*) também conhecidas por inferências pragmáticas.

Maingueneau (2013) refere-se às inferências como um conteúdo não acessível imediatamente, que precisa ser inferido do enunciado escrito. Traugott e Dasher (2002, p. 5) afirmam que a expressão *inferência sugerida* foi usada pela primeira vez por Geis e Zwicky (1971) e destacam: “temos um entendimento mais amplo do que Geis e Zwicky sobre inferência sugerida”. De fato, Geis e Zwicky aplicam o conceito a conversações em que o contexto leva o ouvinte, já no ato de comunicação, a reinterpretar o valor do elemento envolvido na mudança.

[...] o que nós temos chamado de “inferência sugerida” constitui uma classe especial de “implicaturas”, segundo a terminologia do filósofo H. Paul Grice (em alguns trabalhos importantes, mas não publicados), embora sejam claramente distintas das “implicaturas conversacionais”, sobre as quais ele fala. Grice considera qual interpretação vai ser imposta a um enunciado dentro de um contexto particular.⁴¹
(GEIS e ZWICKY, 1971, p. 565) (tradução nossa).

⁴⁰ Since language is used for communicating thought, our view of language must also reflect our new understanding of the nature of thought. Language is at once a surface phenomenon and a source of power. it is a means of expressing, communicating accessing and even shaping thought. Words are defined relative to frames and conceptual metaphors. [...] Language gets its power because it is defined relative to frames, prototypes, metaphors, narratives, images, and emotions. Part of its power comes from its unconscious aspects: we are not consciously aware of all that it evokes in us, but it is there, hidden, always at work. If we hear the same language over and over, we will think more and more in terms of the frames and metaphors activated by that language. And it doesn't matter if you are negating words or questioning them, the same frames and metaphors will be activated and hence strengthened. (LAKOFF, 2008, p. 14-15).

⁴¹ ([...]...) what we have called “invited inferences” constitutes a special class of “implicatures”, in the terminology of the philosopher H. Paul Grice (in some very important but not yet published work), although they are clearly distinct from the “conversational implicatures” which are his principal concern. Grice considers what interpretation will be placed upon an utterance in a particular context. (GEIS e ZWICKY, 1971, p. 565).

O conceito de Geis e Zwicky (1971) pode ser percebido no jogo com as aspas na charge de Laerte (Figura 2) publicada em 3 de setembro de 2016 em seu perfil no Facebook, em referência ao governo de Michel Temer e, no nosso *corpus*, nas aspas simples no verbo da manchete *Dilma 'premiou' tesoureiro do PT com Itaipu*.⁴²

Figura 2 – Charge de Laerte publicada em 3/9/2016



Fonte: https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=1134973943216272&id=100001110302679. Acesso em 20 set 2016. Imagem gentilmente cedida por Laerte à autora..

Há mecanismos linguísticos que induzem/sugerem as inferências, e estes são explicados pelos processos de subjetivação e intersubjetivação. Traugott (2010) explica subjetivação como “o desenvolvimento de sentidos que expressam a postura ou o ponto de vista do falante”, enquanto a intersubjetivação é “o desenvolvimento da atenção do falante para a autoimagem do ouvinte”. Ela explica que subjetivação e intersubjetivação são mecanismos pelos quais significados são escolhidos pelo falante para codificar e regular atos e crenças (subjetivação) e, uma vez subjetivados, podem ser escolhidos para codificar significados centrados no receptor da mensagem (intersubjetivação). A autora elenca uma série de marcadores e expressões linguísticos, na língua inglesa, que indexam a subjetividade e a intersubjetividade, e como eles surgem (TRAUGOTT & DASHER, 2002; TRAUGOTT, 2010).

⁴² *O Globo*, 21/10/2014, primeira página.

1.2.8 *Iconicidade diagramática*

Givón (2001a) é mais um autor que defende a existência de um emparelhamento, em termos comunicativos, entre a conceituação (funções) e a quantidade de material linguístico utilizado para expressá-la (formas). A partir daí, estabeleceu, entre outras, uma

conexão entre a quantidade de informação e a porção de forma utilizada para expressá-la com o *subprincípio da quantidade*, que prevê que informações maiores, mais importantes ou menos previsíveis tendem a ser expressas com maior quantidade de material linguístico.
(MARTELOTTA, 2011, p. 113).

Givón (1991, 2001) listou uma série de regras gerais nas línguas que determinam uma organização gramatical iconográfica, ou seja, como fenômenos linguísticos ocorrem de uma forma ao invés de outra. Essas regras podem ser espaciais e abranger proximidade e relevância (grupos de informações afins são conceitualmente mantidos em proximidade espaço-temporal) ou proximidade e escopo (operadores funcionais ficam próximos aos operandos para os quais são relevantes); podem ser regras de sequência, que abrangem ordem e importância (a parte mais importante da informação vem para a frente), ou de ordem de ocorrência e de relato (a ordem temporal em que os eventos ocorreram será espelhada na estrutura linguística do relato). A esse fenômeno, dá-se o nome de iconicidade diagramática.

Para Givón (1991), a base cognitiva do princípio de quantidade deve ser buscada nas áreas de **atenção e esforço mental**, assim como **atribuição de prioridade** (grifos do autor).

Segundo Payne (1997, p. 182), o princípio da iconicidade diagramática foi expresso por Haiman, por meio de uma pirâmide. Payne concluiu que quanto maior a distância linguística, maior será a distância conceitual. Esse conceito fica bem evidente em nosso *corpus* ao se perceber a quantidade de palavras na manchete *Desconfiada, Dilma tem poucos interlocutores e deixou na mão de Mercadante boa parte de seu plano*⁴³. É, ao mesmo tempo, mais quantidade de informação e um distanciamento entre sujeito e predicado, de forma a dificultar a assimilação da mensagem do enunciado.

1.2.9 *Possíveis estruturas linguísticas inovadoras*

⁴³ *Folha de S. Paulo*, 19/10/2014, interna. A manchete contém 16 palavras e 97 caracteres.

Durante a análise das manchetes, acabamos por encontrar também evidências de mudança linguística em curso ou efetivada. Nosso *corpus* apresenta uma série de manchetes com construções que seguem o modelo

[[informação topicalizada-velha], [informação nova]] manchete total

A primeira manchete que se enquadra nesse modelo foi percebida por acaso. Detectamos o nome “Padilha” associado a Dilma na manchete *Padilha passa a coordenar a campanha de Dilma em São Paulo*⁴⁴ dentre os títulos de *O Globo* do dia 8 de outubro. A leitura das manchetes de primeira página d’*O Globo* de 8 de outubro nos indicou o título *Derrotado em São Paulo, Padilha vira coordenador*⁴⁵. Esse título não se enquadra no perfil de nosso *corpus* por não trazer a palavra Dilma ou Aécio (cf. Metodologia), ainda que o assunto gire em torno do segundo turno das eleições. Mas a construção participípi nos chamou a atenção, seja por contrariar as prescrições do gênero manchete (mensagem velha topicalizada num gênero que preconiza informação nova, inédita), seja por seu processo de topicalização catafórica. Observamos e listamos os casos de manchetes que (ab)usaram de recursos de topicalização, agrupamos essas manchetes em dois subgrupos e percebemos comportamentos e efeitos similares nas manchetes com construções participípias. Essas manchetes serão analisadas na seção 3.3.2, Topicalizações catafóricas: forma e função.

1.2.10 *Categorias gramaticais*

Nesta seção, abordaremos uma série de conceitos sintáticos genéricos, que não são específica ou exclusivamente abordados pela LCU, e que serão aplicados nas análises das manchetes.

Outro conceito que devemos abordar é o do aspecto verbal. Travaglia (2014, p. 42) define aspecto como “uma categoria verbal de tempo, não-dêitica, através da qual se marca a duração da situação e/ou suas fases, sendo que estas podem ser consideradas sob diferentes pontos de vista, a saber: o do desenvolvimento, o do complemento e o da realização da situação”.

Furtado da Cunha e Souza (2011, p. 47), usando os argumentos de Hopper e Thompson (1980), explicam aspecto assim: “uma ação vista de seu ponto final, isto é, uma ação perfectiva ou tética, é mais eficazmente transferida para um participante do que uma ação que não tenha término”.

Ainda com base em Hopper e Thompson (1980), as duas autoras também definem o parâmetro *modalidade* referindo-se à “[...] distinção entre a codificação *realis* e *irrealis* de eventos. [...]

⁴⁴ *O Globo*, 8/10/2014, interna.

⁴⁵ *O Globo*, 8/10/2014, primeira página.

Em *Maria vai comprar um vestido novo*, o verbo está no tempo futuro, o que indica que a ação de comprar ainda não ocorreu; a oração é marcada como *irrealis*.” (FURTADO DA CUNHA e SOUZA, 2011, p. 48).

Estas foram as categorias de análise do eixo da Linguística Centrada no Uso ou Linguística Cognitivo-Funcional que nos forneceram o alicerce para analisar um gênero jornalístico de altíssima especificidade, a manchete de jornal. Adotamos, ainda, como um dos balizadores de nossa análise, os Estudos Críticos do Discurso, notadamente os trabalhos conduzidos por van Dijk (2000, 2012), os quais apresentamos a seguir.

1.3 A CONSTRUÇÃO/CONSOLIDAÇÃO DE IDEOLOGIAS: OS ESTUDOS CRÍTICOS DO DISCURSO

Outros recursos teóricos que nos auxiliaram a trabalhar questões de ideologia e cognição se encontram na obra de van Dijk (2000), que estuda, linguisticamente, os fenômenos sociais e explica como a cognição trabalha questões ideológicas. O uso específico e calculado de palavras e construções linguísticas é primordial nesse processo.

1.3.1 *Os modelos mentais de van Dijk*

Van Dijk (2000) explica que as ideologias são sistemas de ideias, especialmente as ideias sociais, políticas ou religiosas, compartilhadas por um grupo ou movimento social. Comunismo ou anticomunismo, racismo, sexismo, militarismo ou pacifismo são meros exemplos de ideologias bem difundidas – que podem ser mais ou menos positivas, a depender do nosso ponto de vista ou de pertencer ou não a determinado grupo. Membros de um grupo que compartilham tais ideologias defendem um dado número de ideias bem genéricas, que são a base de suas crenças mais específicas sobre o mundo, guiam sua interpretação de eventos e monitoram suas práticas sociais.

Ainda segundo van Dijk (2000), uma das práticas sociais mais crucialmente influenciadas pela ideologia é o uso da linguagem no discurso, que, por sua vez, também influencia a forma como apreendemos e mudamos as ideologias. Muito do nosso discurso, especialmente quando falamos como membros de um grupo, expressa opiniões com bases ideológicas. As representações semânticas que definem o *significado do discurso* são apenas uma pequena seleção da informação representada no modelo usado para a compreensão de tal discurso. Com relação a essa representação de ideias, van Dijk (2000, p. 21) explica que

representações episódicas de eventos diários dos quais participamos, testemunhamos (na TV ou na vida real) ou sobre os quais lemos são chamados

modelos mentais. [...] em outras palavras, a maneira como percebemos, compreendemos ou interpretamos nossa realidade cotidiana ocorre a partir da construção ou reconstrução (atualização ou modificação) desses modelos [...]. Os modelos também incorporam opiniões sobre os eventos dos quais participamos, testemunhamos ou sobre os quais ouvimos falar. Assim, a leitura de jornal sobre a guerra civil na Bósnia nos faz não só formar modelos mentais sobre os eventos, como provavelmente associar essas informações com opiniões negativas sobre crimes de guerra. (VAN DIJK, 2000, p. 21) (tradução nossa)⁴⁶.

É importante aqui explicitar as definições de discurso tanto para a LCU quanto para os ECD. Enquanto a LCU entende o discurso como “o uso criativo da língua em contextos de comunicação” (FURTADO DA CUNHA e BISPO, 2013, p. 51), os Estudos Críticos do Discurso o entendem “não apenas como um objeto ‘verbal’ autônomo, mas também como uma interação situada, como uma prática social ou como um tipo de comunicação numa situação social, cultural, histórica ou política” (VAN DIJK, 2012b, p. 12). As duas definições nos são válidas e, ao longo da dissertação, buscaremos somá-las a fim de identificar quais perspectivas são acionadas pela manchete de jornal em análise.

1.3.2 Semântica do discurso

Ao falar da estrutura do discurso ideológico, van Dijk (2000, p. 42-60) enumera e exemplifica o uso de forma e conteúdo de um texto para demonstrar seu manejo ideológico, a que chama de semântica do discurso. Os estudos de van Dijk estão voltados para a análise de textos de jornais que demonstram a ideologia racista predominante na Europa Ocidental com relação a *imigrantes ilegais*, mas eles podem ser perfeitamente aplicados ao contexto de extremo acirramento ideológico do Brasil de 2014 em diante. A ideia básica parte do princípio de que o texto vai apresentar a dicotomia *nós contra eles* (*Us X Them*, nas palavras do autor). Portanto, seu conteúdo deve:

- Dar ênfase em coisas positivas sobre nós
- Dar ênfase em coisas negativas sobre eles
- Tirar a ênfase de coisas negativas sobre nós
- Tirar a ênfase de coisas positivas sobre eles

Fonte: (VAN DIJK, 2000, p. 44).

⁴⁶ episodic representations of the daily events we participate in, witness (in reality or on TV), or read about, are called mental models. [...] in other words, the way we perceive, understand or interpret our daily reality takes place through the construction or reconstruction (updating or modification) of such models. [...] Models also embody opinions about the events we participate in, witness or read and hear about. Thus, reading the newspaper about the civil wars in Bosnia, we not only form mental models of the events, but probably also associate these with negative opinions about the war crimes. (VAN DIJK, 2000, p. 21).

Os quatro princípios acima dão a orientação-mestra para o enquadramento conceitual (*conceptual square*) de qualquer texto e muito lembram a conversa vazada do então ministro da Fazenda Rubens Ricúpero com o jornalista Carlos Monforte⁴⁷.

No dia 3 de setembro de 1994, enquanto aguardava a gravação de uma entrevista para o Jornal da Globo, nos estúdios da rede Globo, em Brasília, Ricupero e o jornalista Carlos Monforte tiveram conversa informal por cerca de meia hora, na qual Ricupero emitiu opiniões pessoais sobre economia, índice inflacionário e campanha eleitoral. Na ocasião, proferiu a frase: “**O que é ruim a gente esconde, o que é bom a gente mostra**”. A conversa acabou indo ao ar via antenas parabólicas e teve grande repercussão na mídia, culminando com o pedido de demissão do ministro no dia seguinte.
(FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS, 2009) (grifo nosso).

A partir da orientação-mestra em quatro princípios, van Dijk passa a listar uma série de estratégias sintáticas e semânticas de manipulação de textos. A seguir, as estratégias que destacamos para efetuar a análise das manchetes de nosso *corpus*.

1.3.2.1 *Contraste*

Trata-se de um mecanismo que atravessa todo o trabalho de construção de modelos mentais. Nós somos [adjetivo de semântica positiva], eles são [adjetivo antônimo, de semântica negativa]: Nós somos bons, eles são maus; nós somos honestos, eles são corruptos; nós somos dignos, eles são indignos; nós disputamos eleições de forma limpa, eles roubam e são violentos em passeatas. Em nosso *corpus*, encontramos o modelo *eles são arruaceiros, nós somos pacíficos: Dilma pede paz a militantes; campanha foi sórdida, diz Aécio*⁴⁸

⁴⁷ Vídeo disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=8ZLyyZzAWpM>.

⁴⁸ *O Globo*, 24/10/2014.

1.3.2.2 *Escolhas lexicais / sinônimos*

Van Dijk (2000) explica que a sinonímia é uma das propriedades semânticas do discurso definida em termos das relações entre proposições. Lembra que não existe o sinônimo perfeito, mas seu uso depende do contexto.

A manchete *Desaprovação de Lula cai, e de Moro sobe*⁴⁹ é um bom exemplo de escolhas lexicais em prol da confusão de conceitos. A informação tem a ver com uma pesquisa que aponta o percentual de pessoas que aprovam (verbo de semântica positiva) dois personagens atuais da política nacional. Ocorre que o título “aprovação de Lula sobe e de Moro cai” cercaria a palavra Lula com duas palavras de semântica positiva, e que também são metáforas orientacionais (aprovação e subir), e cercaria a palavra Moro com duas palavras antonimamente inversas, negativas. Conceitualmente, o título publicado pelo UOL (e pelo *Estadão* conteúdo) não está errado. Se a aprovação de Lula sobe, a desaprovação cai. Mas a semântica negativa e as metáforas aludidas transmitem uma informação contraditória ao mero significado das palavras. Esse ato de escolhas lexicais tem efeito, função e consequência ideologicamente motivados.

Em nosso *corpus*, por exemplo, há muitas formas de se referir a Aécio (tucano, adversário, rival, PSDB), mas poucas para se referir a Dilma / PT.

1.3.2.3 *Modalização*

Van Dijk (2000) explica que o emprego de operadores modais (*pode, deve, sabe-se que, é possível que* etc.) criam novas proposições a partir de proposições (exemplos: *João está mentindo* x *João pode estar mentindo*). O contexto influencia o uso da modalidade. É o que nos mostra o título *Na comparação com FHC, Dilma parece levar vantagem*⁵⁰. A afirmação de que Dilma **leva** vantagem em tal comparação tornaria a candidata petista melhor que a maior (porque única) referência de presidente tucano. Então, a manchete diz que Dilma **parece levar vantagem**, e o *risco* de elogio à candidata petista se reduz.

1.3.2.4 *Tópico*

O tópico vandijkiano é diferente do tópico da Linguística Centrada no Uso. Enquanto na LCU o tópico é um argumento pragmático identificável sintaticamente, que traz informação já

⁴⁹ Fonte: <https://noticias.uol.com.br/ultimas-noticias/agencia-estado/2017/09/24/desaprovacao-de-lula-cai-e-de-moro-sobe-mostra-sondagem-do-ipsos.htm>. Acesso em 28 set 2017.

⁵⁰ *Folha de S. Paulo*, 22/10/2014.

compartilhada entre emissor e receptor, para van Dijk (2012a) o tópico é o assunto de que o texto fala, identificável a partir de sua semântica global, que van Dijk chama de macroestrutura semântica. É uma proposição de natureza semântico-discursiva. Portanto, uma manchete é um tópico.

As funções ideológicas dos tópicos seguem o princípio de topicalizar informações positivas sobre nós e informações negativas sobre o outro; ao mesmo tempo, são destopicalizadas notícias boas sobre o outro e notícias negativas sobre nós.

Ao analisar sob essa perspectiva as manchetes de primeira página e interna da *Folha de S. Paulo* no dia da divulgação dos resultados da primeira pesquisa de intenção de voto no segundo turno, percebemos que os dois candidatos estavam empatados. Embora Aécio Neves tivesse uma leve vantagem, a margem de erro (dois pontos percentuais para mais ou para menos) não permitia dizer com segurança quem liderava as intenções de voto. Mas, no dia 10 de outubro, a *Folha de S. Paulo* estampou em sua primeira página a manchete *País se divide entre Aécio, 51%, e Dilma, 49%*.⁵¹ Na página interna, o texto completo sobre a pesquisa Datafolha trazia na manchete *Aécio larga no 2º turno com 51% contra 49% de Dilma, diz Datafolha*.⁵² Na capa, o tópico era o país dividido; na página interna, Aécio à frente, informação expressa por um verbo (*largar*) cuja semântica que remete à metáfora da corrida de cavalos (BROH, 1980) dá a entender que a distância entre os dois candidatos era ampla.

Duas semanas depois, quando os candidatos saíram do interior para o limite da margem de erro, com Dilma à frente de Aécio, ainda num resultado bem apertado, *O Globo* estampou na primeira página o título *Dilma passa Aécio, mas empate técnico continua*⁵³ (grifo nosso) e, internamente, apenas *Dilma à frente de Aécio*⁵⁴. Temos na primeira página o tópico da ressalva de que a disputa ainda indicava empate técnico, e na página interna essa ressalva desaparece.

1.3.2.5 Vagueza

É possível ser mais ou menos específico ao se descrever um fato. A quantidade e a precisão das informações sobre aquele fato terão uma série de funções discursivas. A tendência é sermos vagos ao descrevermos nossas características negativas e sermos bastante precisos quando estamos descrevendo as características negativas do grupo ideologicamente oposto. O grau de descrição de um evento é adaptável a condições de contexto. A *Folha de S. Paulo* apresenta muitos casos (dentro

⁵¹ *Folha de S. Paulo*, 10/10/2014, primeira página.

⁵² *Folha de S. Paulo*, 10/10/2014.

⁵³ *O Globo*, 21/10/2014, primeira página.

⁵⁴ *O Globo*, 21/10/2014.

e fora de nosso *corpus*) em que a vagueza se faz presente sob a forma de sintagma nominal incompleto.

Na manchete *Economia passa por recuperação lenta e dolorosa de crise, diz Mantega*⁵⁵, que não faz parte de nosso *corpus*, o título dá a entender que, nas palavras do então ministro da Fazenda do governo Dilma Rousseff, Guido Mantega, a economia **nacional** se recupera de uma crise. A leitura do primeiro parágrafo informa que

O ministro da fazenda, Guido Mantega, afirmou nesta quarta-feira (14) que a recuperação da economia **internacional** está sendo mais lenta do que o previsto, e que não está sendo fácil para o país engatar um novo ciclo de crescimento. (*Folha de S. Paulo*, 14 de maio de 2015, editoria de economia. Grifo nosso.)

O *lead* da reportagem informa que é a economia internacional que passa por uma crise, e isso dificulta o crescimento da economia nacional (grifos nossos). Em outras palavras, o *lead* traz uma informação que não é apenas mais completa, é também conflitante com o tópico da manchete. Esse conflito de enunciados foi causado por um único sintagma incompleto.

Em nosso *corpus*, há vários exemplos de vagueza usados sempre de forma a beneficiar Aécio Neves. Há o caso de duas manchetes, uma de primeira página e outra interna, sobre o mesmo assunto, na *Folha de S. Paulo*: *Aécio se diz alvo de ‘atentados’*⁵⁶ na primeira página, e *Na TV, Aécio diz que é vítima de ‘atentados’ à sua honra*⁵⁷, interna. A ausência do sintagma nominal completo “atentados à sua honra” na chamada de primeira página, além de deixar o título vago, suprime o valor metafórico que encontramos em “atentados à sua honra”. O sintagma nominal incompleto tem funções, efeitos e consequências diretas no discurso e na compreensão da mensagem.

1.3.2.6 *Implicaturas / pressuposições*

A especificidade ou vagueza dos dados fornecidos por uma manchete leva o leitor a fazer uma série de implicaturas e pressuposições. Ao definir e exemplificar as implicaturas e pressuposições, van Dijk (2000) dialoga diretamente com as inferências sugeridas (TRAUGOTT e DASHER, 2002). Do ponto de vista do discurso, ao expressarmos apenas parte de uma ideia, deixamos que o receptor infira o restante dela, o que ocorrerá a partir dos modelos mentais, modelo de discurso e apreensão sociocultural de mundo do receptor – em outras palavras, a partir de sua ideologia. A partir das implicaturas, van Dijk chega às pressuposições:

⁵⁵ *Folha de S. Paulo*, 14/5/2014, disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2014/05/1454206-economia-passa-por-recuperacao-lenta-e-dolorosa-de-crise-diz-mantega.shtml>. Acesso em 28 set. 2017.

⁵⁶ *Folha de S. Paulo*, 23/10/2014.

⁵⁷ *Folha de S. Paulo*, 23/10/2014.

A opção de expressar a informação ou deixá-la implícita, no entanto, não é ideologicamente neutra. É fácil prever que, em nosso esquema genérico, as pessoas tendem a deixar implícitas informações que são inconsistentes com sua autoimagem positiva. Por outro lado, qualquer informação que conte ao receptor as coisas ruins de nossos inimigos ou sobre aqueles que consideramos o grupo “outro” tendem a ser explicitamente expressadas no texto e na fala.

Outra estratégia bem conhecida é pressupor a informação que não é genericamente compartilhada ou aceita totalmente, e assim introduzi-la, por assim dizer, pela porta dos fundos.⁵⁸

(VAN DIJK, 2000, p. 47) (tradução nossa).

As implicaturas e pressuposições de van Dijk também dialogam com a subjetivação e a intersubjetivação de Traugott (2010). É importante destacar, no excerto de van Dijk, que a escolha/decisão de ocultar parte de uma ideia não é neutra. Em nosso *corpus*, encontramos a seguinte manchete: *Exame médico: apesar do mal-estar, saúde de Dilma está ‘ótima’; exames de Aécio estão normais*.⁵⁹ Dizem os manuais de redação dos jornais (FOLHA DE S. PAULO, 2006; GARCIA, 2005; MARTINS, 1997) que as aspas em *ótima* indicariam que se trata de declaração de terceiros. Mas a teoria linguística diz que essas aspas sugerem ironia, como se a saúde de Dilma estivesse, na verdade, péssima. O contraste com o restante da manchete (*Exames de Aécio estão normais*) mostra que, embora do ponto de vista semântico, *ótimo* seja mais positivo que *normal*, as aspas em *ótimo* invertem seu valor semântico de maneira inferencial. São detalhes jornalisticamente minúsculos que, cognitivamente, contribuem em maior ou menor grau na construção de enquadramentos e narrativas ideologicamente motivados.

Em *Dilma achava que política não era muito limpa*⁶⁰, o uso do pretérito imperfeito, de aspecto mais durativo, induz o leitor a supor que Dilma mudou de ideia sobre a política, imiscuiu-se com algo que ela mesma não achava muito limpo, e acabou por sujar-se igualmente.

⁵⁸ The option to express information or leave it explicit, is not ideologically neutral, however. It is easy to predict that within our general schema, people tend to leave information implicit that is inconsistent with their positive self-image. On the other hand, any information that tells the recipient about the bad things of our enemies or about those we consider our outgroup will tend to be explicitly expressed in text and talk. A well-known move is to presuppose information that is not generally shared or accepted at all, and thereby introduce it so to speak through the backdoor. (VAN DIJK, 2000, p. 47).

⁵⁹ *Folha de S. Paulo*, 18/10/2014.

⁶⁰ *Folha de S. Paulo*, 24/10/2017.

1.3.2.7 Estereótipos

Van Dijk (2000, p. 40) explica que as práticas sociais cotidianas de discriminação supõem uma base cognitiva de crenças negativas a respeito do outro, a que ele chama de estereótipos. Em seus estudos, que pesquisam o racismo na imprensa europeia, van Dijk entende que essas crenças negativas são organizadas por ideologias racistas.

Devemos aceitar que também o conhecimento pode ser afetado pela ideologia, porque quem aceita determinadas crenças acredita que está seguindo a verdade a partir de seus próprios critérios e padrões, e assim entender essas crenças não como ideologia, mas como conhecimento. Há vários casos em que podemos apontar que o conhecimento compartilhado pelo grupo é dependente da ideologia desse grupo, e tal dependência pode ser avaliada de forma mais ou menos positiva ou negativa. O que já foi entendido por acadêmicos como conhecimento científico sobre mulheres ou negros, atualmente é visto e rejeitado como crenças tendenciosas ou estereótipos.⁶¹
(VAN DIJK, 2000, p. 19) (tradução nossa).

Pela explicação de Lakoff (2008), o conceito de estereótipo flerta com as definições de modelos mentais de van Dijk (2000), de *frames* de Lakoff (2008), e de categorização de Rosch *et al.* (1976) e Bybee (2010, 2016).

Segundo Lakoff (2008), ao imaginarmos uma categoria, temos três tipos de protótipos em mente: o caso clássico, o caso ideal e o pesadelo, que é o protótipo com características exacerbadas, aquele que deve ser evitado a todo custo ou o que melhor ilustra os perigos de uma política. Imaginemos o sistema de saúde pública no Brasil, portanto. No caso clássico, pensamos em hospitais lotados e filas de espera para atendimento. No caso ideal, imaginamos um sistema de saúde perfeito, sem falhas nem problemas. O pesadelo é o caos completo na saúde pública, que está falida, com pacientes esperando meses por um exame, amontoados em macas nos corredores de prontos-socorros.

Lakoff (2008) conta o caso da *Welfare Queen* (rainha do bem-estar social), citado pelo então candidato à presidência dos Estados Unidos, Ronald Reagan, nas eleições de 1976: uma mulher de Chicago, que desviou US\$ 150 mil do governo e dirigia um Cadillac.

Ela tem 80 nomes, 30 endereços, 12 cartões de Seguridade Social e recebe benefícios de veteranos em pensões de 4 maridos mortos não existentes. E ela

⁶¹ We shall accept that also knowledge may be affected by ideology, because those who hold such beliefs think these beliefs are true by their standards, and hence consider them to be knowledge and not ideological beliefs. There are many examples where we would say that group-knowledge is dependent on group-ideology, and such dependence may be evaluated more or less positively or negatively. What once was considered by scholars to be scientific knowledge about women or blacks, now often will be seen and rejected (also by scientists) as biased, prejudiced beliefs or stereotypes. (VAN DIJK, 2000, p. 19).

recebe Seguridade Social em seus cartões. Também tem tratamento de saúde bancado pelo Estado, recebe desconto de comidas em selos e recebe benefícios do bem-estar social sob cada um de seus nomes. (LAKOFF, 2008, p. 159). (tradução nossa)⁶².

Essa fraude ambulante descrita por Ronald Reagan resultou num estereótipo. Essa pessoa descrita pelo candidato nunca existiu – e isso não importa. Com esse estereótipo, Reagan transformou o protótipo de pesadelo de falhas nos sistemas de bem-estar social em exemplar perfeito e destacado de indivíduos assistidos pelas políticas sociais. Criou, via processos metonímicos, um *frame* de “uma mulher negra preguiçosa, arrogante, sexualmente imoral, uma trapaceira que vivia do dinheiro dos contribuintes, dirigindo um Cadillac pago por eles, e que tinha filhos apenas para poder ganhar dinheiro” (LAKOFF, 2008, p. 160) (tradução nossa)⁶³. E, com esse estereótipo, conseguiu fazer com que trabalhadores brancos do sul dos Estados Unidos, beneficiários diretos dos sistemas bem-estar social, fossem totalmente contra o estado de bem-estar social.

Transportando essa ideia para as eleições de 2014, ambos os candidatos trabalharam em seus discursos estereótipos do adversário, com efeito no / para o imaginário de seus eleitores. Se Aécio Neves chamou Dilma Rousseff de *leviana*, aludindo ao estereótipo de mulher insolente, inconfiável, Dilma também chamou Aécio de *moleque*, numa alusão ao filhinho de papai que sempre conseguiu emprego graças à influência do pai, e nunca precisou trabalhar direito na vida. O uso de estereótipos por parte dos candidatos chegou às manchetes dos jornais (*Dilma pede paz a militantes; campanha foi sórdida, diz Aécio*⁶⁴ / *Dilma ataca PSDB e condena o preconceito contra o nordeste*⁶⁵), que também retrabalharam esses estereótipos em outras manchetes (*Dilma vai melhor com mais Bolsa Família*⁶⁶ e *Aécio diz ser vítima de uma campanha de ódio*⁶⁷).

1.3.2.8 Atores e relações gramaticais

Os atores estabelecem uma série de relações gramaticais, que resultam prototipicamente no contraste entre os papéis semânticos de agente ou paciente, ou ainda de beneficiários de uma ação.

⁶² She has eighty names, thirty addresses, twelve Social Security cards and is collecting veteran's benefits on four non-existing deceased husbands. And she is collecting Social Security on her cards. She's got Medicaid, getting food stamps, and she is collecting welfare under each of her names. (LAKOFF, 2008, p. 159).

⁶³ The Welfare Queen was a lazy, uppity, sexually immoral black woman who was a cheater living off of the taxpayers, driving a Cadillac paid for by taxpayers, having children just to get money for them. (LAKOFF, 2008, p. 160).

⁶⁴ *O Globo*, 24/10/2014.

⁶⁵ *O Globo*, 9/10/2014.

⁶⁶ *Folha de S. Paulo*, 7/10/2014.

⁶⁷ *Folha de S. Paulo*, 16/10/2014.

Observar a construção do discurso ideológico a partir do / com o trabalho e manejo dessas construções gramaticais é bem proveitoso.

Os atores podem, então, aparecer em diversos disfarces, coletiva ou individualmente, como membros de grupo interno [ingroup] (Nós) ou membros de grupo externo [outgroup] (Eles), específica ou genericamente, identificados por nome, grupo, profissão ou função; em papéis pessoais ou impessoais, e assim por diante. [...]

Em vez de serem mencionados individualmente ou especificamente, todos os Outros são homogeneizados, por exemplo em expressões genéricas ou generalizadas (os turcos, o turco). Em outras palavras, as descrições do ator ideologicamente motivadas refletem semanticamente a distância social imposta pelas ideologias racistas.

(VAN DIJK, 2000, p. 51) (tradução nossa)⁶⁸.

Em nosso *corpus*, chamou-nos a atenção o uso do verbo *atacar* e do substantivo *ataque*, que se repetiram com alguma frequência. Em nenhum dos 15 casos em que o verbo ou substantivo apareceram, foram acionados pelo sujeito Aécio – que só figurava no papel de paciente/vítima do ataque. Também com o uso do verbo *derrotar* / substantivo *derrota*, chamou-nos a atenção do uso do sintagma *derrota de Dilma*, numa eleição vencida pela petista nos dois turnos.

Essas duas ocorrências serão justificadas no capítulo metodológico e discutidas no capítulo de análise de dados.

Com esse tripé teórico dos manuais de redação dos jornais, mais as categorias de análise da LCU e dos ECD, vamos proceder com a análise das manchetes do segundo turno das eleições presidenciais, para demonstrar cabalmente que e como a manipulação dos fatos se deu, a ponto de alterar a percepção de mundo dos leitores, como nos aponta Van Dijk (2012b, p. 251):

Observamos como a dimensão cognitiva da manipulação envolve processos estratégicos de compreensão que afetam o processamento na memória de curto prazo, a formação de modelos mentais preferenciais na memória episódica e, mais fundamentalmente, a formação ou mudança de representações sociais, tais como conhecimento, atitudes, ideologias, normas e valores. Depois que grupos de pessoas adotam, dessa forma, as representações sociais preferidas pelos grupos ou instituições dominantes, não será necessário manipulá-los de novo: eles tenderão a acreditar e agir de acordo com essas – manipuladas – crenças sociais porque já as aceitaram como suas.

⁶⁸ Actors may thus appear in many guises, collectively or individually, as ingroup ('we') or outgroup members ('they'), specifically or generally, identified by their name, group, profession or function; in personal or impersonal roles, and so on. [...]

Instead of talking individually and specifically, all Others are being homogenized, for instance in terms of generalized or generic expressions ('the Turks', 'the Turk'). In other words, actor descriptions that are ideologically based are semantically reflecting the social distance implied by racist ideologies. (VAN DIJK, 2000, p. 51).

Podemos teorizar, portanto, que o processo de manipulação da notícia (e aqui analisamos este processo no momento da produção da notícia) conclui-se no leitor, muitas vezes, de forma despercebida, como nos mostrou o estudo de Kosminsky (1977). As causações prototípicas acionadas em raciocínios lineares, por exemplo, como nos explicam Lakoff e Johnson (cf. 1.2.1.1., categorizações e protótipos) corroboram a visão de Kosminsky. Finalmente, os modelos mentais de van Dijk (2000) também nos indicam qual o perfil ideológico de leitor estaria mais propenso a se deixar seduzir pelo discurso ideológico da manchete. Não afirmamos, porém, que o leitor foi manipulado, pois isso demandaria uma pesquisa diretamente com os leitores, o que não é o foco desta pesquisa.

1.4 RESUMO DO CAPÍTULO

Este capítulo apresentou o referencial teórico da dissertação. Na primeira parte, discutimos a manchete como gênero textual, com características e funções pessoais e intransferíveis. A seguir, falamos de seus aspectos cognitivos e como as redações de jornais lidam com a produção desse texto específico.

Na segunda parte, discorremos sobre os fundamentos teóricos fornecidos pela Linguística Centrada no Uso (LCU) e os mecanismos linguísticos que foram empregados no capítulo de análise dos dados.

A parte final do capítulo mencionou os Estudos Críticos do Discurso de Van Dijk (1988, 2000, 2012a, 2012b) e as categorias que também nos forneceram conteúdo teórico para a análise dos dados.

No próximo capítulo, explicaremos a metodologia de análise de dados e traçaremos o contexto das eleições presidenciais de 2014 à luz das teorias das comunicações.

2 METODOLOGIA

2.0 INTRODUÇÃO

A primeira parte deste capítulo apresenta o perfil do *corpus* de análise (seção 2.1) e as metodologias de composição do *corpus* (seção 2.2) e do protocolo de análise de dados (seção 2.3). A seção 2.4 abordará o contexto das eleições presidenciais de 2014 à luz de algumas das teorias da comunicação.

2.1 PERFIL DO CORPUS

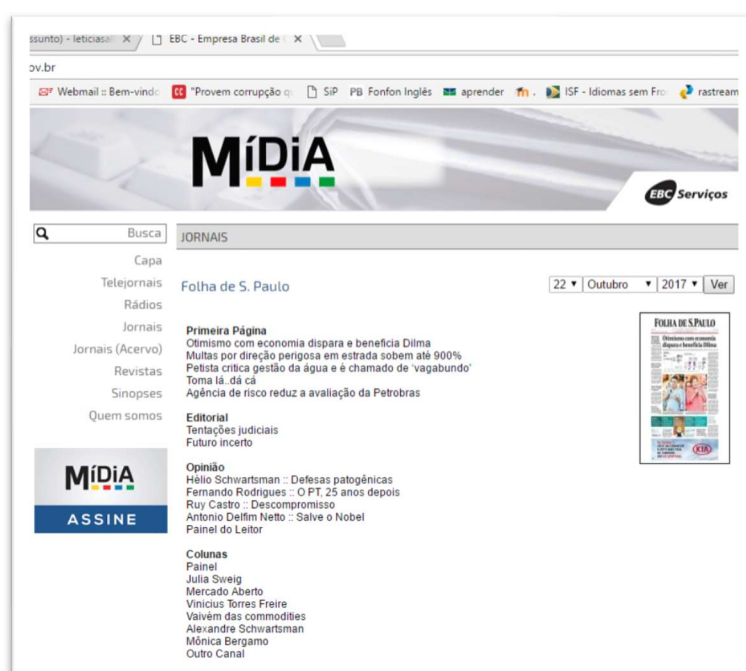
Temos um amplo espectro de análise pela frente. Uma mesma manchete pode nos render observações sobre diversos fenômenos linguísticos citados no capítulo teórico. Devemos, portanto, estabelecer critérios e metodologia qualitativos para nossa análise, e até quantitativos em certa medida. Segundo Flick (2004), a relevância do método qualitativo para a pesquisa diz respeito à pluralização das esferas de vida, que exige uma nova sensibilidade para o estudo empírico das questões. Os métodos qualitativos “encontram-se especificamente incorporados ao processo de pesquisa, sendo melhor compreendidos e descritos através de uma perspectiva do processo” (FLICK, 2004, p. 17).

Flick (2004, p. 273) explica que um estudo pode incluir abordagens qualitativas e quantitativas em momentos diferentes do processo de pesquisa, basta situar cada método em diferentes fases do processo da pesquisa. Nossa pesquisa enquadra-se nesse critério, uma vez que contamos com um *corpus* numeroso, que demanda uma análise não apenas por amostragem, mas pontual e específica, identificada qualitativamente.

Esta dissertação teve como centro de estudos um evento de extrema relevância social, política e histórica: o segundo turno das eleições presidenciais de 2014. Para nossa análise, precisávamos reunir um *corpus* de manchetes restrito, porém consistente, capaz de delinear uma história com princípio, meio e fim e, ao mesmo tempo, mostrar como essa história foi apresentada aos *ouvintes / leitores / interlocutores*. Com isso, conseguimos observar mais atentamente a narrativa montada pela imprensa, com heróis e vilões, tal qual Lakoff descreve em *The Political Mind* (2008), e acompanhar a evolução dessa história, ainda que num breve recorte. Com esse escopo em mente, o objetivo foi buscar todas as categorizações, metáforas e metonímias trabalhadas nas/pelas manchetes durante breves quatro semanas, além de aplicar os demais construtos teóricos anteriormente citados.

Optamos por utilizar, para a coleta das manchetes, o Banco de Dados do Clipping da EBC (Empresa Brasileira de Comunicação)⁶⁹. O material, disponível *online* (figura 3), provê a seus assinantes um conteúdo de acesso rápido, com uma disposição de notícias que lista, em uma página *web*, a imagem reduzida da capa da edição selecionada, com as manchetes mais *relevantes*⁷⁰ para o público-alvo desse serviço. Por esse critério, as notícias das editorias sobre política (nacional) e economia têm presença obrigatória no *clipping*. Cada manchete é um *link* que remete ao texto da notícia. Sabíamos, portanto, que todas as notícias sobre eleições estariam, invariavelmente, nesse *site*.

Figura 3 – Site do Clipping EBC com as notícias da *Folha de S. Paulo*



Fonte: <<http://clipping.radiobras.gov.br/>>. Acesso em 22 mar 2017.

Tal formato foi ideal para nossa pesquisa, pois pretendíamos usar apenas a manchete. Recorremos à leitura do texto em alguns casos, que serão mencionados nos momentos oportunos. Buscamos com isso dois objetivos: i) não sermos influenciados pelo conteúdo da reportagem, que

⁶⁹ Trata-se de um banco de dados mantido pela Empresa Brasileira de Comunicações. O *Clipping* da EBC já reuniu os jornais brasileiros de maior repercussão nacional e regional. Várias empresas jornalísticas processaram a EBC por “violação de direitos autorais por parte da agravada [EBC], além de concorrência desleal, pois a empresa pública recorrida não somente disponibiliza o seu conteúdo sem qualquer autorização, como também o comercializa para os seus assinantes” (<<http://jornalggn.com.br/blog/luisnassif/folha-processa-ebc-por-reproducao-de-suas-materias>>, acessado em 26 mar. 2016). Atualmente (out. 2017), o clipping da EBC conta com *O Globo* e *O Estado de S. Paulo*.

⁷⁰ Os assinantes do serviço de *clipping* da EBC são funcionários dos poderes Executivo, Legislativo ou Judiciário, que necessitam da leitura de jornais para tomar decisões cotidianas de trabalho. Sob esta ótica, a esse público-alvo interessa toda e qualquer publicação não-publicitária relacionada a alguma esfera governamental, e é com este critério que as notícias dispostas no *clipping* são diariamente selecionadas.

muitas vezes pode não ser coerente com o enunciado da manchete, e ii) sofrer o impacto apenas do enunciado da manchete.

Convém lembrar que Develotte e Rechniewski (2000), bem como a própria *Folha de S. Paulo* (2006), destacam que as manchetes alcançam um público consideravelmente maior do que o público que efetivamente lê, de forma criteriosa e consistente, as notícias – até porque esse público *consumidor* de manchetes não é necessariamente comprador ou leitor de jornais.

Considerando que a grande maioria das manchetes de nosso *corpus* figurou nas *homepages* dos principais portais brasileiros no dia anterior a sua impressão nos jornais e ainda foram compartilhadas incontáveis vezes nas redes sociais, o número de leitores aumenta exponencialmente e foge a nosso controle (dentre outros motivos, porque o Facebook não permite um *tracking* fidedigno de seu conteúdo). Por conta disso, uma análise que considerasse o potencial número de leitores em função da posição ocupada pela manchete na diagramação da página do jornal também se mostra imprecisa, uma vez que, no momento da diagramação, aquela manchete já havia sido consumida horas antes por uma quantidade incalculável de leitores.

Os próprios *sites* de jornais nos fornecem uma ideia do tamanho e do potencial de leitores de determinada notícia. Na figura 4, o destaque em vermelho mostra uma espécie de medidor de audiência do *link* específico de uma notícia nas redes sociais. A notícia que ilustra a figura foi compartilhada por Twitter, Facebook, Google+ e por *e-mail* num total aproximado de 36 mil vezes. Esse é o parâmetro da quantidade de vezes que tal texto foi propagado por meios eletrônicos – o que significa que essa manchete foi lida mais de 36 mil vezes, se considerarmos que várias pessoas podem ter mostrado o texto para outras pessoas, ou encaminhado o *e-mail* / compartilhado o *post* nas redes sociais.

Some-se a esse número a quantidade de leitores tradicionais das manchetes dos jornais impressos, seja passando por uma banca de jornal, seja folheando (ou lendo criteriosamente) as páginas de uma edição. Esse número é um mistério e, se as diretorias de redação dos grandes jornais brasileiros o conhecem, o mantêm em segredo.

Esses parâmetros não significam, nem de longe, a quantidade exata de pessoas impactadas pela manchete. Mas dão uma boa ideia de grandeza do alcance da manchete.

Figura 4 – Notícia da *Folha de S. Paulo* de 27 de outubro de 2014. No destaque em vermelho, os compartilhamentos da notícia nas redes sociais atestam sua audiência no ambiente *online*



Fonte: <http://www1.folha.uol.com.br/poder/2014/10/1539029-minas-falhou-com-aecio-avaliam-tucanos-mineiros.shtml>. Acesso em 22 mar. 2017.

2.2 CRITÉRIOS PARA COMPOSIÇÃO DO *CORPUS*

Os jornais *O Globo* e *Folha de S. Paulo* foram escolhidos por serem, à época da elaboração de nosso *corpus*, os únicos *quality papers* a terem seus conteúdos disponíveis no *site* da EBC. Fontenele e Guazina definem *quality papers* como

meios de comunicação ‘de prestígio’ em seus respectivos países, ou seja: tradicionais, de grande circulação e reconhecida influência (*quality papers*). O conceito de prestígio é forçosamente subjetivo, mas no Brasil são três os jornais que atendem a esses critérios: a *Folha de S. Paulo*, *O Globo* e *O Estado de S. Paulo*. (FONTENELE e GUAZINA, 2016, p. 72).

Fechamos para nossa análise o intervalo entre os dias 6 e 31 de outubro de 2014 (Apêndice A), período que começa na segunda-feira após o pleito do primeiro turno, chega a seu ponto alto com a votação do segundo turno (no dia 26) e termina com as primeiras repercussões e consequências do resultado do segundo turno, no dia 31. Foram selecionadas as manchetes que contivessem as palavras *Aécio* e *Dilma*. Isso nos forneceu um *corpus* de 340 manchetes (Apêndice B).

Selecionamos três categorias de manchetes para nossa análise:

1. Manchetes que contivessem o verbo *atacar* ou o substantivo *ataque* – separamos 15 manchetes com as palavras, e desse total oito foram selecionadas para análise.
2. Manchetes que contivessem o verbo *derrotar* ou o substantivo *derrota* – separamos 13 manchetes com essas palavras. Desse total, oito foram selecionadas para análise específica, com critérios que serão esclarecidos no capítulo de análise.
3. Manchetes topicalizadas – separamos 30 manchetes com topicalizações, as quais foram subdivididas em dois subgrupos, um com 24 notícias, outro com 6, que apresentavam comportamento linguístico diferente. Analisamos o grupo com seis manchetes, a partir de suas semelhanças.

Tal seleção fecha nosso escopo de análise com 22 manchetes.

2.3 O PROTOCOLO DE ANÁLISE

Uma vez selecionadas as manchetes de nosso *corpus*, estabelecemos um protocolo (Apêndice C), com base nas três áreas do conhecimento humano consideradas no processo de análise e já apresentadas no capítulo teórico. São elas:

- 1- **Os princípios analíticos da Linguística Centrada no Uso (LCU).** Foram os balizadores para evidenciar, cientificamente, dados como categorização e relações prototípicas, estratégias de voz e valência verbal, tópico e foco; iconicidade diagramática, metáforas e metonímias, *frames*, inferências sugeridas e seus efeitos.
- 2- **Os Estudos Críticos do Discurso (ECD).** A identificação, nas manchetes selecionadas, das estratégias sintáticas e semânticas de manipulação de textos listadas por van Dijk (2000) para demonstrar, também cientificamente, a manipulação ideológica executada pela mídia. Foram analisadas as escolhas lexicais / sinônimos, modo / tempo / aspecto / modalização; tópico, vagueza, implicaturas e pressuposições e estereótipos – este último item, definido por Lakoff (2008).
- 3- **Os critérios dos manuais de redação dos jornais para redação de um título.** Analisamos a redação dos títulos, a partir das prescrições dos manuais de *O Globo* (GARCIA, 2005) e *Folha de S. Paulo* (FOLHA DE S. PAULO, 2006), e a partir dos critérios jornalísticos de confecção de manchetes.

Cada manchete selecionada foi analisada e comentada a partir de cada um dos itens constantes na tabela-base, a começar por uma classificação sintática, semântica e pragmática das

orações que a compunham. Achamos interessante também observar a nuvem de palavras geradas computacionalmente.

Salvo raríssimas exceções linguisticamente motivadas e devidamente identificadas no capítulo de análise, não consideramos critérios semiológicos de análise de manchetes, tais como posição ou tamanho da manchete na página diagramada, por alguns motivos: i) o escopo deste trabalho é a análise linguística; ii) os critérios semiológicos de análise surgiram num contexto tecnológico em que não havia *internet*, e no qual a única forma de se apreender o conteúdo de uma manchete de jornal era a leitura na página diagramada, ainda que esta estivesse em exposição numa banca de jornal. Na realidade tecnológica desta segunda década do século XXI, as possibilidades de apreensão cognitiva de uma manchete extrapolam as páginas diagramadas de jornais e *sites*, e chegam à diagramação monótona das redes sociais. Cada uma das manchetes de nosso *corpus* foi compartilhada centenas ou milhares de vezes pelas redes sociais antes de serem diagramadas em papel, como já explicamos ao tentarmos quantificar a audiência das manchetes em ambientes online.

2.4 CONTEXTO

Neste momento, convém levar em consideração algumas questões da teoria do jornalismo, que nos ajudarão a entender parte do processo da cobertura de um grande e importante evento jornalístico, como é uma eleição presidencial.

Também faremos um breve panorama do contexto e do desenrolar do final do primeiro turno das eleições presidenciais de 2014 e suas consequências para o desenrolar do segundo turno desse pleito.

2.4.1 *Newsmaking*

Uma das teorias jornalísticas que nos ajudarão a entender nosso *corpus* é o *newsmaking*, ou o processo diário de produção de uma edição de jornal (não importa em que meio), que passa pelas etapas de seleção (a escolha dos fatos que deverão ser apurados), apuração (o levantamento completo dos dados de um acontecimento), redação (escrita da notícia), edição (os processos de alteração / redução / aumento de texto para que ele se encaixe no local a ele destinado na diagramação ou, no telejornalismo, a organização sequencial das imagens de uma reportagem) e revisão de uma notícia. A partir do *newsmaking*, a produção de uma edição de jornal equipara-se,

metodologicamente, ao processo de linha de produção de uma unidade fabril. Em ambos os casos, o produto final deve ser comercializável, palatável e agradável ao público consumidor.

Cada etapa do processo de *newsmaking* é gerida por uma série de critérios que sistematizam a produção da notícia. Tuchman (1977) afirma que, sob esse critério, as empresas de comunicação devem cumprir três obrigações:

1. tornar possível o reconhecimento de um fato desconhecido (inclusive os que são excepcionais) como acontecimento notável;
2. elaborar formas de relatar os acontecimentos;
3. organizar, temporal e espacialmente, o trabalho de modo que os acontecimentos noticiáveis possam afluir e ser trabalhados de uma forma planejada. Estas obrigações estão relacionadas entre si (TUCHMAN, 1977, p. 45).

2.4.1.1 *Crítérios de noticiabilidade e valores/notícia*

Outra teoria que nos auxilia bastante na compreensão da cobertura jornalística são os critérios de noticiabilidade (*newsworthiness*), que visam a conferir alguma objetividade ao processo de seleção de notícias. Trata-se do “conjunto de critérios, operações e instrumentos com os quais os aparatos de informação enfrentam a tarefa de escolher, cotidianamente, de um número imprevisível e indefinido de acontecimentos, uma quantidade finita e tendencialmente estável de notícias” (WOLF, 2008, p. 196). Para ajudar nessa seleção, estabeleceu-se outro critério de objetividade, o de valores/notícia (*news values*). Eles “constituem a resposta à pergunta: *quais os acontecimentos que são considerados suficientemente interessantes, significativos e relevantes para serem transformados em notícias?*” (WOLF, 2008, p. 202).

O rigor dos valores/notícia não é, portanto, o de uma classificação abstrata, teoricamente coerente e organizada; trata-se, preferencialmente, da lógica de uma tipificação destinada à realização programada de objetivos práticos e, em primeiro lugar, a tornar possível a repetitividade de certos procedimentos. Sendo assim, os valores-notícia devem permitir uma seleção do material feita apressadamente, de modo quase “automático”, caracterizada por um certo grau de flexibilidade e de comparação, que seja defensável *postmortem* e, sobretudo, que não seja suscetível de muitos obstáculos. (WOLF, 2008, p. 204-205).

Os valores/notícia listados por Wolf (2008) estabelecem uma série de critérios para se decidir se um fato é ou não notícia – com vistas, sempre, a tornar o produto final irresistível e atraente ao consumidor. Destacamos aqui alguns critérios:

- Quão famosos, influentes ou poderosos são os indivíduos envolvidos no acontecimento (quanto mais famosos, influentes ou poderosos, mais chances de virarem notícia)?
- O impacto sobre a nação ou sobre o interesse nacional será grande? (associado ao fator proximidade, ou seja, se aconteceu com o vizinho ou com um país com quem temos afinidades culturais também é notícia).
- Quantidade de pessoas envolvidas no acontecimento (exemplo: cerimônia de entrega do Oscar)?
- Qual a relevância do acontecimento quanto à evolução de uma determinada situação (quanto tempo a história vai ser notícia nos jornais)?

Ao aplicarmos as teorias do *newsmaking* e dos critérios de noticiabilidade sobre o evento Eleições 2014, temos um acontecimento com altos valores/notícia. Trata-se do evento político mais importante que acontecia no país em outubro de 2014. Pelos critérios de Wolf (2008), é um acontecimento envolvendo indivíduos politicamente poderosos, cujo impacto sobre a nação foi muito grande, com uma evolução de fatos que durou praticamente o ano inteiro – ainda que o foco de nossa investigação seja apenas o mês de outubro de 2014.

Pelos critérios de noticiabilidade, as reportagens anunciadas pelas manchetes de nosso *corpus* não seriam, por exemplo, preteridas em função de um acontecimento de última hora. A publicação dessas notícias é tão imprescindível na confecção das edições dos jornais que a *Folha de S. Paulo* chegou a criar um caderno especial apenas com notícias sobre as eleições 2014.

Entendemos o jornalismo como instituição, bem como o fato de os leitores dos veículos jornalísticos também formarem um grupo específico, cada qual com seu papel social definido (fenômeno social igualmente reconhecido por van Dijk (1988)). Também entendemos que tal fenômeno social é relevante para pesquisas que estudem ou analisem o *quem, quando e por que* tais atores sociais se manifestam.

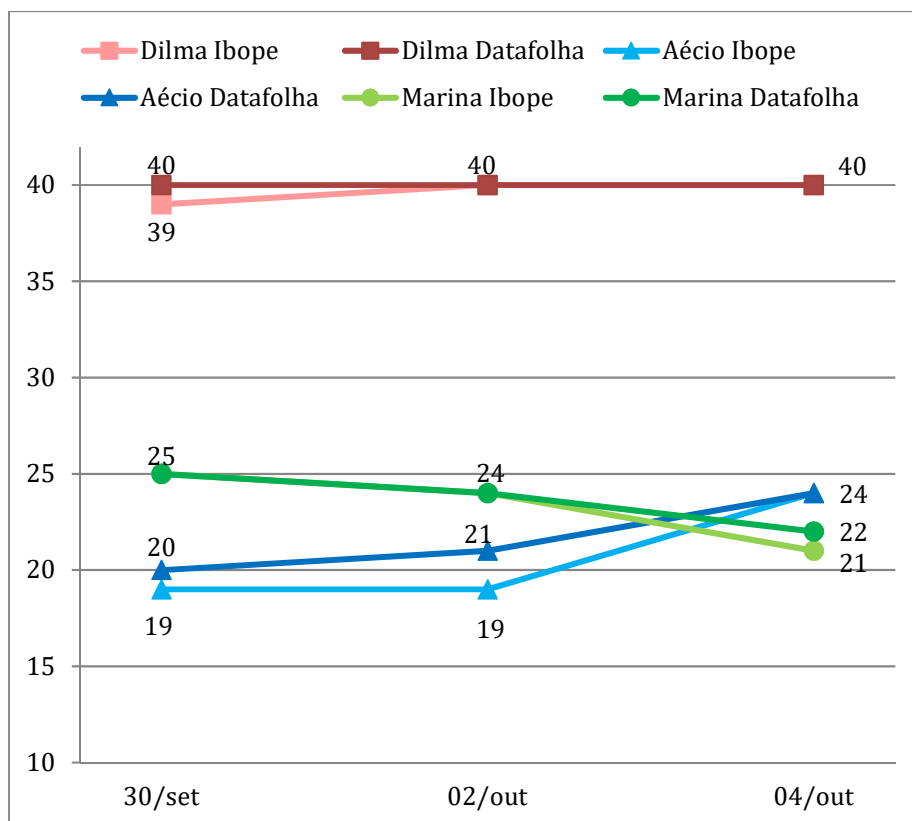
Uma vez que os objetivos desta pesquisa se atêm ao *como* esses atores sociais se manifestam, não analisamos aqui a lógica midiática. A meta desta dissertação já parte do princípio de que tal lógica midiática existe e é intrínseca às rotinas de produção

2.4.2 O segundo turno de 2014

É importante neste momento destacar as particularidades das eleições presidenciais de 2014. O primeiro turno foi marcado pela morte do candidato Eduardo Campos (PSB), governador

de Pernambuco, num acidente de avião em 13 de agosto. A tragédia trouxe uma nova configuração política para o pleito presidencial. No lugar do ex-governador de Pernambuco, o PSB apresentou como candidata a colega de chapa de Campos, Marina Silva, ex-ministra do Meio Ambiente no governo Lula (comandou a pasta entre 2003 e 2008). Marina disputou a segunda vaga do segundo turno com o senador por Minas Gerais, Aécio Neves, do PSDB, até os últimos dias. Ela chegou em terceiro lugar no pleito, com 22.176.619 votos. A primeira colocada do primeiro turno foi a presidente Dilma Rousseff, do PT, que tentava a reeleição, e obteve 43.267.668 votos. Em segundo, Aécio, com 34.897.211 votos (TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL, 2014). Pela legislação eleitoral brasileira, como nenhum dos candidatos obteve mais de 50% dos votos válidos, a eleição foi para o segundo turno.

Figura 5 – Pesquisas eleitorais do final do primeiro turno. Números em percentual de votos válidos.



Fonte: Elaborado pela autora a partir de dados disponíveis em: <http://eleicoes.uol.com.br/2014/pesquisas-eleitorais/brasil/2-turno/>. Acesso em 15 jan 2017.

2.4.2.1 A corrida presidencial de cavalos

Os termos e expressões empregados neste tópico trazem forçadamente a metáfora da corrida de cavalos tão criticada por Broh (1980) para mostrar que o processo eleitoral no Brasil, ao menos em 2014, foi trabalhado e pensado nestes termos tanto pela imprensa quanto pelos próprios

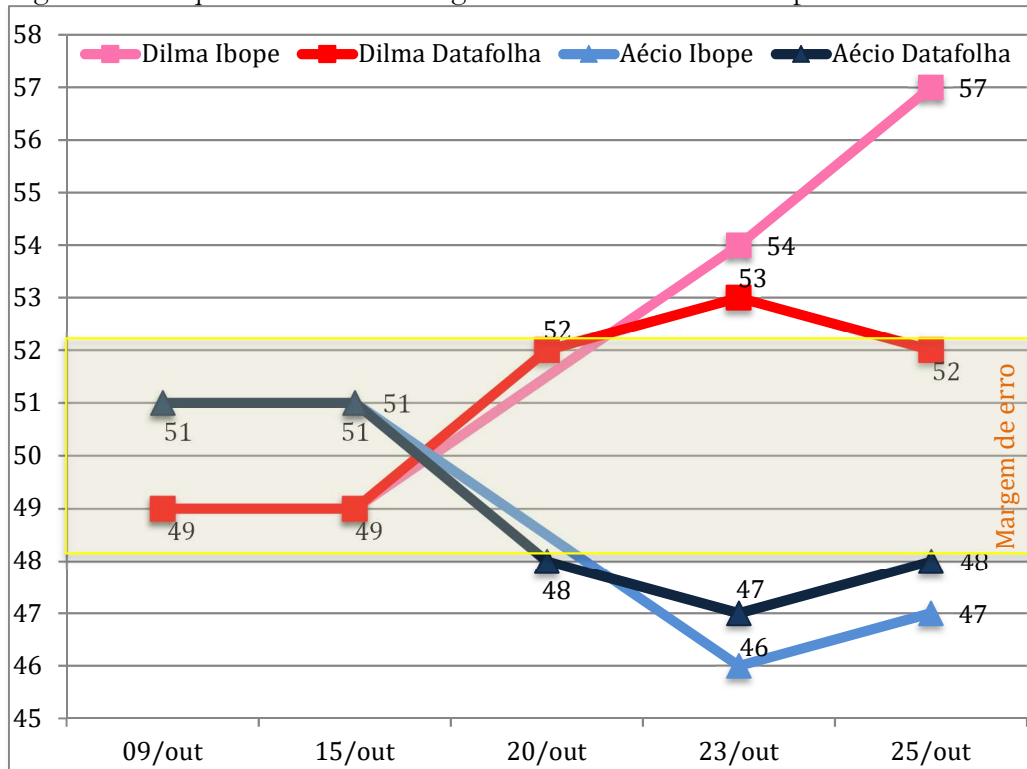
comitês eleitorais, como se fosse uma *maldição de Lakoff e Johnson*, (“nós não só nos referimos às coisas como metáforas, como vivemos intensamente essa metáfora” (LAKOFF e JOHNSON, 1980, p. 4)). Todas as decisões, fossem elas políticas dos comitês eleitorais, fossem elas editoriais da imprensa brasileira, eram visivelmente balizadas pelos resultados das sondagens eleitorais.

No momento em que Marina Silva entrou na disputa, o fator pesquisas eleitorais passou a influenciar ainda mais severamente na disputa eleitoral. O segundo lugar do primeiro turno foi intensamente disputado entre Marina e Aécio, que na última pesquisa *ultrapassou*, ainda que dentro da margem de erro, a candidata do PSB, numa rápida ascensão na última semana do primeiro turno (figura 5).

O *sprint* de Aécio nos últimos dias do primeiro turno trouxe apreensão para os comitês de campanha tanto do PT quanto do PSDB, que aguardavam ansiosamente pela primeira pesquisa de intenção de voto do segundo turno. Esta chegou no dia 9 (Apêndice A) e mostrou um empate técnico entre os dois candidatos, que assim se mantiveram nas duas primeiras semanas de uma *corrida* que se concluiria ao final da terceira semana de outubro.

Apenas no início da terceira semana, a seis dias da votação, a pesquisa de 20 de outubro do Instituto Datafolha mostrou uma alteração significativa nos números das intenções de voto: os candidatos não estavam mais dentro da margem de erro, mas no limite dela; Dilma estava em trajetória ascendente, e Aécio, em trajetória descendente (figura 6).

Figura 6 – Pesquisas eleitorais do segundo turno. Números em percentual de votos válidos



Fonte: Elaborado pela autora a partir de dados disponíveis em:

<http://eleicoes.uol.com.br/2014/pesquisas-eleitorais/brasil/2-turno/>. Acesso em 15 jan 2017.

Essa alteração nos números trouxe uma série de mudanças de comportamento de todos os atores políticos envolvidos nas eleições – imprensa inclusive. A revista *Veja*, por exemplo, antecipou sua edição em 72 horas, numa movimentação já aguardada, com uma capa bombástica e sensacionalista, que foi impressa e distribuída no dia da eleição em atos de boca-de-urna, num claro movimento para evitar/estancar a ascensão de Dilma Rousseff (Figura 7).

Figura 7 – Capa antecipada da edição 2397 da revista Veja



Fonte: <<https://abrilveja.files.wordpress.com/2016/06/capa-2397-original2.jpeg?quality=70&strip=info&w=590>>. Acesso em 9 dez. 2017.

As mudanças de comportamento político também se refletiram no que vamos chamar aqui de *comportamento linguístico* das manchetes.

Percebemos que, após o dia 20, os jornais traziam títulos mais torpemente manipulados. Sintagmas incompletos (*Aécio se diz alvo de ‘atentados’* em chamada de capa e *Aécio diz que é vítima de ‘atentados’ à sua honra* no título interno⁷¹, ou *Dilma cresceu entre mulheres após ataques*⁷² – e a manchete na versão impressa não explica que os ataques vieram de Aécio), metáforas de guerra e paz acionadas (*Dilma pede paz a militantes; campanha foi sórdida, diz Aécio*⁷³ - grifos nossos) ou mesmo *frames* e inferências sugeridas que dão a entender que o PT é um partido mafioso (*Dilma ‘premiou’ tesoureiro do PT com Itaípu*⁷⁴), ameaça velada de instabilidade econômica (*Bolsa cai com Dilma à frente em pesquisa*⁷⁵) na capa do caderno de economia em contradição com a principal chamada de capa daquela edição

⁷¹ *Folha de S. Paulo*, 23/10/2014. Manchetes completas: Aécio se diz alvo de ‘atentados’; Dilma prioriza jovem e mulher (capa) e Na TV, Aécio diz que é vítima de ‘atentados’ à sua honra (interna).

⁷² *Folha de S. Paulo*, 23/10/2014.

⁷³ *O Globo*, 24/10/2014.

⁷⁴ *O Globo*, 21/10/2014, manchete de capa.

⁷⁵ *Folha de S. Paulo*, 22/10/2014.

(*Otimismo com economia dispar e beneficia Dilma*⁷⁶) são alguns exemplos dessa mudança de comportamento linguístico.

A apuração dos votos do segundo turno foi acompanhada naquele mesmo domingo 26 de outubro por 30 pessoas que ficaram numa sala fechada e isolada do resto do país, por causa do fuso horário do Acre. Elas testemunharam Aécio Neves liderando a apuração das 17h até 19h32min, horário de Brasília, quando Dilma passou à frente do adversário, depois de apurados 90% dos votos⁷⁷. Dada a margem mínima de diferença entre os dois, a metáfora aqui é perfeita: Dilma venceu *no fotochart*.

A contrariedade da imprensa brasileira com a reeleição de Dilma também fez-se evidente nas manchetes de jornais, como comprovaremos no próximo capítulo com os empregos do verbo *derrotar* e do substantivo *derrota*, que serão analisados junto com os usos do verbo *atacar* e do substantivo *ataque*, bem como as manchetes topicalizadas.

2.5 RESUMO DO CAPÍTULO

Este capítulo trouxe as explicações sobre o perfil do *corpus* de análise, os critérios metodológicos adotados para a análise dos dados e as contribuições da teoria da Comunicação para nossa dissertação. Concluimos o presente capítulo com nossas observações sobre o contexto das eleições presidenciais de 2014.

⁷⁶ *Folha de S. Paulo*, 22/10/2014, chamada principal de capa.

⁷⁷ Fonte: <http://oglobo.globo.com/brasil/dilma-virou-jogo-com-quase-90-dos-votos-apurados-14376946>. Acesso em 30 ago. 2017.

3 ANÁLISE DE DADOS

3.0 INTRODUÇÃO

Neste capítulo, iremos fazer a análise linguística, discursiva e jornalística de todas as 22 manchetes selecionadas de nosso *corpus*. A leitura das 340 manchetes suscitou uma série de possibilidades de análise. Na abertura do capítulo, as *wordclouds* trazem um perfil do *corpus*; no tópico seguinte, a análise das manchetes com o verbo *atacar* e o substantivo *ataque* (seção 3.1), e a seguir a análise das manchetes com o verbo *derrotar* e o substantivo *derrota*, à qual chamamos *Derrota Collection Week*. (seção 3.2). A última parte do capítulo traz a análise das manchetes com construções participiais topicalizadas (seção 3.3). Decidimos começar por inserir o conteúdo das 340 manchetes do *corpus* num gerador de *wordclouds*⁷⁸, ou nuvem de palavras. As *wordclouds* são geradas computacionalmente e organizam graficamente a ocorrência de palavras. Quanto maior seu tamanho e mais central sua localização na nuvem, maior sua ocorrência. É uma organização aparentemente caótica, mas que nos informa, iconicamente, que tanto Dilma e Aécio quanto o ex-presidente Lula e a terceira colocada do primeiro turno, Marina Silva, foram personagens importantes no segundo turno. Estados como Minas Gerais e São Paulo, e toda a região Nordeste, também tiveram importância nas manchetes de nosso *corpus*. É o que nos mostra a figura 8.

Figura 8 – *Wordcloud* do *corpus* completo



Fonte: www.jasondavies.com/wordcloud. Acesso em 19 out 2017.

⁷⁸ www.jasondavies.com/tagcloud. Acesso em 19 out 2017.

Figura 10 – Nuvem de palavras gerada a partir das manchetes com Aécio sujeito



Fonte: www.jasondavies.com/wordcloud. Acesso em 19 out. 2017.

Achamos interessante a diferença de destaque que os verbos tiveram nas nuvens Dilma sujeito e Aécio sujeito, e fizemos outros testes. A partir das manchetes em que Dilma era sujeito, fizemos uma lista apenas com os verbos; repetimos o procedimento com as manchetes em que Aécio era sujeito.

Os verbos acionados pelo sujeito Dilma (figura 11) formam uma nuvem menos densa do que as nuvens anteriores – o que era de se esperar, já que o material inserido era apenas uma lista de verbos. Ainda assim, percebemos verbos que acionam *frames* de conflito, de guerra: ataca, acusa, admite; um verbo modalizador / que suscita dúvidas (parece) e a expressão *passa mal*, que se refere ao momento pós-debate do SBT, em que a candidata do PT teve uma queda de pressão. Os verbos na 3ª pessoa do plural indicam que Dilma fazia parte do sujeito composto que os acionou.

Figura 11 – Verbos acionados pelo sujeito Dilma



Fonte: www.jasondavies.com/wordcloud. Acesso em 19 out. 2017.

3.1 ATAQUES

O verbo *atacar* e o substantivo *ataque* nos chamaram atenção por sua frequência e pelas relações que impuseram entre atores gramaticais/políticos. Juntos, verbo e substantivo compuseram um total de 15 manchetes (6 manchetes como *atacar*; 8 manchetes como *ataque*). Isso equivale a 4,5% do total de manchetes. Quanto à disposição cronológica, os títulos que usaram essas palavras ocorreram uniformemente ao longo das quatro semanas do segundo turno. O perfil semântico dessas manchetes é muito similar, a se tomar por referência as relações entre atores gramaticais (e políticos), motivo pelo qual optamos por efetuar análise mais detalhada do comportamento linguístico desse material.

Conforme já informado, temos um total de 15 manchetes com o verbo *atacar* ou o substantivo *ataque*. Desse total, separamos oito para análise, assim como nas manchetes com o verbo *derrotar* / substantivo *derrota*, que também renderam oito exemplares para análise.

O Quadro 2 lista todas as ocorrências de manchetes com o verbo *atacar* ou substantivo *ataque*. Nas linhas em destaque, as manchetes selecionadas para análise. Em negrito, estão marcadas as manchetes de capa.

Quadro 2 – Manchetes com o verbo *atacar* / substantivo *ataque*.

Numeração no corpus	Data	Jornal	Título
24	07/out	Folha	Dilma intensifica ataques a tucano
65	09/out	Folha	No PI, Dilma usa Bolsa Família para atacar rival
67	09/out	O Globo	Dilma ataca PSDB e condena o preconceito contra o Nordeste
86	10/out	O Globo	Na Bahia, Dilma diz ser "pardinha" e ataca FH
103	12/out	O Globo	Dilma parte para ataque pessoal e acusa Aécio de uso da máquina
138	15/out	O Globo	Marina diz que ataques por apoio a Aécio vêm da 'política atrasada'
146	16/out	Folha	Lula cita caso do bafômetro para atacar Aécio
150	16/out	O Globo	Aécio se blinda contra ataque petista em MG
153	17/out	Folha	Debate acalorado tem ataques pessoais; no fim, Dilma passa mal
161	17/out	O Globo	Aécio reage a ataques e Dilma passa mal no fim
167	18/out	Folha	Dos 22 anúncios de Dilma na TV, 19 atacam Aécio
183	19/out	O Globo	TSE tira do ar propaganda de Dilma com ataques a Aécio
184	20/out	Folha	Em debate, Aécio e Dilma desistem de ataques pessoais
226	23/out	Folha	Dilma cresceu entre mulheres após ataques
312	29/out	Folha	Vice de Aécio nega diálogo e ataca PT por campanha

Fonte: Elaborado pela autora.

3.1.1 Análise das manchetes do verbo atacar / substantivo ataque

24) 7/out Folha Dilma intensifica ataques a tucano

Eixo1: LCU

Manchete	Dilma intensifica ataques a tucano	Análise
Sintaxe	Sujeito Verbo transitivo direto	Objeto Direto Complemento Nominal do Objeto Direto Oração em ordem direta (SVO) e na voz ativa. OD pede CN.
Semântica	Agente	Tema Paciente
Pragmática	Tópico	Foco A estruturação pragmática reforça o contraste petistas x tucanos
Categorização/relações prototípicas	Alinhamento prototípico entre sujeito, agente e tópico em uma oração transitiva típica.	
Estratégias de voz e valência verbal	Oração simples, com verbo transitivo direto. Não há aparentemente nenhuma estratégia de voz / valência.	
Iconicidade diagramática	O uso do verbo <i>intensificar</i> amplia a quantidade de dados linguísticos em contraste com a oração “Dilma ataca tucano”. Esse maior quantidade de argumentos é iconicidade de quantidade (GIVÓN, 1991), que demandam maior atenção e esforço mental do leitor para a apreensão da mensagem.	
Metáforas/metonímias	Metáfora de guerra; metonímia em tucano.	
Frames	Dilma = vilã irracional e irascível que ataca; tucano = mocinho que sofre (com) os ataques.	
Inferências sugeridas e seus efeitos	O verbo <i>intensificar</i> dá a entender que os ataques já existiam e foram aumentados.	

Eixo 2: EDC 7/out Folha *Dilma intensifica ataques a tucano*

Escolhas lexicais / Sinônimos	O verbo <i>intensificar</i> (tornar-se intenso; que ultrapassa as medidas ou o grau habitual ⁷⁹), associado à palavra <i>ataque</i> , exacerba a ideia do ataque, aumenta a força semântica da palavra <i>ataque</i> e amplia a ideia de violência, ainda que metafórica; usa a raiz {tens-}, que pode ser traduzida como tensão – portanto, temos um aumento de tensão; <i>ataques</i> no plural remete a mais de um episódio, normalmente esse tipo de plural remete a vários episódios; <i>Tucano</i> serve para substituir Aécio ou qualquer outro integrante do PSDB.
Modo /Tempo / Aspecto/Modalização	Presente do indicativo, sem nenhuma referência a passado recente; modo <i>realis</i> ; não há modalização.
Tópico	O assunto da notícia são os ataques perpetrados por Dilma contra o adversário.
Vagueza	Os ataques não são especificados. O que importa aqui é que eles partem de Dilma e têm como alvo o tucano.
Implicaturas / pressuposições	A partir da observação feita no item “escolhas lexicais”, temos que o verbo <i>intensificar</i> dá a entender que o ataque já vinha ocorrendo – e não tem indicação de acabar ou parar.
Estereótipos	Mulher louca, histérica e desequilibrada, que ataca; homem sereno, calmo, tranquilo, vítima de uma histérica.

Eixo 3: a manchete sob a perspectiva jornalística

Do ponto de vista jornalístico, a manchete aparentemente contempla todos os preceitos de um bom título: é simples, direta e supostamente contempla as respostas às perguntas Quem? e O quê? do lead. A semântica do verbo leva à inferência de que se trata de editorial ou análise política. A manchete estava listada, no site da EBC, sob o título “especial”, o que indica que a reportagem foi publicada no caderno especial Eleições 2014 (o site da EBC identifica especificamente os editoriais dos jornais). Tudo indica tratar-se de uma reportagem sobre algum evento de campanha.

⁷⁹ Verbetes: intensificar e intenso (HOUAISS, 2009).

65) 9/out Folha No PI, Dilma usa Bolsa Família para atacar rival

Eixo1: LCU

	No PI,	Dilma	usa	Bolsa Família /	para	atacar	rival	Análise
Sintaxe	Adjunto adverbial	Sujeito	Verbo Trans Direto	Objeto Direto		Verbo Trans Direto	Objeto Direto	Duas orações numa estrutura subordinativa, uma principal e uma oração adverbial final reduzida de infinitivo.
Semântica		Agente		Instrumento	Finalidade		Paciente	A estrutura semântica das duas orações indica um agente usando um objeto direto (cujo estado final não foi alterado) como instrumento para atacar um paciente;
Pragmática	Tópico						Foco	O tópico/tema dessa sentença é No Piauí. O local onde se deu o fato relatado é o item mais relevante da frase. Adjunto adverbial topicalizado. Por essa perspectiva, a manchete dá a entender que a ocorrência do fato no estado do Piauí é um dos pontos mais importantes da notícia.
Categorização/relações prototípicas	Prototipicamente, adjuntos são acessórios na sintaxe de uma oração – portanto, dispensáveis. Nesta construção, um acessório foi apresentado no começo da frase, posição prototípica do sujeito.							
Estratégias de voz e valência verbal	O verbo, embora não seja agentivo e sim instrumental, aciona um instrumento que será agentivizado para alterar o estado final do objeto direto da segunda oração. O objeto direto rival (cf. escolhas lexicais) tem que ser atacado a todo custo.							
Iconicidade diagramática	Número de argumentos aumentados na combinação de orações; oração reduzida de infinitivo dá a entender que o ataque pode acontecer a qualquer momento, em qualquer aspecto, no singular ou no plural: o ataque tende ao infinito.							
Metáforas e metonímias	Ataque: metáfora de guerra, ato irracional e irascível; rival: metonímia de Aécio – cujo nome não é citado na oração.							
Frames	Dilma = feroz, agressiva, intransigente, irracional e manipuladora; rival = todo aquele que se colocar no caminho de Dilma rumo à reeleição; Bolsa-Família = instrumento de manipulação de eleitores.							
Inferências sugeridas e seus efeitos	Usar X para Y sugere manipulação de dados e de pessoas. A manchete abre com a informação do local onde o fato se deu (Piauí), um estado do nordeste que conta com vários beneficiários do Bolsa Família, um programa de benefícios que foi instrumentalizado para atacar o rival. Temos a inferência de manipulação eleitoreira e curral eleitoral.							

Eixo 2: EDC 9/out Folha No PI, Dilma usa Bolsa Família para atacar rival

Escolhas lexicais / sinônimos	O verbo <i>usar</i> sugere que Dilma é capaz de manipular informações / pessoas / coisas / dados de forma maliciosa; nesta manchete, o sinônimo de Aécio é <i>rival</i> , adjetivo que remete ao sentido de adversário, cuja definição primeira no Houaiss é “que ou aquele que disputa com outro o amor de uma mesma pessoa”, mas é também, na segunda definição, aquele “que aspira às mesmas vantagens e posições que outrem; emulo, competidor, concorrente” ⁸⁰ . As duas definições conduzem a uma ideia de um antagonista desprovido de raciocínio, ponderação, bom senso. Acionam <i>frames</i> de disputa, briga, guerra e dão a entender que a disputa eleitoral é um jogo passional, desprovido de raciocínio (LAKOFF, 2008).
Modo / Tempo/ Aspecto / Modalização	Verbo usar: Presente do Indicativo; modo <i>realis</i> , da certeza. Não há modalização; verbo atacar: no infinitivo – ele <i>tende ao infinito</i> : pode acontecer no presente, no passado ou no futuro, em qualquer modo, em qualquer pessoa, no singular ou no plural.
Tópico	O assunto é a manipulação maliciosa do Bolsa Família por Dilma, ocorrida num estado do Nordeste onde o número de beneficiários do programa é alto, com vistas a prejudicar o adversário político.
Vagueza	Não fica claro de que modo Dilma “usa Bolsa Família”. Ver implicaturas abaixo.
Implicaturas / pressuposições	Bolsa Família é instrumento eleitoral que serve inclusive para atacar o rival; Bolsa Família é instrumento de manipulação do eleitorado. E, como o fato deu-se <i>no PI</i> , estado nordestino com grande número de beneficiários do Bolsa Família (e o estado onde Dilma obteve a segunda maior votação, com 78,30% dos votos válidos para presidente no segundo turno, atrás apenas do Maranhão, com 78,76% ⁸¹), pressupõe-se que o PI é um local onde o Bolsa Família é um instrumento de manipulação contra o rival.
Estereótipos	Bolsa Família é eleitoral; voto de cabresto; manipulação eleitoral; bolsa-esmola; uso da máquina do estado para se perpetuar no poder.

⁸⁰ (HOUAISS, 2009).

⁸¹ Fonte: < <https://placar.eleicoes.uol.com.br/2014/2turno/>>. Acesso em 18 out. 2017.

Eixo 3: a manchete sob a perspectiva jornalística
9/out Folha No PI, Dilma usa Bolsa Família para atacar rival

Manchete aparentemente correta, que responde às perguntas *Quem? O quê? e Onde?* do *lead*. Dilma Rousseff centrou nos estados nordestinos seus eventos de campanha nas primeiras semanas do segundo turno. Logo, é de se supor que o título seja referência a uma fala da candidata durante seu comício no Piauí. Ocorre que a manchete está redigida de forma tão genérica que, dependendo do modelo mental do leitor, é possível, graças à intersubjetivação (TRAUGOTT, 2010), a inferência estereotipada de que o “uso do Bolsa Família para atacar o rival” seja uma prática useira e vezeira da petista corrupta e antiética e imoral. O título pode ser lido com forte viés editorial e pouco factual.

86) 10/out O Globo Na Bahia, Dilma diz ser “pardinha” e ataca FHC
Eixo1: LCU

	Na Bahia,	Dilma	diz /	ser "pardinha" /	e (Dilma)	ataca	FHC	Análise
Sintaxe	Adjunto adverbial de lugar	Sujeito	VTD	Oração subordinada substantiva objetiva direta reduzida de infinitivo	Conjunção (sujeito)	VTD	OD	Três orações, duas das quais coordenadas e concatenadas pela conjunção aditiva “e”.
Semântica	Adjunto	Agente		Predicativo Atributivo	Aditiva (agente)		Paciente	Uma oração declaratória, outra altamente agentiva.
Pragmática	Tópico			Foco	(Tópico)		Foco	O adjunto, item acessório, foi deslocado para o início da frase e alçado à condição de tópico. A topicalização do adjunto adverbial de lugar evidencia a importância do lugar em que Dilma disse ser <i>pardinha</i> : um estado onde 76,3% dos moradores se declaram negros ou pardos em 2013.
Categorização relações prototípicas	As orações apresentam relações prototípicas entre sujeito e agente; no eixo da pragmática, o adjunto adverbial foi alçado à condição não-prototípica de tópico.							
Estratégias de voz e valência verbal	Voz ativa, período composto por subordinação e coordenação.							
Iconicidade diagramática	Grande quantidade de dados linguísticos: três orações: uma oração principal + oração subordinada + oração coordenada associadas pelo contexto (o comício da candidata na Bahia). Alto material linguístico, alta quantidade de dados, o que afeta a atenção do leitor (GIVÓN, 1991) e, conseqüentemente, a assimilação do enunciado.							
Metáforas e metonímias	Guerra. Embate injusto, desigual.							
Frames	Dilma = Pessoa agressiva, irracional, não civilizada, que ataca outros; preconceito, aparente hipocrisia não racista para obter votos.							
Inferências sugeridas e seus efeitos	As aspas em “ <i>pardinha</i> ”, embora estejam claramente associadas a uma declaração de Dilma, sugerem a inferência de que Dilma fez tal declaração apenas por estar na Bahia, estado do qual 76,3% dos moradores se declararam negros ou pardos em 2013 ⁸²							

⁸² Fonte: <http://atarde.uol.com.br/bahia/noticias/1546867-bahia-apresenta-o-maior-numero-de-negros>. Acesso em 27 abr. 2017.

Eixo 2: EDC 10/out O Globo Na Bahia, Dilma diz ser “pardinha” e ataca FHC

Escolhas lexicais / sinônimos	O verbo <i>atacar</i> , fortemente agentivo e de semântica negativa; <i>diz ser</i> é expressão que remete a <i>diz que</i> , altamente impessoal; <i>pardinha</i> , no diminutivo, dá tom pejorativo à expressão; <i>pardinha</i> no lugar de mestiça – mas <i>pardinha</i> é palavra que não pode ser substituída, pois foi a escolhida pela candidata. O ex-presidente Fernando Henrique Cardoso (FHC) também pode ser entendido como sinônimo de tucano, adversário, rival, PSDB ou mesmo Aécio.
Modo / Tempo / aspecto / Modalização	Verbos no presente do indicativo, à exceção de <i>ser</i> , no infinitivo. Modo <i>realis</i> , da certeza.
Tópico	A manchete traz uma declaração “polêmica” que Dilma deu na Bahia, que aciona frames de racismo
Vagueza	O título não explica por que Dilma disse ser pardinha; a escolha dessa declaração da candidata em detrimento de tantas outras explicita que tipo de informação o jornal quer que chegue a seus leitores.
Implicaturas / pressuposições	O racismo e o preconceito étnico permeiam essa manchete. A topicalização de <i>Na Bahia</i> destaca a relevância do local em que o fato se deu; o local em questão tem maioria de negros; Dilma não disse ser negra, mas sim <i>pardinha</i> ; não há explicação nenhuma sobre o contexto em que tal declaração se deu.
Estereótipos	Político que se aproveita de eleitor em época de campanha.

Eixo3: a manchete sob a perspectiva jornalística

Em comparação com a manchete anterior (cf. 65), da *Folha*, que pode ser interpretada não como um ato de campanha e sim como um factual de que Dilma manipula o Bolsa Família para obter vantagens, esta manchete do *Globo*, ainda que do ponto de vista linguístico levante uma série de observações (cf. Eixos 1 e 2 acima), do ponto de vista jornalístico está irretocável. Está claro que se trata de ato de campanha (“Na Bahia, Dilma diz ...”). Mesmo a topicalização em *Na Bahia* está jornalisticamente adequada, pois o fato se deu na Bahia. As aspas em *pardinha* também estão corretas, posto que se trata de declaração da candidata, e isto fica evidente com o uso do verbo dizer (Dilma diz “ser pardinha”). Todos os estereótipos da velha política disfarçados de *correção jornalística*, para usar a expressão dos Princípios Editoriais das Organizações Globo⁸³.

⁸³ < <http://g1.globo.com/principios-editoriais-do-grupo-globo.html> >. Acesso em 9 dez. 2017.

	Dilma	parte	para ataque pessoal	/ e (Dilma)	acusa	Aécio	de uso da máquina	Análise
Sintaxe	Sujeito O1/O2	Verbo 1	Adjunto adverbial	Conjunção (sujeito)	Verbo 2	Objeto Direto	Objeto Indireto	Duas orações concatenadas numa estrutura coordenativa, ou seja, duas orações independentes, que compartilham o mesmo sujeito e foram conectadas pela conjunção aditiva <i>e</i> .
Semântica	Agente			Aditiva (agente)		Paciente		<i>Ataque pessoal / acusa / uso da máquina</i> – palavras com semântica altamente negativa
Pragmática	Tópico		Foco			Foco		
Categorização/relações prototípicas	Temos um sujeito que também é agente e tópico, num alinhamento prototípico.							
Estratégias de voz e valência verbal	Voz ativa; relações prototípicas de agente e paciente. Duas orações relacionadas por uma conjunção.							
Iconicidade diagramática	A explicação do ataque pessoal de Dilma se concretiza (ou deveria se concretizar) na segunda oração. Iconicidade de quantidade, na combinação de duas orações, que aumenta a necessidade do leitor se esforçar mentalmente para se manter atento a todo o conteúdo da manchete (GIVÓN, 1991).							
Metáforas e metonímias	O sintagma <i>ataque pessoal</i> deixa ainda mais evidente o uso da palavra <i>ataque</i> como metáfora de GUERRA.							
Frames	Dilma desesperada; Dilma desequilibrada, acusadora.							
Inferências sugeridas e seus efeitos	Infere-se em <i>Dilma parte para ataque pessoal</i> que Dilma não age como esperado em uma campanha política em que propostas deveriam ser discutidas e não a vida pessoal dos candidatos. Em <i>uso de máquina</i> , infere-se que a referida máquina seja a “máquina administrativa”.							

Eixo 2: EDC 12/out O Globo Dilma parte para ataque pessoal e acusa Aécio de uso da máquina

Escolhas Lexicais / Sinônimos	Nesta manchete, os ataques tornaram-se <i>personais</i> . Esse adjetivo constrói a ideia de que Dilma ataca o que quer que seja, na seara política ou pessoal. Contudo, a segunda oração não brinda o leitor com uma explicação satisfatória do que é um ataque do tipo pessoal, posto que Aécio é criticado pelo <i>uso da máquina</i> .
Modo / Tempo/ Aspecto/ Modalização	Presente do indicativo em todos os verbos; modo <i>realis</i> , da certeza.
Tópico	O assunto do enunciado é o ataque pessoal de Dilma.
Vagueza	Não está claro o que seria um <i>uso de máquina</i> , muito embora a expressão leve o leitor a inferir que se trate do uso da máquina administrativa. Em se confirmando essa inferência, temos uma manchete com sintagma nominal incompleto, mas não temos configurado um ataque pessoal, apenas uma crítica pontual a uma atuação política, de foro público.
Implicaturas / pressuposições	O enunciado incompleto induz o leitor a uma série de inferências. Não deixa claro por que os ataques são pessoais e não esclarece o <i>uso da máquina</i> . A manchete seria mais abrangente se a primeira oração fosse suprimida para que o <i>uso da máquina</i> fosse elucidado. Mas excluir de uma manchete a informação de que Dilma <i>parte para ataque pessoal</i> está editorialmente/ideologicamente fora de cogitação. O uso do verbo <i>acusar</i> , também metafórico, leva o leitor a inferir que não há prova da acusação (se houvesse provas, o verbo usado seria <i>provar</i>).
Estereótipos	Mulher histérica

Eixo 3: A manchete de acordo com o manual de redação

Segundo Garcia (2005, p. 51), “é preciso haver coerência: se um fato não merece destaque e espaço no texto, não merece lugar no título. A coerência também exige respeito ao contexto e a ressalvas no texto”. A manchete não está coerente – logo, não atende às exigências do manual de redação do próprio *O Globo*. O título não demonstra cabalmente o ataque de ordem pessoal, tampouco esclarece o que vem a ser *uso da máquina*. Não sintetiza o conteúdo da notícia. As inferências sugeridas pelo enunciado dão a entender que, se Aécio é criticado por uso da máquina administrativa, esse ataque não é de ordem pessoal. Se as regras do manual de redação de *O Globo* fossem minimamente seguidas, a primeira oração seria dispensada do enunciado, e haveria uma mínima explicação para o “uso da máquina”. O subtítulo (consultado para a elaboração desta análise) esclarece a manchete: “Presidente se referiu ao fato de candidato ter sido diretor da Caixa aos 25 anos” – ser nomeado diretor de um banco público não é ato de alçada pessoal.

Eixo1: LCU

	Marina	diz / que	ataques por apoio a Aécio	vêm	da ‘política atrasada’	Análise
Sintaxe	Sujeito Oração 1	V1/ conj	Sujeito Oração 2	Objeto Direto O1	Adjunto Adverbial	Estrutura subordinada, com sujeitos diferentes nas duas orações. <i>Marina</i> é sujeito da oração principal; <i>ataques por apoio a Aécio</i> é sujeito da oração subordinada.
Semântica	Enunciador		Tema		Origem/fonte	A palavra <i>ataque</i> tem, neste título, uma função semântica e cognitiva muito bem calculada. A semântica estabelece uma conexão entre a palavra <i>ataque</i> e <i>política atrasada</i> . <i>Vir</i> é verbo de movimento, mas é usado metaforicamente.
Pragmática	Tópico				Foco	
Categorização/relações prototípicas	Temos um sujeito enunciador que também é tópico da frase, numa relação prototípica.					
Estratégias de voz e valência verbal	Voz ativa; estrutura oracional conectada por subordinação (cf. iconicidade diagramática)					
Iconicidade diagramática	Iconicidade de quantidade. Há vários itens linguísticos inseridos na frase para levar o leitor a assimilar palavras-chave, de forma a concatenar e associar Dilma/PT a <i>ataques por apoio a Aécio</i> e a <i>política atrasada</i> . (GIVÓN, 1991)					
Metáforas/metonímias	Os ataques são metafóricos; temos uma metáfora de tempo em <i>atrasada</i> : o passado, atrasado, é negativo; o futuro, adiantado, é positivo.					
Frames	Passado X futuro; o que havia antes (PT) é retrocesso, apoio a Aécio é aposta no futuro, na evolução.					
Inferências sugeridas e seus efeitos	Os ataques do enunciado são <i>por apoio a Aécio</i> . Duas inferências surgem do título: 1) os ataques são contra Marina; 2) os ataques vêm de Dilma / PT. Essas inferências levam o leitor a concluir que Dilma e PT <i>vêm da política atrasada</i> . E, ao final da leitura, Marina Silva prestou-se a preposto dos juízos de valor do jornal, devidamente disfarçados de aspas. Afinal, trata-se de declaração de Marina.					

Eixo 2: EDC 15/out O Globo Marina diz que ataques por apoio a Aécio vêm da ‘política atrasada’

Escolhas lexicais / sinônimos	<i>Política atrasada</i> é expressão bem forte, de semântica e metáfora altamente negativas.
Modo/tempo/ aspecto/Modalização	Presente do Indicativo; modo <i>realis</i> , da certeza. Sem modalização
Tópico	Há dois assuntos no enunciado: existem ataques vindos do PT, e o PT representa uma “política atrasada”.
Vagueza	Há pouco detalhamento no enunciado. O sintagma <i>ataques por apoio a Aécio</i> é vago, não esclarece quem lançou os ataques, tampouco esclarece quem está apoiando Aécio. O contexto explica a frase (sem esclarecer), mas o texto é vago.
Implicaturas / pressuposições	A se considerar o sujeito que vem, desde o dia 7 de outubro (considerando apenas o segundo turno de uma eleição cuja cobertura começou no primeiro semestre do ano de 2014), comandando o verbo <i>atacar</i> , as implicaturas dão a entender que Dilma e o PT são a personificação da política atrasada, negativa, que mantém o país igualmente atrasado.
Estereótipos	Dilma incompetente; PT é o atraso do país.

Eixo 3: A manchete de acordo com o manual de redação

Segundo Garcia (2005, p. 52), “a informação do título não pode ser imprecisa”. O texto do manual de redação de *O Globo* dá exemplos de palavras de sentido impreciso a serem evitadas (alguns, vários, muito, pouco, bastante), artigos indefinidos e também critica a imprecisão da frase “Buracos em estradas dificultam viagens”, título que não especifica onde ficam as tais estradas. O que dizer, então, do sintagma *ataques por apoio a Aécio*? Ataques de quem contra quem? Não está explicitado o ponto de partida dos ataques, apenas infere-se o alvo (Marina) e o motivo dos ataques (por apoio a Aécio). Por que esses ataques são relevantes a ponto de merecerem título e reportagem? O título não esclarece. Ao contrário, oferece ao leitor uma série de suposições e inferências. A declaração de Marina é vaga e aparentemente pouco relevante, seja do ponto de vista jornalístico, seja do ponto de vista político. Para trazer um mínimo de coerência à manchete, o editor poderia enunciar algo como “Marina alfineta Dilma e diz que...”, ou “indireta para Dilma: Marina diz que...”.

Marina, autora da frase citada, é tópico do enunciado. É ela, um ator político, quem está dando a declaração. A opinião é dela, a expressão da opinião é decisão dela. *O Globo* nem precisa dizer se concorda ou não com tal declaração. O simples fato de ter alçado tal declaração ao *status* de manchete já demonstra que suas escolhas jornalísticas têm lado – e não é o lado da correção, como as Organizações Globo costumam afirmar.

153) 17/out Folha Debate acalorado tem ataques pessoais; /no fim, Dilma passa mal.

Eixo1: LCU

Debate acalorado tem ataques pessoais; /no fim, Dilma passa mal							Análise
Sintaxe	Sujeito da Oração 1	Verbo Trans Direto Oração 1	OD O1	Adjunto adverbial	Sujeito da Oração 2	Predic Sujeito	Duas orações justapostas; omissão do complemento do adjunto adverbial “no fim [do debate]”.
Semântica	Tema		Tema	Tempo	Experienciador		Considerando-se o fato de o título em questão ser chamada de capa e que, muito provavelmente, foi escrito em duas linhas, vamos considerar a existência de dois tópicos e dois focos. Na primeira oração, <i>debate acalorado</i> é o tópico, e o foco é <i>ataques pessoais</i> . Na segunda oração, o adjunto adverbial de tempo é alçado a tópico, e o foco, ou seja, a informação nova, é o mal-estar de Dilma.
Pragmática	T		F	T		F	
Categorização/relações prototípicas	<i>Debate acalorado</i> é tema; verbo <i>ter</i> no sentido de <i>possuir</i> , em construção não-convencional segundo a norma padrão da língua portuguesa. O título deriva-se da construção <i>Em debate acalorado, ocorreram ataques pessoais</i> . O adjunto adverbial <i>em debate acalorado</i> na nova construção foi alçado à categoria sujeito (não-prototípico), num claro processo de personificação (LAKOFF e JOHNSON, 1980) e consequente <i>subversão</i> da escala de agentividade de Payne (1997), uma vez que o <i>debate acalorado</i> , originalmente uma ideia inanimada, sem forma ou agentividade, <i>ganhou</i> vida.						
Estratégias de voz e valência verbal	Voz ativa.						
Iconicidade diagramática	Iconicidade de quantidade. Muito conteúdo linguístico para dar conta de muita informação, ainda que com a sensação de se receber uma mensagem telegráfica – característica de uma chamada de capa.						
Metáforas e metonímias	Metáfora de GUERRA em <i>ataques pessoais</i> e metáfora conceitual em <i>acalorado</i> = exaltação de ânimos (negativa).						

Frames	Debate baixo nível; Dilma doente
Inferências sugeridas e seus efeitos	<i>Ataques</i> no plural dá a entender que os ataques partiram de ambos os candidatos. Pela primeira vez, há a referência a um ataque de Aécio contra Dilma, ainda que de maneira oblíqua, sugestiva, e não evidente e escrita com todas as palavras. Dilma ataca, Aécio não reage; Aécio ataca, Dilma passa mal. Cf. escolhas lexicais.

Eixo 2: EDC 17/out Folha **Debate acalorado tem ataques pessoais; no fim, Dilma passa mal.**

Escolhas lexicais / Sinônimos	<i>Acalorado</i> dá ideia de que houve excessos por parte de ambos os candidatos; <i>ataques</i> no plural dá a entender que ambos os candidatos adotaram a <i>estratégia</i> de atacar.
Modo/ Tempo/ aspecto/ Modalização	Presente do indicativo. Não há modalização. Modo <i>realis</i> .
Tópico	O assunto da chamada de capa é o debate. O mal-estar de Dilma fica relegado ao fim da frase.
Vagueza	<i>Ataques pessoais</i> está no plural; dá a entender – sem deixar claro – que os ataques foram mútuos; o adjunto adverbial <i>no fim</i> não está completo. É possível inferir que este <i>fim</i> seja o fim do debate, mas há uma possibilidade de duplo sentido, na qual apreende-se que, ao final de tudo, Dilma vai passar mal.
Implicaturas / pressuposições	Pressente-se uma tentativa de implicar o mal-estar de Dilma à sugestão/inferência do ataque de Aécio à candidata. Logo, Dilma se fragilizaria muito facilmente, com meros e metafóricos ataques pessoais, enquanto Aécio simplesmente não reage aos ataques de Dilma, não é atingido por esses ataques.
Estereótipos	Mulher frágil e delicada, não preparada para o peso e a responsabilidade da Presidência da República.

Eixo 3: A manchete sob a perspectiva jornalística

17/out Folha Debate acalorado tem ataques pessoais; no fim, Dilma passa mal.

Este enunciado foi um dos casos que suscitaram a leitura do conteúdo da notícia. Identificamos um problema com o *lead* da notícia. A manchete de capa faz referência ao debate ocorrido na noite anterior (16 de outubro) entre os dois candidatos. Ao final do evento, durante uma entrevista ao vivo, a candidata à reeleição – e Presidente da República no exercício do mandato – Dilma Rousseff passou mal, e a entrevista foi encerrada abruptamente⁸⁴.

Há, então, um fato esperado e trivial (debate entre os candidatos à presidência) que foi suplantando por outro fato, inesperado e surpreendente, que foi o mal-estar da pessoa sob cujo comando está o país. O mal-estar de Dilma, portanto, é fato mais importante porque mais inusitado e surpreendente do evento. A manchete deveria ser: “Dilma passa mal após debate do SBT, o mais acalorado até agora” ou algo nesse sentido.

De acordo com o próprio manual de redação do jornal (FOLHA DE S. PAULO, 2006, p. 29), “o texto do lide [sic] dependerá sobretudo da própria argúcia do jornalista para descobrir, no conjunto de sua apuração, aquilo que é o ponto mais forte, atual e de mais amplo interesse em relação à realidade que está vivendo. Dependerá também da capacidade do autor de ler a própria reportagem, trazendo ao início do texto o que desencadeará o restante [...]”. A leitura do conteúdo da notícia mostra que o mal-estar de Dilma é mencionado apenas no terceiro parágrafo da notícia. Se a *Folha* considerou, no corpo da notícia, que o mal-estar de Dilma fazia jus apenas ao terceiro parágrafo, então a referência ao fato não deveria ter entrado na chamada da manchete. Se, consideradas todas as questões de relevância jornalística, o mal-estar da Presidente da República em exercício de mandato é fato mais importante que o debate em si, então o mal-estar deveria abrir a manchete, e não fechar.

De uma forma ou de outra, a *Folha de S. Paulo* cometeu um grave erro de edição.

⁸⁴ Vídeo do momento do mal-estar de Dilma, disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=4tkNvQMfFtY>>. Acesso em 18 out. 2017.

161) 17/out O Globo Aécio reage a ataques e Dilma passa mal no fim

Eixo1: LCU

	Aécio	reage	a ataques	/e	Dilma	passa mal	no fim	Análise
Sintaxe	Suj O1	VII O1	OI O1	conj	Suj O2	Predic. sujeito	Adj adv	Duas orações sintaticamente independentes, com sujeitos e complementos diferentes, e informações diferentes, concatenadas por uma conjunção aditiva.
Semântica	Agente		Fonte	Adi- tiva	Experienciador			Temos um movimento de reação, provocado por um ataque e uma sensação negativa (<i>passa mal</i>), associados a sujeitos diferentes. Dilma é sujeito experienciador. Aécio é sujeito agente.
Pragmática	T		F		T		F	Duas orações, dois tópicos, dois focos.
Categorização/relações prototípicas	Alinhamento prototípico entre sujeito, agente e tópico na primeira oração. Na segunda oração, o sujeito é experienciador							
Estratégias de voz e valência verbal	Voz ativa.							
Iconicidade diagramática	Iconicidade aumentada, com uma conexão entre duas orações sintaticamente independentes, mas relacionadas semanticamente num efeito de causação (Dilma passou mal porque Aécio reagiu a ataques).							
Metáforas e metonímias	Metáfora de guerra, com vitórias (<i>Aécio reage a ataques</i>) e derrotas (<i>Dilma passa mal no fim</i>) inferidas.							
Frames	O atacado, Aécio, reage; Dilma é frágil; O mocinho da história que começa a reagir ao sofrimento na metade do enredo;							
Inferências sugeridas e seus efeitos	Em comparação com a manchete 153 (<i>Folha de S. Paulo</i> , analisada acima) <i>O Globo</i> não traz a informação de que Aécio também atacou Dilma. Ele sugere que Aécio apenas reagiu – e explicita que Dilma passou mal. Nesta chamada, os ataques não são pessoais. O sintagma nominal incompleto do adjunto adverbial de tempo da segunda oração (<i>Dilma passa mal no fim do debate</i>) conduz à inferência de que, ao final de todo o processo (seja ele qual for, incluído aí o fim da própria vida), Dilma passa mal. (cf. implicaturas; escolhas lexicais).							

Eixo 2: EDC 17/out O Globo **Aécio reage a ataques e Dilma passa mal no fim**

Escolhas lexicais / sinônimos	Verbo <i>reagir</i> dá a entender que os ataques já vinham ocorrendo; sintagma nominal incompleto em <i>no fim do debate</i> (cf. implicaturas / pressuposições)
Modo/ tempo/ aspecto/ Modalização	Presente do indicativo. Modo <i>realis</i> .
Tópico	O enunciado fala da capacidade de reação de Aécio a ataques e da fragilidade de Dilma.
Vagueza	Os ataques não estão especificados; o título trata de um debate que sequer é mencionado; Dilma passa mal no fim – esse fim não foi especificado.
Implicaturas / pressuposições	O sintagma nominal incompleto em <i>no fim</i> pressupõe o fim de qualquer coisa. A estruturação da manchete (Aécio faz isso e Dilma faz aquilo) estabelece uma relação de causação não explícita entre o ato de Aécio (reagir a ataques) e o ato de Dilma (passar mal).
Estereótipos	Mulher frágil e delicada, não preparada para o peso e a responsabilidade da Presidência da República; mocinho, herói que resiste em sua altivez, mas acaba por reagir aos ataques sofridos.

Eixo 3: a manchete sob a perspectiva jornalística

Outra chamada de capa sobre o debate ocorrido na noite anterior (16 de outubro). Ao contrário da *Folha de S. Paulo* (cf. manchete 153), *O Globo* optou por não mencionar a palavra *debate*, que aparece apenas no subtítulo. A conjunção aditiva concatenando duas informações díspares e independentes trouxe uma ideia mais sólida de causação de que a reação de Aécio fez Dilma passar mal. Ao contrário da *Folha*, *O Globo* não traz a informação de que Aécio também atacou Dilma. Ele sugere que Aécio apenas reagiu – e explicita que Dilma passou mal. Nessa chamada, os ataques não são pessoais. As duas orações estão concatenadas com uma conjunção aparentemente aditiva, mas a relação entre as orações é de causa e efeito, embora isso não tenha sido explicitado pelo jornal. É de se lembrar que o manual de redação do jornal (GARCIA, 2005, p. 55) prescreve que não se deve associar de forma confusa fatos ocorridos em momentos diferentes. O sintagma nominal incompleto ao final da segunda oração (Dilma passou mal no fim *do debate*) ajuda a confundir os leitores.

Justamente por se tratar da principal chamada de capa, supomos que o tratamento da diagramação do texto e das fotos tenha contribuído para a compreensão da mensagem, mas tal análise não é o foco deste trabalho.

226) 23/out Folha Dilma cresceu entre mulheres após ataques

Eixo1: LCU

	Dilma	cresceu	entre mulheres	após ataques	Análise
Sintaxe	Sujeito	Verbo Intransitivo	Adjunto adverbial	Adjunto adverbial	Oração em ordem direta (SV), na voz ativa.
Semântica	Exp		lugar	Tempo	
Pragmática	T	Foco			
Categorização/relações prototípicas	Oração intransitiva				
Estratégias de voz e valência verbal	Verbo intransitivo				
Iconicidade diagramática	Verbo intransitivo com adjuntos adverbiais de tempo e lugar como acessórios				
Metáforas e metonímias	O sintagma nominal incompleto no fim do enunciado não deixa claro se os ataques foram reais, físicos, ou se se trata de metáfora. <i>Crescer</i> no sentido metafórico.				
Frames	Mulheres solidárias; Dilma vítima de ataques; Dilma fortalecida				
Inferências sugeridas e seus efeitos	Na versão impressa, destacam-se mais as inferências não sugeridas. Os ataques, soltos, não estão especificados. Podem ser ataques de qualquer natureza, metafórica ou não, partindo de qualquer pessoa. A omissão do nome Aécio, sob esta análise, parece ser proposital, para que não se forme na cabeça dos leitores o <i>frame</i> de um homem atacando (ainda que metaforicamente) uma mulher. A causação do crescimento de Dilma não foi evidenciada nesse título. (cf. Eixo 3)				

Eixo 2: EDC 23/out Folha Dilma cresceu entre mulheres após ataques

Escolhas lexicais / sinônimos	Ataques não especificados.
Tempo/ Modo/ Aspecto/ Modalização	Preterito perfeito do indicativo. Aspecto pontual; modo <i>realis</i> , da certeza. Não há modalização.
Tópico	O texto fala do crescimento de Dilma a 72 horas do pleito final do segundo turno.
Vagueza	“Após ataques” não deixa claro quem foi o autor dos ataques. Infere-se que a fonte tenha sido o outro candidato, mas poderia ser a própria Dilma.

Implicaturas / pressuposições	Se Dilma cresceu após ataques, então estes ocorreram, e foram contra ela. Mas quem a atacou?
Estereótipos	Mulheres solidárias.

Eixo 3: a manchete segundo o manual de redação 23/out Folha Dilma cresceu entre mulheres após ataques

Outro caso de manchete que nos levou à leitura do conteúdo da notícia para a elaboração da análise. Intrigou-nos o uso de *ataques*, sem nenhum complemento. Descobrimos que a manchete em questão recebeu duas redações. Na edição impressa do jornal (objeto desta análise), a redação foi *Dilma cresceu entre mulheres após ataques* (Figura 13). Na edição on-line da *Folha de S. Paulo* com a cobertura das Eleições 2014⁸⁵, a redação foi *Dilma cresceu entre mulheres após ataques de Aécio* (grifo nosso). Esse modificador de “ataques” faz toda a diferença na compreensão e assimilação do conteúdo da frase. Ao que tudo indica, a eliminação de “de Aécio” do título da edição impressa foi resultado do espaço limitado de caracteres para a manchete em questão. Essa característica do processo de *newsmaking* não é desculpa para um título tão mal redigido. Os editores da manchete deveriam ter buscado outra construção que contemplasse a informação completa. Essa mera supressão de complemento nominal caracteriza um grave erro de edição.

“Ataques de Aécio favorecem Dilma ao final”, por exemplo, contém os mesmos 41 caracteres que “Dilma cresceu entre mulheres após ataques”, e contempla melhor o conteúdo da notícia: uma avaliação da campanha petista de que os ataques de Aécio a Dilma no debate do SBT acabaram por beneficiar a candidatura petista entre o público feminino.

Embora a Linguística nos forneça subsídios para afirmar que se trata de manipulação (cf. eixos 1 e 2), ao considerarmos os processos de produção de um jornal não podemos fazer tal afirmação, uma vez que, na edição impressa, a reportagem (e, portanto, a manchete em questão) foi diagramada no canto inferior esquerdo da página, considerado “zona morta” entre diagramadores⁸⁶, e a versão *on-line* da mesma notícia contou com mais de 7 mil acessos. Partimos do princípio de que a versão *on-line* teve mais impacto e repercussão do que a versão impressa, o que corrobora a interpretação de erro de edição.

⁸⁵ <http://www1.folha.uol.com.br/poder/2014/10/1536713-dilma-cresceu-entre-mulheres-apos-ataques-de-aecio.shtml>, Acesso em 21 jun. 2017.

⁸⁶ SILVA (1985, p. 47-49) sugere que as zonas mortas devem ser preenchidas com elementos de grande atração visual, o que não ocorreu com a reportagem em questão. Logo, concluímos que, na versão impressa, o texto pouco se destacou aos leitores. A versão *on-line*, com o título completo e muito mais acessos, teve mais impacto que a versão impressa do texto.

Figura 13 – Detalhe de notícia na diagramação de página interna da *Folha de S. Paulo* de 23/10/2014, em contraste com a mesma notícia na versão *online* do jornal.



3.1.2 Observações sobre as análises

Antes de resumirmos a análise linguística das manchetes acima, convém lembrar que esse conjunto de manchetes foram os enunciados usados pela imprensa brasileira para a descrição do que, *a priori*, deveria ser um momento trivial de um processo eleitoral de um ambiente democrático: a crítica ao projeto de governo do adversário. Tal crítica pode mesmo resvalar para a dicotomia *Us X Them* de van Dijk (2000) : “nós somos x, eles são y”.

O contraste, a comparação e mesmo a categorização fazem parte de um processo decisório que, teoricamente, todo eleitor deveria acompanhar e elaborar para decidir seu voto. Isto partindo-se do pressuposto de que o processo decisório é completamente racional – e não é (LAKOFF, 2008).

Do ponto de vista sintático-semântico, as 15 manchetes listadas com o verbo *atacar* ou o substantivo *ataque* têm um padrão: Dilma ou o PT são o agente que comanda o ataque em quase todos os enunciados, mesmo que não estejam na posição de sujeito.

O objeto direto / paciente / complemento nominal dos ataques passa por todo o espectro de denominações de Aécio Neves: PSDB, tucano, rival, adversário – e até mesmo Fernando Henrique

Cardoso (ex-presidente da república pelo PSDB). Mesmo quando o ataque é pessoal, o caminho do ataque PT → PSDB está mantido. É Dilma quem realiza o ataque pessoal contra Aécio. Para além do filtro da linguagem, a narrativa mínima (o *frame* principal) apreendida cognitivamente pelo leitor desse conjunto de manchetes é: **Dilma ataca Aécio**.

Lakoff e Johnson (1980, p. 5) citam o conceito metafórico *Discussão é uma guerra* (*Argument is war*) para explicar a maneira como a cultura (americana e, neste caso, também a brasileira) e os falantes estruturam o que fazemos e como entendemos e procedemos quando argumentamos.

DISCUSSÃO é parcialmente estruturada, compreendida, executada e discutida [momentaneamente] nos termos de uma GUERRA. O conceito é metaforicamente estruturado, a atividade é metaforicamente estruturada e, conseqüentemente, a linguagem é metaforicamente estruturada.

(LAKOFF e JOHNSON, 1980, p. 5) (tradução nossa)⁸⁷.

A despeito dessa estruturação de DISCUSSÃO em termos de GUERRA, as escolhas lexicais das 15 manchetes analisadas acima podem induzir o leitor a uma interpretação para além da guerra do discurso verbal. A insistência no uso de construções que levam ao *frame* **Dilma ataca Aécio** também conduz à ideia de antipassivização da frase – e conseqüente intransitivização da ideia: Dilma ataca.

Cabe destacar que o verbo *atacar*, classificado por Azeredo (2000, p. 180) como Verbo de Objeto Afetado, é um verbo de processo mais sensorial que racional. Ataque pressupõe um sujeito que prescindir do raciocínio, da ponderação, da análise mental da situação. Segundo o Dicionário Houaiss (HOUAISS, 2009), *atacar* é *causar dano moral a alguém; ofensa, injúria*. É também *impulso violento, ímpeto*, ou ainda *ação corrosiva, destruidora*.

Essa é a descrição semântica do verbo que se tornou a escolha lexical de *O Globo* e *Folha de S. Paulo* para descrever momentos do segundo turno em que a campanha de Dilma Rousseff fez críticas, ou mesmo buscou diferenciar-se contrastivamente, de seu adversário. Diga-se, também, que a palavra *adversário*, que aciona *frames* mais racionais, não foi usada para definir Aécio Neves em nenhuma dessas 15 manchetes. No lugar de adversário, diversos sinônimos, inclusive o adjetivo rival (cf. 65), de forte carga passional, empregado primeiramente para se referir a duas (ou mais) amantes.

Dilma comandou ataques petistas e ataques pessoais contra Aécio, mas no único momento em que o ataque partiu do sentido contrário, ou seja, de Aécio, (cf. 226) a manchete ocultou Aécio desse processo, *desmanchou* a causação que era a essência daquela informação (ataques de Aécio contra Dilma causaram o crescimento da petista entre mulheres) e tornou o ataque genérico e impessoal – qualquer tipo de ataque, metafórico ou não, pode ter sido perpetrado contra Dilma.

⁸⁷ ARGUMENT is partially structured, understood, performed, and talked about in terms of WAR. The concept is metaphorically structured, the activity is metaphorically structured, and, consequently, the language is metaphorically structured.

Em (226), na edição impressa, a coerência local foi mantida com a omissão do modificador *de Aécio*. Dilma, se não era o sujeito do verbo *atacar*, era o agente que comandava o verbo *atacar*. O modificador do substantivo *ataque* sempre foi “de Dilma a Aécio”. Mesmo na manchete (138), que não especificava os ataques literalmente, estes foram atribuídos à *política atrasada*, então foram de certa forma *endereçados*. Em (226), os ataques não têm *remetente*. A coerência, portanto, foi mantida ao se inferir que quem ataca é Dilma, Aécio jamais.

Cabe neste momento a pergunta: se Dilma atacou Aécio pelo menos 14 vezes nas manchetes, e Aécio jamais atacou Dilma, então que verbo o sujeito Aécio comandou, expressando a crítica e o momento do debate com a candidatura oponente?

Verificamos em nosso *corpus* as seguintes ocorrências:

- 92) *Aécio crítica declaração de petista sobre o caso [Petrobras]*
- 255) *Dilma acusa Veja de terrorismo; Aécio crítica tentativa de censura*

Chama a atenção a pouca quantidade de críticas de Aécio às propostas de Dilma. A leitura das duas manchetes acima nos indica que, na verdade, não houve nenhuma. Aécio criticou tão somente uma declaração e uma tentativa de censura.

A seguir, percebemos que, nessas duas manchetes, o sujeito Aécio comanda um verbo (*criticar*) que pressupõe racionalidade, ponderação, equilíbrio – uso do cérebro. Dilma comanda um verbo que pressupõe ímpeto, impulso violento, instinto.

Encontramos, ainda, uma ocorrência com o substantivo *crítica*:

- 257) *Em campanha de críticas, Dilma bateu mais.*

Percebemos que a mera opção por uma construção em que sujeitos semântica e politicamente específicos comandam o verbo *atacar* ou são o modificador do substantivo *ataque* acabam por conferir uma perspectivização e uma categorização bem específica às manchetes: o PT (e aqui PT é hiperônimo de Dilma, Lula, militância, e dos programas eleitorais do PT) ataca, é irascivo, irracional, apela a toda sorte de jogo para desconstruir o adversário.

Vimos, então, que o processo de debate eleitoral descrito pela imprensa brasileira durante o segundo turno das eleições de 2014 não contemplou racionalidade, apenas ímpetos. Ao enfatizar tais aspectos e enquadrar o contraste de ideias como um processo irracional e impetuoso, a imprensa não contribui para um debate democrático. Tampouco contribui para cultivar em seus (e)leitores hábitos de análise racional.

A seguir, faremos a análise do uso do verbo *derrotar* e do substantivo *derrota*, numa sequência de anomalias que ousamos chamar de *Derrota Collection Week*.

3.2 DERROTAS

Se o verbo *atacar* esteve presente de forma homogênea durante todas as quatro semanas do segundo turno, o verbo derrotar, por sua semântica, deveria se fazer presente em manchetes cronologicamente próximas às datas de votação – nas 48 horas seguintes à votação, no máximo, ou pode se tornar notícia velha. Isso, de fato, aconteceu; porém, após o desfecho da eleição no 2º turno, se deu de maneira anômala, como iremos demonstrar nesta seção.

No segundo turno de 2014, o verbo *derrotar* e o substantivo *derrota* figuraram em 3,8% das 340 manchetes listadas em nosso *corpus* (13 manchetes). Desse total, mais da metade fazia referência a um processo não relacionado às eleições do segundo turno. O quadro 3 traz a lista completa das manchetes com o verbo *derrotar* / substantivo *derrota*, com destaque para as manchetes que usaram essas palavras de modo anômalo.

Quadro 3 – Manchetes com o verbo *derrotar* / substantivo *derrota*. Em negrito, manchetes de capa.

Numeração no <i>corpus</i>	Data	Jornal	Manchete
10)	06/out	<i>O Globo</i>	Pimentel (PT) é eleito e impõe derrota a Aécio em Minas
14)	06/out	<i>O Globo</i>	Vitória de Pimentel no 1º turno é derrota para Aécio em Minas
25)	07/out	<i>Folha de S. Paulo</i>	Derrota de Aécio em MG é 'colada' à de aliado
44)	08/out	<i>O Globo</i>	Derrotado em SP, Padilha vira coordenador (*)
44)	08/out	<i>O Globo</i>	Padilha passa a coordenar campanha de Dilma em São Paulo (*)
306)	29/out	<i>Folha de S. Paulo</i>	Câmara impõe 1a. derrota a Dilma após a reeleição
307)	29/out	<i>Folha de S. Paulo</i>	Câmara impõe 1ª derrota de Dilma após a reeleição
317)	29/out	<i>O Globo</i>	Câmara derrota Dilma e veta conselhos populares
318)	29/out	<i>O Globo</i>	Câmara derruba decreto de Dilma que criava conselhos populares
320)	30/out	<i>Folha de S. Paulo</i>	Presidente do Senado promete impor nova derrota a Dilma
321)	30/out	<i>Folha de S. Paulo</i>	Congresso ameaça impor novas derrotas a Dilma no plenário
332)	30/out	<i>O Globo</i>	Senado ameaça também derrotar Dilma
333)	30/out	<i>O Globo</i>	Renan avisa: próxima derrota de Dilma será no Senado

Os anúncios dos resultados da eleição do primeiro turno renderam quatro manchetes com o verbo *derrotar* ou o substantivo *derrota* (cf. manchetes 14, 25, 44). As manchetes 44 foram analisadas na seção 3.3 deste capítulo, “Manchetes com participio topicalizado”.

Classificamos as outras oito manchetes (a partir de 306) como anômalas, pois não se referiam especificamente aos resultados do pleito eleitoral. Todas elas tiveram como complemento verbal ou nominal um único nome: *Dilma*. Vamos nos ater especificamente a essas para entender o que chamamos de anomalia, dado o contexto, e por que tanto destaque para uma derrota que não foi eleitoral – e, friamente analisada, não foi exatamente uma derrota, mas um veto. A manchete 318 foi incluída nesse rol por estar vinculada à chamada de capa (317) – que trazia a palavra *derrota*.

3.2.1 *Derrota Collection Week*

Essas manchetes de comportamento anômalo, que totalizam 61,5% do total da seção *derrotas*, foram colhidas na última semana de análise. Foi um grande *desfile* de derrotas novas, acompanhadas ou não de ameaças e imposições. Cada uma dessas manchetes teve seu estilo, sua personalidade, sua marca pessoal. Como esse fenômeno começou na semana pós-segundo turno com a consequente vitória de Dilma e abre espaço para uma série de metáforas de um desfile de moda, permitimo-nos o trocadilho *Derrota Collection Week*.

Para entender o ocorrido, é interessante acompanhar a evolução dos acontecimentos com a ajuda de um calendário da última semana de outubro de 2014 (figura 14)

Figura 14 – Calendário da Derrota Collection Week

Domingo	Segunda-feira	Terça-feira	Quarta-feira	Quinta-feira	Sexta-feira	Sábado
26	27	28	29	30	31	
Segundo Turno		Câmara rejeita regulação de Conselhos Populares	Derrota Collection Week 8 manchetes para derrotar Dilma			

Fonte: Elaborado pela autora.

No domingo (26/out), houve a votação do segundo turno. Dilma **venceu** a eleição, e Aécio ficou em segundo – portanto, Dilma **ganhou** e Aécio **perdeu**; **derrota** de Aécio, **vitória** de Dilma (grifos nossos).

Quarenta e oito horas após o segundo turno, a Câmara dos Deputados colocou em votação um projeto enviado pelo Palácio do Planalto quatro meses antes, que estabelecia critérios para a regulação dos Conselhos Populares, que previa que “[...] as entidades influenciem as políticas e os programas de

governo [de forma a] consolidar a participação como um método de governo”⁸⁸. O que nos interessa aqui é apenas uma informação: a Câmara **rejeitou a regulamentação** proposta pelo Planalto – grifo nas palavras utilizadas para expressar o fato. Foi um veto da Câmara.

Esse veto foi o gatilho para o comportamento anômalo das manchetes com o verbo *derrotar* e com o substantivo *derrota* dos dias 29 e 30 de outubro. Nesses dois dias, do total de 28 manchetes colhidas para o nosso *corpus* em 48 horas, 8 delas (28,5%) continham a palavra *derrota* ou o verbo *derrotar* relacionados a Dilma – e não se referiam ao segundo turno das eleições, mas à rejeição do projeto dos Conselhos Populares.

Prosseguimos com a análise dessas oito manchetes.

⁸⁸ Fonte: <http://www2.camara.leg.br/camaranoticias/noticias/POLITICA/476677-DEPUTADOS-DERRUBAM-DECRETO-DOS-CONSELHOS-POPULARES.html>. Acesso em 3 jul. 2017.

3.2.1.1 Análise das manchetes da Derrota Collection Week

306) 29/out Folha Câmara impõe primeira derrota a Dilma após a reeleição

Eixo1: LCU

	Câmara	impõe	primeira derrota	a Dilma	após a reeleição	Análise
Sintaxe	Sujeito	VTDI	Objeto Direto	Objeto Indireto	Adjunto Adverbial	Oração simples, verbo transitivo com objeto direto e objeto indireto dativo
Semântica	Agente		Tema	Alvo		
Pragmática	Tópico			Foco		Câmara é tópico; derrota a Dilma é o foco
Categorização/relações prototípicas	O alinhamento sujeito/agente/tópico é prototípico, mas Câmara é sujeito com baixa agentividade, portanto é sujeito não-prototípico					
Estratégias de voz e valência verbal	Voz ativa, mostrando a proeminência da Câmara como sujeito/agente/tópico; e a posição de dativo no objeto indireto <i>a Dilma</i> , que transforma Dilma no alvo da derrota. <i>Impor primeira derrota a Dilma</i> é, em certa medida, uma construção que tem como efeito o aumento da valência da oração se comparada à forma <i>Câmara derrota Dilma</i> ; há um adjunto adverbial presente de natureza mera e aparentemente temporal (<i>após a reeleição</i>), cuja função é explicitar um marco histórico e o início de uma trajetória de derrotas após uma vitória, que não é explicitada, apresentada, noticiada.					
Iconicidade diagramática	Alta iconicidade de quantidade. São dois conceitos implicados na manchete: 1) Câmara se impor + 2) Câmara derrotar Dilma. Há quatro palavras (impõe; primeira; após; reeleição) ampliando o núcleo da ideia: Câmara derrota Dilma. O uso do adjunto adverbial de tempo não parece ser meramente circunstancial – e não é a resposta ao <i>Quando?</i> do <i>lead</i> .					
Metáforas e metonímias	Metonímia e personificação em Câmara, no lugar de deputados; metonímia em Dilma no lugar de “Presidência da República”. Não foi especificamente Dilma a derrotada, como se fosse uma eleição. A <i>derrota</i> , para manter a expressão da manchete, foi de uma proposta de regulamentação enviada pelo Planalto. Soma das duas aumenta o valor do argumento sujeito/tópico/agente; em contraponto, o argumento <i>Dilma</i> destaca o valor de indivíduo, que aqui está desprovido da força institucional que deveria ser explicitada (a Presidência da República).					
Frames	Dilma derrotada pela Câmara. Câmara mais poderosa que Dilma; Dilma fraca					
Inferências sugeridas e seus efeitos	Câmara mais poderosa que Dilma; Dilma não tem poderes					

Eixo 2: EDC 306) 29/out Folha Câmara impõe primeira derrota a Dilma após a reeleição

Escolhas lexicais/sinônimos	<i>Impor</i> , verbo de alta agentividade, pressupõe uma hierarquia de um mais forte, que impõe, e de um mais fraco, que sofre e cumpre tal imposição; <i>primeira derrota</i> , sinalizando que esta foi a primeira de outras que virão na sequência; <i>derrotar</i> no lugar de vetar; <i>Dilma</i> no lugar de Planalto / governo.
Modo / Tempo / Aspecto Modalização	Não há modalização. Presente do indicativo com valor de pretérito perfeito. Ação concluída, perfectiva. Modo <i>realis</i>
Tópico	O assunto é a derrota de Dilma, imposta pela Câmara.
Vagueza	A derrota não foi especificada.
Implicaturas / pressuposições	Câmara impôs derrota a Dilma; logo, Câmara é mais forte e mais poderosa que Dilma; Dilma deve se curvar diante da Câmara. E se esta foi a primeira derrota, pressupõe-se que mais derrotas podem vir na sequência; destituída da capa de <i>mandatária</i> , tratada como um indivíduo, pois só se usa o termo <i>Dilma</i> , parece que a derrota é imposta à pessoa, à mulher; o adjunto adverbial, aparentemente temporal, é um marco histórico, um divisor de águas. <i>Após a reeleição</i> aciona a ideia de que Dilma foi reeleita e imediatamente derrotada. A ideia da vitória eleitoral é apagada com a construção <i>primeira derrota após reeleição</i> . É como se a reeleição fosse o prenúncio de uma série de derrotas anunciadas.
Estereótipos	Dilma derrotada; homem forte, mulher frágil; imposição dos homens da Câmara, que são imensa maioria.

Eixo 3 – A manchete sob a perspectiva jornalística

A notícia propriamente dita, que é o veto à regulamentação dos Conselhos Populares, não está contemplada no título. A reportagem, consultada para a elaboração desta análise, também dá destaque à *derrota de Dilma*, e pouco conta a respeito do conteúdo do veto. Temos, portanto, um *lead* que não corresponde aos fatos (Câmara veta projeto de lei do Planalto que regulamentava Conselhos Populares), uma manchete e um enquadramento jornalístico de notícia que não resumem o factual propriamente dito, mas cumpre com as funções de atrair leitores para o texto de um jornal, forjar uma realidade paralela em que Dilma foi derrotada – e não reeleita – e trabalhar pelo isolamento político e social do PT no cenário nacional.

307) 29/out Folha Câmara impõe primeira derrota de Dilma após a reeleição

Eixo1: LCU

	Câmara	Impõe	primeira derrota	de Dilma	após a reeleição	Análise
Sintaxe	Sujeito	VTD	Objeto direto	Complemento nominal do objeto direto	Adunto adverbial	Oração simples, verbo transitivo com objeto direto e complemento nominal
Semântica	Agente		Tema			
Pragmática	Tópico		Foco			Câmara é tópico; derrota de Dilma é o foco
Categorização/relações prototípicas	O alinhamento sujeito/agente/tópico é prototípico, mas Câmara é sujeito com baixa agentividade, portanto é sujeito não-prototípico					
Estratégias de voz e valência verbal	Voz ativa, mostrando a proeminência da Câmara como sujeito/agente/tópico; e a posição de complemento/paciente “subfoco” (derrota de Dilma). <i>Impor primeira derrota de Dilma</i> é, em certa medida, uma construção que tem como efeito o aumento da valência da oração se comparada à forma <i>Câmara derrota Dilma</i> ; há um adjunto adverbial de natureza aparente e meramente temporal (<i>após a reeleição</i>), cuja função é explicitar um marco histórico e o início de uma trajetória de derrotas após uma vitória, que não é explicitada, apresentada, noticiada.					
Iconicidade diagramática	Alta iconicidade de quantidade. São dois conceitos implicados na manchete: 1) Câmara se impor + 2) Câmara derrotar Dilma; há quatro palavras (<i>impõe; primeira; após; reeleição</i>) ampliando o núcleo da ideia: Câmara derrota Dilma. O uso do adjunto adverbial de tempo não parece ser meramente circunstancial – e não é a resposta ao <i>Quando?</i> do <i>lead</i> .					
Metáforas e metonímias	Metonímia e personificação em <i>Câmara</i> , no lugar de deputados; metonímia em <i>Dilma</i> , no lugar de <i>Presidência da República</i> . Não foi especificamente Dilma a derrotada, como se fosse uma eleição. A <i>derrota</i> , para manter a expressão da manchete, foi de uma proposta de regulamentação enviada pelo Planalto. Soma das duas aumenta o valor do argumento sujeito/tópico/agente; em contraponto, o argumento <i>Dilma</i> destaca o valor de indivíduo, que aqui está desprovido da força institucional que deveria ser explicitada (a Presidência da República).					
Frames	Dilma derrotada pela Câmara. Câmara mais poderosa que Dilma; Dilma fraca					
Inferências sugeridas e seus efeitos	Câmara mais poderosa que Dilma; Dilma não tem poderes					

Eixo 2: EDC 307) 29/out Folha Câmara impõe primeira derrota de Dilma após a reeleição

Escolhas lexicais/Sinônimos	<i>Impor</i> , verbo de alta agentividade, pressupõe uma hierarquia de um mais forte, que impõe, e de um mais fraco, que sofre e cumpre tal imposição; <i>primeira derrota</i> , sinalizando que esta foi a primeira de outras que virão na sequência. <i>Derrotar</i> no lugar de vetar; <i>Dilma</i> no lugar de Planalto / governo.
Modo / Tempo / Aspecto / Modalização	Presente do Indicativo com valor de pretérito perfeito. Ação concluída, perfectiva. Modo <i>realis</i> .
Tópico	O assunto é a derrota de Dilma, imposta pela Câmara.
Vagueza	A derrota não foi especificada.
Implicaturas / pressuposições	Câmara impôs derrota a Dilma; logo, Câmara é mais forte e mais poderosa que Dilma; Dilma deve se curvar diante da Câmara. E se esta foi a primeira derrota, pressupõe-se que mais derrotas podem vir na sequência; destituída da capa de <i>presidente</i> , tratada como um indivíduo, pois só se usa o termo <i>Dilma</i> , parece que a derrota é imposta à pessoa, à mulher; o adjunto adverbial, aparentemente temporal, é um marco histórico, um divisor de águas. <i>Após a reeleição</i> aciona a ideia de que Dilma foi reeleita e imediatamente derrotada. A ideia da vitória eleitoral é apagada com a construção <i>primeira derrota após reeleição</i> . É como se a reeleição fosse o prenúncio de uma série de derrotas anunciadas.
Estereótipos	Dilma derrotada; homens fortes; mulher frágil; imposição dos homens da Câmara, que são imensa maioria.

Eixo 3 – A manchete sob a perspectiva jornalística

A notícia propriamente dita, que é o veto à regulamentação dos Conselhos Populares, não está contemplada no título. A reportagem, consultada para a elaboração desta análise, também dá destaque à *derrota de Dilma*, e pouco conta a respeito do conteúdo do veto. Temos, portanto, um *lead* que não corresponde aos fatos (Câmara veta projeto de lei do Planalto que regulamentava Conselhos Populares), uma manchete e um enquadramento jornalístico de notícia que não resumem o factual propriamente dito. A manchete, no entanto, cumpre com as funções de atrair leitores para o texto de um jornal, forjar uma realidade paralela em que Dilma foi derrotada – e não reeleita – e trabalhar pelo isolamento político e social do PT no cenário nacional.

317) 29/out O Globo Câmara derrota Dilma e veta conselhos populares

Eixo1: LCU

	Câmara	Derrota	Dilma	/e (Câmara)	veta	conselhos populares	Análise
Sintaxe	Sujeito Oração 1/ Oração 2	VTD Oração 1	Objeto direto Oração1	Conjunção (sujeito)	VTD Oração2	Objeto direto Oração 2	Duas orações independentes, que compartilham o mesmo sujeito (<i>Câmara</i>), concatenadas por uma conjunção coordenativa aditiva.
Semântica	Agente		Paciente	Aditiva (agente)		Paciente	Há uma relação de consequência e causa entre elas, tornando-as, no plano funcional, dependentes.
Pragmática	Tópico		Foco	Tópico		Foco	Temos uma oração como tópico, e outra como foco, cada qual com seu tópico e seu foco.
Categorização/relações prototípicas	O alinhamento sujeito/agente/tópico é prototípico, mas Câmara é sujeito com baixa agentividade, portanto é sujeito não-prototípico.						
Estratégias de voz e valência verbal	Voz ativa: projeção da <i>Câmara</i> como sujeito agente e de <i>Dilma</i> como objeto direto paciente.						
Iconicidade diagramática	Iconicidade de ordem sequencial de fatos (GIVÓN, 1991). Houve inversão da ordem dos fatos e, conseqüentemente, da causação. (<i>Câmara veta conselhos populares</i> → <i>Câmara derrota Dilma</i> é a seqüência natural dos fatos, com causa e efeito). Esses dois conceitos foram juntados explicitamente: derrota e o veto. A notícia em si deveria ser apenas o veto aos Conselhos Populares. O resto é aumento de dados linguísticos com o objetivo de dar maior complexidade e consequência conceitual ao noticiado, destacando em primeiro plano a Câmara derrotando Dilma.						
Metáforas e metonímias	Metonímia e personificação em <i>Câmara</i> , no lugar de deputados; metonímia em <i>Dilma</i> , no lugar de <i>Presidência da República</i> . Não foi especificamente Dilma a derrotada, como se fosse uma eleição. A <i>derrota</i> , para manter a expressão da manchete, foi de uma proposta de regulamentação enviada pelo Planalto.						
Frames	Câmara poderosa; Dilma fraca; Câmara melhor que Dilma; Dilma incompetente.						
Inferências sugeridas e seus efeitos	Câmara é mais poderosa que Dilma.						

Eixo 2: EDC 317) 29/out O Globo Câmara derrota Dilma e veta conselhos populares

Escolhas lexicais/sinônimos	<i>Derrotar</i> no lugar de <i>vetar</i> ; <i>Dilma</i> no lugar de <i>Planalto / governo</i> .
Modo / Tempo / Aspecto/Modalização	Presente do Indicativo, com valor de pretérito perfeito do indicativo. Modo <i>realis</i> , da certeza. Aspecto perfectivo, de ação concluída.
Tópico	A derrota de Dilma pela Câmara.
Vagueza	
Implicaturas / pressuposições	Se a Câmara derrotou Dilma, então a presidente não é tão poderosa quanto se supunha.
Estereótipos	Mulher frágil; Homem é mais forte que mulher.

Eixo 3 – A manchete sob a perspectiva jornalística

A notícia factual propriamente dita – o veto da Câmara à regulação dos Conselhos Populares – está contemplada na manchete, porém não é o assunto principal, e sim apresentado como consequência dele – o veto aos conselhos populares é uma derrota da Câmara a Dilma. Essa organização lógica leva a uma editorialização da manchete, como se derrotar Dilma fosse obrigação da Câmara. Mais uma vez, temos um *lead* com enquadramento diferente (o enquadramento factual seria *Câmara veta proposta do Planalto de regulação de Conselhos Populares*), mas é uma manchete que responde a esse *lead*.

318) 29/out O Globo Câmara derruba decreto de Dilma que criava conselhos populares
Eixo 1: LCU

Câmara derruba decreto de Dilma /que criava conselhos populares							Análise
Sintaxe	Sujeito Oração 1	VTD	Objeto Direto	Sujeito Oração 2	VTD	Objeto Direto	Uma oração principal e uma oração subordinada adjetiva restritiva. O sujeito formal da oração subordinada é <i>que</i> , que retoma o SN <i>decreto de Dilma</i> .
Semântica	Agente		Paciente	Agente		Paciente	O conteúdo da manchete interna é mais fidedigno à notícia: Câmara derruba decreto de Dilma. A palavra <i>derrota</i> sumiu, mas o conceito de GUERRA continua ativo e ainda mais físico no verbo <i>derrubar</i> . Dilma é agente da oração subordinada, provavelmente por serem os conselhos populares algo ideologicamente questionável por uma parcela da sociedade brasileira.
Pragmática	Tópico		Foco	Tópico		Foco	
Categorizações / Relações prototípicas	O alinhamento sujeito/agente/tópico é prototípico, mas Câmara é sujeito com baixa agentividade, portanto é sujeito não-prototípico; o pronome relativo <i>que</i> retoma o SN <i>decreto de Dilma</i> , mas pela proximidade e pelos traços semânticos de <i>Dilma</i> é ela a candidata mais prototípica a preencher o papel de sujeito de <i>criava</i> . Logo, foi Dilma a derrubada, e não seu decreto						
Estratégias de voz e valência verbal	Voz ativa, valência normal						
Iconicidade diagramática	Alta iconicidade de quantidade. Uma estrutura complexa, subordinada, associando informações igualmente complexas, o que extrapola a expectativa da estrutura oracional simples das manchetes.						
Metáforas e metonímias	Metonímia e personificação em <i>Câmara</i> , no lugar de deputados. Metonímia em <i>Dilma</i> , em lugar de Presidência da República. Isso evidencia um desequilíbrio de forças: instituição (<i>Câmara</i>) versus pessoa (<i>Dilma</i>). A metáfora conceitual da GUERRA é expressa por uma nova forma: o verbo <i>derrubar</i> . Isso coloca um traço físico de embate.						
Frames	Câmara impediu Dilma de criar conselhos populares, que são entendidos em nossa sociedade como símbolo de um pretenso bolivarianismo.						
Inferências sugeridas e seus efeitos	Dilma queria criar os conselhos populares para enfraquecer o Congresso e fortalecer o que viria a ser um governo tipificado pela Direita como comunista / bolivarianista. O PT é comunista / bolivarianista.						

Eixo 2: EDC 318) 29/out O Globo Câmara derruba decreto de Dilma que criava conselhos populares

Escolhas lexicais / sinônimos	Verbo <i>derrubar</i> no lugar de <i>derrotar</i> , que aparece na manchete da capa, é também metafórico e desenvolve a metáfora conceitual da GUERRA. Esse conceito não parece condizente com as relações que deveriam existir entre Legislativo e Executivo;
Modo / Tempo / Aspecto / Modalização	Verbo <i>criar</i> no pretérito imperfeito do indicativo, apontando para uma ação num passado mais duradouro, que foi <i>cancelada</i> pelo verbo <i>derrubar</i> ; verbo <i>derrubar</i> no presente do Indicativo, com valor de pretérito perfeito. Modo <i>realis</i> , da certeza, aspecto perfectivo, pontual, menos duradouro. A <i>criação</i> do decreto foi duradoura, mas a <i>derrubada</i> foi pontual, imediata, precisa.
Tópico	O assunto discutido nesta manchete é o decreto de Dilma que criava conselhos populares e que foi derrubado pela Câmara, sempre pela perspectiva de mostrar a Câmara mais poderosa do que Dilma.
Implicaturas / pressuposições	Dilma, a pessoa, criou conselhos populares por meio de um decreto. A Câmara, instituição, acabou com isso, ao derrubar o decreto.
Estereótipos	Mulher inconsequente, mulher prepotente; mulher mandona que cria decretos.

Eixo 3: a manchete sob a perspectiva jornalística

Sob o ponto de vista meramente técnico dos manuais de redação, a manchete contempla todos os requisitos: resume as informações do *lead* e atrai para o texto que precede.

320) 30/out Folha Presidente do Senado promete impor nova derrota a Dilma

Eixo1: LCU

Presidente do Senado promete/ impor nova derrota a Dilma					Análise
Sintaxe	Sujeito das orações 1 e 2	VTD Oração 1	VTDI Oração 2	Objeto direto da oração 1* Objeto indireto da oração 2 ou da oração 1	Temos uma oração principal e uma oração subordinada substantiva objetiva direta reduzida de infinitivo que compartilham o mesmo sujeito; há maior coesão entre a primeira ideia e a segunda; * <i>a Dilma</i> tanto pode ser objeto indireto de O1 (O Presidente do Senado promete a Dilma impor(-lhe) nova derrota) ou de O2 (O Presidente do Senado promete (a alguém) impor nova derrota a Dilma).
Semântica	Agente		Tema	Paciente/alvo /receptor	<i>Prometer</i> é verbo que remete a ações futuras
Pragmática	Tópico		F (a oração 2): F1 (<i>nova derrota</i>) e F2 (<i>a Dilma</i>)		O tópico é identificado pelo cargo que ocupa no Poder Legislativo, e não por seu nome. Temos uma instituição personificada no presidente como tópico da oração, e focalização em <i>nova derrota a Dilma</i> .
Categorização/relações prototípicas	O alinhamento sujeito/agente/tópico é prototípico; desta vez, temos um sujeito agentivo prototípico: humano, com volição, capaz de comandar as próprias ações e se responsabilizar por elas etc. (importante lembrar: estamos no campo da sintaxe/semântica). <i>Dilma</i> foi posta no Objeto Indireto em posição final.				
Estratégias de voz e valência verbal	Não há uma estratégia de mudança de voz e valência típica, mas o uso de uma oração como objeto direto do verbo <i>prometer</i> abriu espaço para a explicitação de um novo OD (<i>nova derrota</i>) e de um OI (<i>a Dilma</i>).				
Iconicidade diagramática	Dois verbos na sequência aumentam a possibilidade de combinação de dados linguísticos. Maior integração entre os conceitos promovida pela integração estrutural entre as orações, a qual é feita de maneira mais direta, sem conectivo e com verbo no infinitivo.				
Metáforas e metonímias	Metáfora conceitual da GUERRA identificada em <i>derrota</i> e <i>impor</i> . Apresenta-se a ideia de que as relações entre o Planalto e o Congresso são belicosas, o que leva os leitores à sensação de insegurança por causa dessa desarmonia. E, além disso, há metonímia em <i>a Dilma</i> , usada em lugar de <i>Presidente da República</i> . Esse fato reforça a aparente quebra de isonomia de poderes.				
Frames	GUERRA e INSEGURANÇA; HIERARQUIA/DESEQUILÍBRIO entre os poderes (Presidente do Senado mais forte que Dilma; Dilma sem poderes)				

Inferências sugeridas e seus efeitos	Presidente do Senado é mais poderoso do que Dilma e há uma guerra entre os poderes. O país está instável.
---------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------

Eixo 2: EDC 30/out Folha **Presidente do Senado promete impor nova derrota a Dilma**

Escolhas lexicais / sinônimos	Depois da <i>primeira derrota</i> (cf. 307/308), temos uma <i>nova derrota</i> ; o verbo <i>impor</i> evidencia uma hierarquia; <i>presidente do Senado</i> , destacando o cargo – e, conseqüentemente, a importância deste – para a manchete. <i>Presidente do Senado</i> dá a dimensão da importância institucional de uma pessoa, enquanto o nome próprio <i>Dilma</i> retira poderes e reduz a importância daquela que detém o cargo de Presidente da República; instituição X indivíduo.
Modo / Tempo / Aspecto / Modalização	O verbo <i>prometer</i> está no modo indicativo (<i>realis/certeza</i>) e projeta ações futuras; verbo <i>impor</i> no infinitivo transmite a ideia de que a imposição de uma nova derrota pode acontecer a qualquer tempo, em qualquer modo, no singular ou no plural. A imposição de derrotas, portanto, <i>tende ao infinito</i> . Caso o conectivo <i>que</i> fosse usado, o verbo obrigatoriamente teria de assinalar um espectro temporal, no caso o futuro (<i>Presidente do Senado promete que irá impor...</i>). O efeito dessa ausência é o uso do infinitivo, o que implica uma não especificação de tempo.
Tópico	O assunto aqui tratado é o maior poder do presidente do Senado contra Dilma, capaz de impor-lhe novas derrotas.
Vagueza	Nova derrota pressupõe que outra(s) derrota(s) já ocorreu(ram). Mas essas derrotas não são especificadas. Assim como não fica claro se será apenas uma nova derrota ou mais de uma.
Implicaturas / pressuposições	Se o presidente do Senado, assim como a Câmara, consegue impor derrotas a Dilma, temos uma presidente fraca, em comparação aos outros Poderes da República, que estão fortes. Dilma vai ser sumariamente derrotada pelo Poder Legislativo mais uma/algumas vez(es).
Estereótipos	Mulher é fraca e incapaz.

Eixo 3: a manchete sob a perspectiva jornalística:

A se considerarem as prescrições dos manuais de redação, a manchete é factual, contempla as respostas às principais perguntas do *lead* e convida o leitor a ler a notícia que precede.

321) 30/out Folha Congresso ameaça impor novas derrotas a Dilma no plenário

Eixo1: LCU

	Congresso	ameaça/	impor	novas derrotas	a Dilma	no plenário	Análise
Sintaxe	Sujeito	VTD	VTD	Objeto direto	Compl nominal do objeto direto	Adjunto adverbial	Há uma oração principal e uma oração subordinada substantiva objetiva direta reduzida de infinitivo, ligadas sem conectivo (ver modo/tempo/aspecto), que compartilham o mesmo sujeito.
Semântica	Agente			Tema	alvo	lugar	
Pragmática	Tópico			Foco (F1: novas derrotas; F2: a Dilma)			O tópico é o Congresso; o foco são as derrotas a Dilma
Categorização/relações prototípicas	O alinhamento sujeito/agente/tópico é prototípico, mas <i>Congresso</i> é sujeito com baixa agentividade, portanto é sujeito não-prototípico. Por outro lado, metonimicamente <i>Congresso</i> representa todos os senadores e todos os deputados; o efeito acaba sendo de maior força agentiva.						
Estratégias de voz e valência verbal	voz ativa; período composto.						
Iconicidade diagramática	Dois verbos, constituindo cada um deles uma oração, aumentam a possibilidade de combinação de dados linguísticos. Maior integração entre os conceitos promovida pela integração estrutural entre as orações, a qual é feita de maneira mais direta, sem conectivo e com verbo no infinitivo.						
Metáforas e metonímias	Metonímia em <i>Congresso</i> , no lugar de deputados e senadores. Metonímia em <i>Dilma</i> . Não foi especificamente Dilma a derrotada, como se fosse uma eleição. A <i>derrota</i> , para manter a expressão da manchete, foi de uma proposta do Palácio do Planalto. Metáfora conceitual da GUERRA identificada em <i>derrota</i> e <i>impor</i> . Apresenta-se a ideia de que as relações entre o Planalto e o Congresso são belicosas, o que leva os leitores à sensação de insegurança por causa dessa desarmonia. E, além disso, há metonímia em <i>a Dilma</i> , usada em lugar de <i>Presidente da República</i> . Esse fato reforça a aparente quebra de isonomia de poderes. O verbo <i>ameaçar</i> reforça a metáfora, como uma medição de forças prévias ao Grande Embate.						
Frames	GUERRA e INSEGURANÇA; HIERARQUIA/DESEQUILÍBRIO entre os poderes (Congresso mais forte que Dilma; Dilma sem poderes)						

Inferências sugeridas e seus efeitos	O Congresso tem poderes sobre Dilma. Esses poderes serão usados para neutralizá-la. O adjunto adverbial de lugar <i>no plenário</i> traz a sensação de ações oficiais e constitucionais de um Poder da República, numa forma de legitimizar a ameaça feita.
---------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Eixo 2: EDC 321) 30/out Folha Congresso ameaça impor novas derrotas a Dilma no plenário

Escolhas lexicais / Sinônimos	Verbo <i>ameaçar</i> , de semântica altamente negativa e beligerante; <i>novas derrotas</i> no plural, dando a ideia de que Dilma será vítima de mais de uma derrota; <i>no plenário</i> deixa claro que, por se tratar de instituição, tudo ocorrerá dentro da legalidade, dentro do previsto e com a força de todos, do pleno.
Modo / Tempo / Aspecto / Modalização	O verbo <i>ameaçar</i> está no presente do indicativo, sem ideia de passado recente. Modo <i>realis</i> , da certeza. Verbo <i>impor</i> no infinitivo transmite a ideia de que novas derrotas podem acontecer a qualquer tempo, em qualquer modo, no singular ou no plural. A ameaça de novas derrotas, portanto, <i>tende ao infinito</i> . Caso o conectivo <i>que</i> fosse usado, o verbo obrigatoriamente teria de assinalar um espectro temporal, no caso o futuro (<i>Congresso ameaça que irá impor...</i>). O efeito dessa ausência é o uso do infinitivo, o que implica uma não especificação de tempo.
Tópico	A força do Congresso contra a fragilidade de Dilma diante de novas derrotas que se anunciam contra ela – isso tudo 96 horas após sua vitória na reeleição.
Vagueza	As novas derrotas a serem impostas a Dilma não estão especificadas, podendo ser de qualquer tipo.
Implicaturas / pressuposições	Temos todas as instâncias do Poder Legislativo ameaçando Dilma. O combate será implacável, e Dilma poderá estar cada vez mais fraca, cercada e acuada. Dilma é frágil, não tem poderes contra Câmara, Senado e Congresso reunidos contra ela.
Estereótipos	Mulher fraca e incapaz.

Eixo 3: manchete sob a perspectiva jornalística. 321) 30/out Folha Congresso ameaça impor novas derrotas a Dilma no plenário

Ainda que o manual de redação da *Folha* não traga nenhuma instrução explícita sobre como proceder com relação a declarações, cabe a pergunta aqui: o que dizer da precisão e da objetividade de uma manchete que traz supostas (porque sem aspas) declarações e ameaças de... uma metonímia? Quem no Congresso fez ameaças? Quem é a fonte das declarações estampadas na manchete interna da *Folha*?

A leitura do *lead* da notícia⁸⁹ traz verbos bem menos impactantes do ponto de vista semântico, e um sujeito que é mais restrito, mas não muito explícito: “A cúpula do Congresso **indicou** nesta quarta-feira (29) que **pretende impor** novas derrotas à presidente Dilma Rousseff [...]” (grifos nossos). *Indicar* e *pretender* são verbos semanticamente bem diferentes de *ameaçar*, e *cúpula do congresso* é uma fonte que continua no campo da metonímia. Apenas no segundo parágrafo da notícia obtém-se a informação de que as declarações foram dadas por Renan Calheiros, presidente do Senado – e sujeito da manchete de capa.

O emprego de sujeitos/fontes diferentes para se referir a uma mesma reportagem que recebeu uma chamada na capa e foi ampliada nas páginas internas teve um efeito de *aumento de volume* da oposição a Dilma – mas por que usar essa estratégia? É apenas para *não repetir palavras* ou é má-fé dos editores do jornal?

Concluimos que os títulos da *Folha* (cf. 321 e 322) foram a(du)lterados pelos editores de capa, com intenções evidentemente editorializantes.

A opção pelo verbo *ameaçar* foi extremamente infeliz. Congresso é a instância máxima do Poder Legislativo. É um dos Poderes da República, constitucionalmente amparado. Não pode e não deve ameaçar.

⁸⁹ Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/poder/2014/10/1540513-congresso-ameaca-impor-novas-derrotas-a-dilma-no-plenario.shtml>>. Acesso em 11 dez. 2017.

332) 30/out *O Globo* Senado ameaça também derrotar Dilma

Eixo1: LCU

Senado ameaça /também derrotar Dilma					Análise
Sintaxe	Sujeito	VTD + advérbio	VTD	Objeto direto	Há uma oração principal e uma oração subordinativa substantiva objetiva direta reduzida de infinitivo, que compartilham o mesmo sujeito.
Semântica	Agente		Paciente		
Pragmática	Tópico		Foco		<i>Senado</i> é tópico; <i>derrotar Dilma</i> é o foco.
Categorização/relações prototípicas	O alinhamento sujeito/agente/tópico é prototípico, mas <i>Senado</i> é sujeito com baixa agentividade, portanto é sujeito não-prototípico.				
Estratégias de voz e valência verbal	Voz ativa; período composto.				
Iconicidade diagramática	A composição dos verbos <i>ameaçar</i> e <i>derrotar</i> , mais o advérbio <i>também</i> , aumentam a iconicidade diagramática da manchete. Novamente temos maior integração entre os conceitos promovida pela integração estrutural entre as orações, feita sem conectivo e com verbo no infinitivo.				
Metáforas e metonímias	Metonímia e personificação em <i>Senado</i> , no lugar de <i>Senadores</i> . Metonímia em <i>Dilma</i> . Não foi especificamente Dilma a derrotada, como se fosse uma eleição. A <i>derrota</i> , para manter a expressão da manchete, foi de uma proposta de regulamentação enviada pelo Planalto.				
Frames	Senado poderoso; Dilma derrotada; Senado controla Dilma; Dilma fraca; Dilma sem poderes.				
Inferências sugeridas e seus efeitos	O advérbio <i>também</i> opera uma série de inferências na frase: se o Senado <i>também</i> ameaça derrotar, é sinal de que outros já ameaçaram derrotar Dilma. Existe uma combinação de poderes que ameaçam e derrotam Dilma.				

Eixo 2: EDC 332) 30/out *O Globo* Senado ameaça também derrotar Dilma

Escolhas Lexicais / Sinônimos	<i>Ameaçar derrotar</i> – dois verbos combinados de forma negativa; <i>também</i> – dando a ideia de que outros já realizaram tal ação contra Dilma; <i>Senado</i> no lugar de <i>Senadores</i> ; <i>Dilma</i> no lugar de <i>Presidência/Presidente da República</i> .
Modo / Tempo / Aspecto / Modalização	O verbo <i>ameaçar</i> está no presente do indicativo, sem ideia de passado recente. Modo <i>realis</i> , da certeza. Verbo <i>impor</i> no infinitivo transmite a ideia de que a ameaça de uma nova derrota pode acontecer a qualquer tempo, em qualquer modo, no singular ou no plural. A ameaça de derrotas, portanto, <i>tende ao infinito</i> .
Tópico	O assunto desta manchete é mais um sujeito institucional que ameaça derrotar Dilma. Existe uma combinação de forças que estão agindo contra Dilma.
Vagueza	Não se explica por que nem como derrotar Dilma. O importante é ameaçar também derrotar Dilma.
Implicaturas / pressuposições	O Poder Legislativo está unido contra Dilma. De um lado, temos uma Instituição de Poder (Senado), e de outro, uma pessoa – Dilma. A omissão dos enunciadores das manchetes (jornais, jornalistas, imprensa) em criticar ou desaprovar a ameaça os torna coniventes ou coincidentes com essa atitude.
Estereótipos	Mulher fraca; mulher burra, homem poderoso

Eixo 3: a manchete sob a perspectiva jornalística

Se o manual da *Folha* não é claro quanto à redação de títulos, Garcia (2005, p. 53) prescreve: “Declarações só podem constar de títulos se a fonte estiver indicada neles ou em antetítulo”. Salvos pelo gongo, pois o antetítulo informa que as declarações foram dadas pelo “Presidente da Casa”. Ainda assim, a escolha do verbo derrotar permanece questionável, em se tratando do presidente de uma das Casas do Poder Legislativo brasileiro. No mais, temos um título vago, que não esclarece que derrotas são essas que ameaçam Dilma. Trata-se de título fraco do ponto de vista factual – o que evidencia que a reportagem não trouxe grandes novidades a serem apresentadas ao público leitor do jornal.

Eixo 1: LCU

	Renan avisa:/ próxima derrota de Dilma será no Senado					Análise
Sintaxe	Sujeito Oração ¹	VTD	SujO2	VL	Adjunto adverbial	Uma oração principal e uma oração subordinativa subjéctiva objectiva directa, sem conectivo.
Semântica	Agente				Predicador de situação	
Pragmática	Tópico	Foco		O tópico principal é o aviso de Renan; o foco é a <i>próxima derrota de Dilma</i> . Topicalização em <i>Renan avisa;</i> , que destaca a fala do enunciador.		
Categorização/relações prototípicas	O alinhamento sujeito/agente/tópico é prototípico. Desta vez, o sujeito é uma pessoa, um indivíduo (homem), e não uma instituição.					
Estratégias de voz e valência verbal	Voz activa; embora não seja uma estratégia tradicional de aumento de valência, o uso de dois verbos na manchete acaba compondo um aumento de valência.					
Iconicidade diagramática	Existem três ideias combinadas nessa estrutura oracional: o aviso de Renan, a iminência de mais uma derrota de Dilma, e o local onde tal derrota se dará (<i>no Senado</i>).					
Metáforas e metonímias	Novamente, metonímia em <i>Dilma</i> . A referência à Presidência da República desapareceu. A sensação é de que a derrota é pessoal e intransferível contra a pessoa Dilma Rousseff, pois ela deve ser sumariamente derrotada de agora em diante, já que isto não foi possível durante as eleições. Renan, presidente do Senado/Congresso, é tomado pelo todo.					
Frames	Dilma derrotada; Renan forte; Dilma fraca; Dilma acuada; Dilma não se sustenta; homem manda em mulher; homem é forte, mulher é fraca.					
Inferências sugeridas e seus efeitos	Todos estão unidos contra Dilma, com o objetivo de derrotá-la. O termo “próxima” indica que já houve derrota anterior ou derrotas anteriores em outra instância.					

Eixo 2: EDC 333) 30/out *O Globo* Renan avisa: próxima derrota de Dilma será no Senado

Escolhas lexicais / sinônimos	<i>Renan</i> , no lugar de Presidente do Senado; <i>próxima derrota</i> , dando a entender que já houve (mais de) uma derrota(s), e outras se anunciam num futuro próximo, médio e distante. Verbo <i>avisar</i> é também uma maneira de <i>ameaçar</i> .
Modo / Tempo / Aspecto / Modalização	Verbo <i>avisar</i> no presente do indicativo, modo <i>realis</i> , da certeza; verbo <i>ser</i> no futuro do presente do indicativo, modo <i>realis</i> também.
Tópico	Mais uma derrota para Dilma, desta vez no Senado, capitaneada por Renan.
Vagueza	Não se especifica como e por que tal derrota se dará. Apenas deixa-se clara sua ameaça. Também não está claro a quem Renan está avisando, muito embora o destinatário do aviso esteja bem claro: <i>Dilma Rouseff</i> .
Implicaturas / pressuposições	As derrotas contra Dilma se dão na Câmara, no Congresso e no Senado. Nesta manchete, evidencia-se que existe uma orquestração dessa sucessão de derrotas. Um dos líderes desse conjunto de derrotas contra Dilma é Renan – que controla o Senado.
Estereótipos	Homens poderosos; mulheres fracas e delicadas

Eixo 3: a manchete sob a perspectiva jornalística

Temos um novo sujeito na manchete interna, em comparação com a chamada de capa (cf. 333) de *O Globo*. A chamada de capa informava do Senado, a manchete interna fala de Renan, o presidente da Casa. Do ponto de vista jornalístico, a troca de sujeito enunciador gera imprecisões e confusões. Novamente, manchete fraca que fala de algo que não aconteceu – e sobre isso, Garcia (2005, p. 53) diz: “É de boa técnica evitar a impressão de que não há notícia a registrar. ‘Fulano não foi depor’ deixa o leitor indiferente [...] Muito melhor, conforme o caso: ‘Fulano foge do depoimento’, ‘Fulano se recusa a depor’”. Na verdade, o jornalismo agradece se o não-depoimento de Fulano for motivo de reportagem. Como no caso desta manchete: qual é a verdadeira notícia a ser entregue ao leitor? Uma declaração qualquer de Renan sobre uma votação que tão cedo não se realizaria – e não se realizou, como veremos na análise final da Derrota Collection Week – ou a insatisfação macro e geral de Câmara e Senado em sua relação com o Poder Executivo?

3.2.1.2 Observações sobre as análises

Temos então oito manchetes anômalas que celebram um desfile de derrotas nas passarelas das chamadas de capa ou chamadas internas que, ao fim e ao cabo, revelaram-se apenas uma *derrota*. Não foi uma *coleção de derrotas*, mas uma mesma derrota *repaginada*.

Essa coleção de derrotas cria um *frame* de supressão de poderes de Dilma por parte do Poder Legislativo, na semana de sua reeleição, numa sucessão de manchetes que conseguiram o efeito de fazer com que Câmara, Senado e Congresso apagassem a vitória de Dilma.

A se considerar uma relação constitucionalmente prevista entre dois Poderes da República (O Poder Executivo envia projetos de lei para a Câmara dos Deputados, um dos integrantes do Poder Legislativo, junto com o Senado, que têm, ambos, a prerrogativa constitucional de aprová-los ou rejeitá-los), o desfile de derrotas *exagerou no tom e carregou na agressividade*. Dilma foi reeleita, porém sucessivamente derrotada – uma *aposta para a tendência da estação 2015-2019*.

Não à toa, Santos e Guazina (no prelo) descobriram em seu levantamento que a primeira vez em que a palavra *impeachment* foi usada com relação a Dilma Rousseff na capa da *Folha de São Paulo* foi no dia 2 de novembro de 2014, dois dias após o fim do intervalo de aquisição de nosso *corpus*, e sete dias após a reeleição da candidata do PT.

Semanticamente, alguns detalhes nos chamaram a atenção. A começar pelos atores gramaticais. Todas as manchetes enunciavam verbos bem agentivos, comandados por sujeitos/agentes com um perfil único: instituições do Poder Legislativo brasileiro. Essas instituições foram personificadas (LAKOFF e JOHNSON, 1980), antropomorfizaram-se e assumiram um dado perfil psicológico. Na passarela da Derrota Collection Week, esses modelos entravam com um único objetivo: *arrasar com o inimigo*.

Também nos chamou a atenção o fato de que todos os sujeitos das manchetes do dia 29 coincidiram: *Câmara*. Talvez porque as manchetes do dia 29 traziam o fato ocorrido. Jornalisticamente, houve um claro reenquadramento da notícia factual, que deixou de ser a derrota do projeto de criação dos Conselhos Populares e se tornou a “primeira derrota de Dilma”. A intersubjetivação (TRAUGOTT, 2010) estruturalmente trabalhada atendia aos anseios de parte do eleitorado brasileiro que, após uma eleição de ânimos completamente acirrados, queria ver Dilma derrotada.

No dia 30, tanto *O Globo* quanto *Folha* buscaram *variar* o sujeito da chamada de capa e o sujeito da manchete interna. Isso causa no leitor mais desavisado a sensação de estar lendo duas informações diferentes, e *perceber* que todo mundo está contra Dilma: Câmara, Congresso, Senado, Presidente do Senado e Renan.

Do lado de lá do verbo, na posição de objeto direto ou complemento nominal do objeto direto, (cuja função é sofrer a alteração do estado final imposta pelo sujeito), não figurou em momento algum a palavra *governo* – o verdadeiro derrotado, numa relação institucional entre os poderes Executivo e Legislativo. A palavra estampada pelas manchetes era uma única, nas funções de paciente ou alvo/meta: Dilma. Uma pessoa que estava no cargo de Presidente da República e teve sua reeleição confirmada dias antes. Dilma, porém, não foi tratada como Presidente. Sobre essa pessoa pesaram os poderes da Câmara, do Congresso, do Senado e do Presidente do Senado, que foi identificado em uma manchete interna (334).

A *periferia* do substantivo *derrota* é outro destaque em nossa análise. Sempre um modificador em torno da *derrota*. Nas manchetes do dia 29, a derrota era *primeira*. No dia 30, a derrota foi modificada por *nova*, adjetivo que a acompanhou no plural *novas derrotas*, e ainda pelo adjetivo *próxima*. A sensação causada por essa sucessão de manchetes é de uma líder de Estado isolada, enfraquecida e sem rumo – na semana de sua reeleição.

Outro detalhe digno de nota é a alta iconicidade diagramática, com muita quantidade de dados linguísticos, constante de todas as manchetes analisadas neste tópico. Como alerta Givón (1991), a base cognitiva do princípio de quantidade deve ser buscada nas áreas de **atenção** e **esforço mental**, assim como **atribuição de prioridade** (grifos do autor). Muitos dados linguísticos sequenciados fazem a atenção do leitor se dispersar.

Até aqui evitamos usar a palavra *mulher* para designar Dilma Rousseff, e de propósito. Não há dúvidas com relação ao fato de que em 306, 307, 317, 318, 320 e 321 temos uma *instituição versus* um *indivíduo*. Julgamos desnecessário apontar o gênero desse indivíduo, uma vez que instituição tem mais poder que indivíduo. Em 333, no entanto, a diferença na estrutura da construção é evidente: há um *homem* (Renan) mais poderoso que uma *mulher* (Dilma) (grifos nossos). Ainda assim, fazemos questão de não destacar demais esse dado (até porque 334 é uma manchete interna referida em chamada de capa (332), em que a dicotomia instituição X indivíduo está presente).

Temos, neste conjunto de manchetes analisadas, outras sete estruturas que reforçam a dicotomia instituição contra indivíduo. A mensagem semântica dessa estrutura é muito mais evidente e significativa – e menos clichê. Temos sujeitos poderosos, fortes, constitucionais e, principalmente, *oficiais*. O indivíduo Dilma Rousseff perdeu sua roupa institucional. Perdeu poderes, perdeu força, perdeu destaque, perdeu importância.

Nesse *catwalk*⁹⁰ de gosto bem duvidoso, outro detalhe da *coleção* nos saltou à vista. O exagero no uso do verbo *ameaçar*, de semântica fortemente negativa. Ameaçar significa

⁹⁰ “Em inglês, a passarela onde modelos exibem as roupas durante um desfile de moda chama-se *catwalk* [...]. A referência é feita às habilidades do gato, que consegue andar sem cair em qualquer passagem muito estreita, como em cima de um muro.” Disponível em: <http://www.teclasap.com.br/o-que-catwalk-significa/>. Acesso em 5 jul. 2017.

- 1 t.d. fazer ameaças a; meter medo a
- 2 t.d.bit. (prep.: de) prometer (algo mau); anunciar (castigo, dano, prejuízo)
- 3 t.d.,t.i.int. (prep.: a) estar prestes a, estar na iminência de acontecer, de se fazer presente, de chegar
- 4 t.d.; p.ext. colocar em perigo; prejudicar
- 5 t.d.; fig. fazer menção de (praticar algum ato); mostrar intenção de
- 6 t.d.; fig. estar perto de alcançar; aproximar-se
(HOUAISS, 2009)

Nenhuma das definições desse verbo confere estilo ou elegância ao sujeito que o comanda. *Ameaçar* é verbo executado por covardes ou por bandidos (como se uma qualidade excluísse a outra). Ainda que *vestido para causar* na passarela desta *Derrota Collection Week*, *ameaçar* não é verbo a ser comandado por um sujeito do porte de um Senado ou um Congresso. A esses sujeitos não cabe ameaçar, e sim fazer as leis.

Aliás, é interessante observar que o sintagma *vitória de Dilma* não figurou nas manchetes de 27 de outubro que noticiavam o fato. A palavra usada foi *reeleição*. Com relação a Aécio, é curioso perceber que as manchetes sobre os resultados propriamente ditos do segundo turno das eleições presidenciais de 2014 não combinaram as palavras *derrota* e *Aécio*. O senador tucano, que foi efetivamente derrotado por Dilma Rousseff no domingo 26 de outubro, surgiu na Folha Online no dia 27 de outubro com a chamada *Minas falhou com Aécio*⁹¹ (personificação e metonímia em *Minas*, que substitui eleitores mineiros. Minas é agente, e falhou *com Aécio*, um objeto indireto que nada pode fazer para evitar seu destino final. Ele é uma vítima da situação) que, na versão impressa de 28 de outubro, tornou-se *Tucanos culpam Minas pelo revés de Aécio* (grifo nosso).

Dilma, a vencedora do segundo turno de 2014, ganhou a *Derrota Collection Week*, oito manchetes anunciando sua derrota (não eleitoral) num espaço de 48 horas; Aécio, o verdadeiro derrotado do pleito de 26 de outubro, sofreu apenas um *revés*.

Esta análise mostrou que, para além da falsa roupagem de isenção e imparcialidade, a saraivada de derrotas *fake* sofridas por Dilma Rousseff foi orquestrada pela minuciosa escolha lexical e de construções sintáticas, semânticas e pragmáticas das manchetes da *Derrota Collection Week*. Essas construções moldaram aos leitores dos respectivos jornais uma perspectivação que acabou por forjar uma realidade paralela em que Dilma Rousseff foi derrotada, horas depois de reeleita.

Antes de concluir a análise deste subgrupo de manchetes, sentimo-nos na obrigação de informar que, conforme o *site* da Câmara dos Deputados, naquele 28 de outubro de 2014 o plenário da Casa aprovou

⁹¹ <http://www1.folha.uol.com.br/poder/2014/10/1539029-minas-falhou-com-accio-avaliam-tucanos-mineiros.shtml>
Acesso em 5 jul. 2017.

[...] o projeto do líder do DEM, deputado Mendonça Filho (PE), que susta o decreto da presidente que criou a Política Nacional de Participação Social (Decreto 8.243/14). A decisão final será tomada pelo Senado, para onde seguirá o projeto (PDC 1491/14)⁹².

No Senado, o projeto PDC 1491/14 permanece, desde então, parado na Comissão de Constituição e Justiça, conforme informação disponível no próprio site do Senado⁹³. Na prática, o decreto 8.243/14, do Palácio do Planalto, ainda continua em vigor. Até a data de impressão final deste trabalho (16 de janeiro de 2018), nada mudou.

Na semana em que o Brasil assimilava a reeleição de Dilma Rousseff, os jornais ofereceram uma perspectivação diferenciada: Dilma foi sequencial e contumazmente derrotada, com ou sem modalização, por instituições e indivíduos.

A seguir, trataremos de outro grupo de manchetes com comportamento anômalo, essas com uma topicalização que foge aos preceitos do gênero manchete.

3.3 MANCHETES COM PARTICÍPIO TOPICALIZADO

Um grupo de manchetes de construção repetitiva chamou nossa atenção durante a análise dos dados: as manchetes com participio topicalizado. Observamos uma série de manchetes em que a inversão da ordem dos constituintes com claros objetivos pragmáticos teve efeitos *colaterais* – discursivos e cognitivos.

Originalmente classificado como forma nominal do verbo na gramática tradicional – cf., por exemplo, Bechara (2010, p. 197) – o participio passado vem sendo usado pela imprensa tradicional como forma de conduzir a associação de ideias dos leitores de jornal. A estratégia é igual à usada na primeira frase deste parágrafo: o participio passado introduz cataforicamente uma ideia [“classificado como forma nominal do verbo”] que irá encapsular a compreensão e apreensão da ideia seguinte [“o participio passado vem sendo usado como forma de conduzir a associação de ideias dos leitores de jornal”].

Identificamos esse uso bastante recorrente de construções participiais em nosso *corpus* e percebemos nessas manchetes uma estrutura linguística aparentemente inovadora, que explicaremos a seguir.

⁹² <http://www2.camara.leg.br/camaranoticias/noticias/POLITICA/476677-DEPUTADOS-DERRUBAM-DECRETO-DOS-CONSELHOS-POPULARES.html>. Acesso em 3 jul. 2017.

⁹³ <https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/118766> Acesso em 16 jan 2018

Antes de prosseguirmos, é necessário dividir essas manchetes em dois subgrupos, uma vez que, neste subitem, não vamos fazer a análise dos títulos em três eixos como fizemos nas manchetes analisadas nas seções 3.1, Ataques e 3.2, Derrotas. O que nos interessa aqui é unicamente a topicalização e seus efeitos semânticos e discursivos na manchete, e as consequências desses efeitos.

3.3.1 Topicalizações simples

O primeiro grupo das manchetes topicalizadas conta com 24 títulos, e trata-se de uma mera inversão de ordem dos constituintes da frase, conforme o quadro 4 (em negrito, manchetes de primeira página).

Quadro 4 – Manchetes com topicalizações simples

	Data	Jornal	Manchete
19	07/out	<i>Folha de S. Paulo</i>	Citando Lula, Evo pede visita de Dilma
42	08/out	<i>Folha de S. Paulo</i>	Em 2 meses, Dilma esteve 5 vezes no Planalto
53	08/out	<i>O Globo</i>	Em Pernambuco, PSB já está decidido a apoiar Aécio
65	09/out	<i>Folha de S. Paulo</i>	No PI, Dilma usa Bolsa Família para atacar rival
78	10/out	<i>Folha de S. Paulo</i>	Na TV, Dilma e Aécio se vendem como mudança
89	10/out	<i>O Globo</i>	Na TV, Dilma destaca vitória em MG, e Aécio, apoio de partidos
98	12/out	<i>Folha de S. Paulo</i>	Com viúva de Campos, Aécio larga no Nordeste
132	15/out	<i>Folha de S. Paulo</i>	No Facebook, Dilma fala de saída de colunista da Folha
140	16/out	<i>Folha de S. Paulo</i>	A 11 dias da eleição, Aécio e Dilma mantêm empate
176	19/out	<i>Folha de S. Paulo</i>	Com Dilma, cai criação de reserva indígena
177	19/out	<i>Folha de S. Paulo</i>	No Senado, Aécio priorizou candidatura
182	19/out	<i>O Globo</i>	No Rio, Aécio conversa com Romário em busca de apoio
184	20/out	<i>Folha de S. Paulo</i>	Em debate, Aécio e Dilma desistem de ataques pessoais
187	20/out	<i>Folha de S. Paulo</i>	Sob Aécio, área cultural enfatizou leis de incentivo
193	20/out	<i>O Globo</i>	Na TV, Aécio lembra que Dilma já o elogiou por gestão em Minas Gerais
205	21/out	<i>O Globo</i>	No Rio, Dilma se equilibra entre 4 aliados
214	22/out	<i>Folha de S. Paulo</i>	Por crítica de Lula, TSE tira tempo de Dilma na TV
215	22/out	<i>Folha de S. Paulo</i>	Na comparação com FHC, Dilma parece levar vantagem
254	25/out	<i>Folha de S. Paulo</i>	Sem a presença de Dilma, Lula comanda ato na Praça da Sé
256	25/out	<i>O Globo</i>	No Rio, eleitor de meia idade puxa alta de Dilma
290	28/out	<i>Folha de S. Paulo</i>	No Brasil de Dilma, mulher não vai bem, mostra estudo
300	28/out	<i>O Globo</i>	Na Zona Sul, Dilma só vence em Rocinha e Vidigal
335	31/out	<i>Folha de S. Paulo</i>	Para governo, aval do mercado à Selic dá tempo para Dilma agir
336	31/out	<i>Folha de S. Paulo</i>	Com dívidas milionárias, aliados recorrem a Dilma

Fonte: Elaborado pela autora.

A despeito de seu conteúdo sintático e semântico, vamos nos ater, neste caso, apenas ao perfil pragmático dessas manchetes. Todas têm em comum o alçamento a tópico de um adjunto adverbial – adjunto este que **faz parte do lead da notícia** (grifo nosso). Portanto, sob o ponto de

vista jornalístico, a topicalização dessas manchetes, classificada por Givón (2001b, p. 265) como *left-dislocation*, não contraria as prescrições do gênero manchete. É o outro grupo que nos interessa.

3.3.2 Topicalizações catafóricas: forma e função

O quadro 5 traz uma relação de seis manchetes com construções linguísticas muito similares.

Quadro 5 – Manchetes com topicalizações catafóricas

	Data	Jornal	Manchete
44	08/out	<i>O Globo</i>	<u>Derrotado em SP, Padilha vira coordenador</u>
162	17/out	<i>O Globo</i>	<u>Discreto</u> ⁹⁴ , irmão de Dilma só aceitou cargo em Minas
181	19/out	<i>Folha de S. Paulo</i>	<u>Desconfiada</u> , Dilma tem poucos interlocutores e deixou na mão de Mercadante boa parte de seu plano
195	21/out	<i>Folha de S. Paulo</i>	<u>Impulsionada pelo Sudeste</u> , Dilma vai a 52% no Datafolha; Aécio atinge 48%
224	23/out	<i>Folha de S. Paulo</i>	<u>Associado a Nazistas</u> , Aécio diz que ignora Lula
280	27/out	<i>O Globo</i>	<u>Reeleita, Dilma prega união e reforma política</u>

Fonte: Elaborado pela autora.

As manchetes do quadro 5 apresentam estrutura sintática similar e uma estrutura pragmática muito específica, de topicalização, geralmente de semântica negativa, que leva à condução ideológica sobre seu conteúdo, conforme veremos a seguir.

Com relação a sua forma, fonologicamente há um contorno entonacional demarcado pela vírgula, que confere ênfase a essa estrutura; morfológicamente, essas construções apresentam flexão de gênero e número (o que indica nominalização, como veremos adiante). A concordância morfossintática com um termo da oração seguinte caracteriza tais construções como **catáforas**, definidas como: “unidade linguística que faz referência a outra unidade linguística adiante. A referência catafórica é uma das formas de se marcar a identificação entre o que está sendo expresso e o que **vai ser** expresso” (CRYSTAL, 2008, p. 68)(tradução nossa, grifo nosso)⁹⁵.

Essa identificação entre o que está sendo expresso e o que vai ser expresso é o que, na seara do discurso, leva à condução ideológica sobre seu conteúdo. E, por não fazer parte das respostas

⁹⁴ Discreto tem sua origem etimológica no latim *discretus*, forma passiva do verbo *discerno*, que significa *separado, distinto*. Tem origem verbal, mas chegou ao português nominalizado. Fontes: HOUAISS (2009); <<https://en.wiktionary.org/wiki/discerno#Latin>>. Acesso em 12 dez. 2017.

⁹⁵ linguistic unit referring forward to another unit. Cataphoric reference is one way of marking the identity between what is being expressed and what is about to be expressed. (CRYSTAL, 2008 p. 68, verbete cataphora).

às perguntas do *lead* (Quem? O quê? Onde? Quando? Como? Por quê?), essas catáforas são estruturas que, ao contrário das outras 24 manchetes listadas no quadro 4, fogem do gênero e das prescrições de composição de uma manchete. Mas, ao ser inserida, como dizem os jornalistas, “no *abre* da manchete”, essa estrutura torna-se seu tópico maior, como veremos a seguir.

Abaixo, reescrevemos as manchetes do quadro 5 sem o participio topicalizado (em negrito, manchetes de primeira página):

Quadro 6 – Manchetes sem o participio topicalizado

	Data	Jornal	Manchete
44a	08/out	<i>O Globo</i>	Padilha vira coordenador
162a	17/out	<i>O Globo</i>	Irmão de Dilma só aceitou cargo em Minas
181a	19/out	Folha de S. Paulo	Dilma tem poucos interlocutores e deixou na mão de Mercadante boa parte de seu plano
195a	21/out	Folha de S. Paulo	Dilma vai a 52% no Datafolha; Aécio atinge 48%
224a	23/out	Folha de S. Paulo	Aécio diz que ignora Lula
280a	27/out	<i>O Globo</i>	Dilma prega união e reforma política

Fonte: Elaborado pela autora.

Nas manchetes listadas no quadro 5, as estruturas participias não explicitam apenas uma conclusão de ação com sua consequência, como em *Terminada a festa, fomos embora*. As construções participias dessas manchetes explicitam uma conclusão de ação com consequências, mas também qualificam o sujeito da frase. Nessas manchetes, o participio é um meio termo entre verbo e adjetivo – e a interpretação e compreensão da construção participia como adjetivo ou verbo fica a cargo da subjetividade do leitor, num claro processo de subjetivação e intersubjetivação (TRAUGOTT, 2010). Esse *continuum* verbo-adjetivo (ação-qualificação) é uma característica típica do participio. A manchete entrega um adjetivo *travestido* de verbo, uma qualificação *disfarçada* de processo.

Tomemos como exemplo a comparação entre as manchetes 44, no quadro 5, e 44a, no quadro 6:

44 Derrotado em SP, Padilha vira coordenador

44a Padilha vira coordenador

Em 44, temos uma topicalização que encaminha o leitor a compreender Padilha como o derrotado em São Paulo que se torna coordenador; é de um derrotado em São Paulo que a manchete fala. Mas esse tópico remete ao candidato do PT ao governo do estado de São Paulo,

Alexandre Padilha – é Padilha o *derrotado em São Paulo*. Temos, então, dois tópicos que se referem, na verdade, a um mesmo sujeito. O mais inusitado em termos jornalísticos é que a primeira parte da manchete, a parte com o particípio, refere-se a uma notícia velha, já conhecida. Mas essa notícia velha é retomada, retopicalizada junto com a notícia nova, no caso a segunda parte da manchete como explicaremos mais à frente.

Já em 44a, temos apenas a descrição de um acontecimento. É a manchete na plenitude do gênero, que se limita a responder às perguntas do *lead*. O tópico desse título é Padilha, é dele que se fala, sem nenhuma qualificação a esse personagem.

Em 44, *Derrotado em SP* é **também** a descrição de um processo concluído (grifo nosso). Mas a categorização desse dado unicamente como processo não é completa. A derrota de Padilha em São Paulo ocorreu em 6 de outubro e foi notícia dos jornais impressos em 7 de outubro. O pleito do primeiro turno das eleições gerais definiu Geraldo Alckmin reeleito governador do estado de São Paulo em primeiro turno⁹⁶. Vinte e quatro horas depois, *Derrotado em SP* é notícia velha, ultrapassada com relação a Padilha. A nova é ele ter se tornado coordenador de campanha de Dilma.

Se, para o Jornalismo, informação já conhecida e compartilhada (portanto, *velha*) não deve ser o *abre* de uma manchete, para a Linguística a informação já conhecida, compartilhada e retomada é classificada como *anáfora*, que, segundo Crystal (2008, p. 25), é “o processo ou resultado de uma unidade linguística que deriva sua interpretação de uma unidade ou significado previamente expresso (o antecedente). A referência anafórica é uma forma de marcar a identidade entre o que está sendo expressado e o que **já foi** expresso” (tradução nossa, grifo nosso⁹⁷).

Em vista do caráter perfectivo (aspecto de uma ação pontual, de curta duração e já concluída no momento da emissão da mensagem) e alusivo a uma situação já conhecida, o particípio passado topicalizado pode ser considerado anafórico, ao mesmo tempo em que completa sua referência na sequência da oração, sendo, portanto, catafórico também. Estamos diante de um uso bastante complexo do particípio passado, que aciona informações já conhecidas e sobre as quais algo novo vai ser dito.

O uso dessa informação anafórica e ao mesmo tempo catafórica no *abre* da manchete que informa que Alexandre Padilha fora nomeado coordenador de campanha de Dilma no estado, além de jornalisticamente errada, tem outra carga categórica, a de **adjetivo**. A ideia aqui é qualificar

⁹⁶ Fonte: www.tse.jus.br.

⁹⁷ The process or result of a linguistic unit deriving its interpretation from some previously expressed unit or meaning (the antecedent). **Anaphoric reference** is one way of marking the identity between what is being expressed and what has already been expressed. (CRYSTAL, 2008, p. 25).

Padilha como derrotado e encapsular essa ideia na compreensão do restante da manchete. Em 44, a manchete fala de um derrotado que assumiu a coordenação da campanha de Dilma em São Paulo.

O argumento de que o participio das manchetes do quadro 5 tem função adjetiva se comprova com outra manchete de nosso *corpus* que apresenta topicalização de dados estranhos ao *lead*:

27) 07/out Folha Pilar de Dilma, Nordeste mantém economia em alta

Em 27, *Pilar de Dilma* não é um processo concluído, mas uma evidente e inquestionável qualificação de Nordeste. É assim, e tão somente assim, que a região brasileira deve ser entendida, compreendida, apreendida. Qualquer outra qualificação, positiva ou negativa, a respeito de Nordeste, deve ser apagada.

Adjetivo com a função de emissão de juízo de valor é categoria de palavras reprovada pela totalidade dos manuais de redação e de jornalismo, que pregam que “o texto noticioso deve limitar-se aos adjetivos que definam um fato, evitando aqueles que envolvam avaliação ou que encerrem carga de elevada subjetividade” (MARTINS, 1997, p. 32). Uma vez comprovado que as construções participiais em análise fazem a qualificação de um constituinte da oração, embora ainda mantendo alguma carga de processo verbal, é interessante observar outro *efeito colateral* dessas construções em manchetes: quanto mais agentivo for o verbo principal da manchete, mais o participio topicalizado reduz a agentividade da oração principal.

Vamos comparar as manchetes de capa (a) e interna (b) do jornal *O Globo* de 23 de março de 2016 (em destaque na Figura 15)⁹⁸:

- a) Marcelo Odebrecht decide fazer delação
- b) **Acuado pela PF**, Marcelo Odebrecht decide fazer delação

Figura 15 – Manchetes de capa e interna de *O Globo* de 23/3/2016



⁹⁸ Fonte: <https://oglobo.globo.com/brasil/marcelo-odebrecht-executivos-da-empresa-decidem-por-delacao-de-forma-definitiva-18937345>. Acesso em 25 out. 2017.

Em (a), o verbo decidir é alta e prototipicamente agentivo. Pela escala de agentividade (PAYNE, 1997), apenas seres humanos são semanticamente capazes de acionar esse verbo, que demanda raciocínio, ponderação, volição e uma série de ações que animais e objetos não executam (o cachorro não *decide* se deitar; uma árvore não *decide* crescer etc.). Portanto, Marcelo Odebrecht é sujeito semanticamente capaz de tomar uma decisão.

Na manchete interna (b), a topicalização *Acuado pela PF* reduz o poder e a volição de Marcelo Odebrecht de tomar qualquer decisão. Esse poder não é exatamente transferido para a pressão da PF. Ele se perde.

Ao ser contrastada com (b), percebemos que a decisão de Odebrecht foi fruto de acuação, pressão, influência. À luz da Semântica, o poder de volição do agente Marcelo Odebrecht foi reduzido pela construção *acuado pela PF*.

Ao contrário da *Mamãe que faz o bebê comer a papinha* (cf. capítulo teórico, item 1.2.2, “O efeito de dadas estratégias de voz e valência verbal”), em que a *mamãe* é um superagente que rouba para si os poderes do agente *bebê* de *comer a papinha*, a topicalização *acuado pela PF* apenas rouba a agentividade de *Marcelo Odebrecht*.

Podemos, então, aplicar ao particípio passado topicalizado em análise o princípio cognitivamente orientado das regras de sequência de iconicidade diagramática sobre a ordem de palavras e a topicalidade (GIVON, 2001a, p. 35): “Ordem e importância: O agrupamento de informação mais importante é posto à frente” (tradução nossa)⁹⁹.

⁹⁹ Order and importance: The more important information chunk is fronted. (GIVON, 2001a, p. 35).

3.3.3 Observações sobre as construções topicalizadas

O papel sintático do particípio tem efeitos semânticos e pragmáticos. No caso das manchetes analisadas nesta seção, fica evidente o impacto pragmático dessas construções catafóricas, com fortes consequências semânticas.

Construções participiais catafóricas empregadas em manchetes de jornais têm objetivos pouco comprometidos com os ideais jornalísticos de isenção e imparcialidade. Estão mais comprometidas com a construção, nos leitores de manchetes, da sensação de opinião muito bem fundamentada – que, na verdade, é baseada em manipulação ideológica e numa meticulosa perspectivação da realidade.

O particípio passado, que atua ora como substantivo, ora como adjetivo, ora como verbo, assume, nessas construções catafóricas, forte configuração ideológica. O uso de adjetivos com função de julgamento de valor é prática condenada pela totalidade dos manuais de bom jornalismo. Construções que, disfarçadas de verbo, trazem forte carga adjetiva a um texto jornalístico são, para dizer o mínimo, bem questionáveis do ponto de vista ético e moral.

3.4 RESUMO DO CAPÍTULO

Este capítulo apresentou a análise das 22 manchetes selecionadas conforme os critérios estabelecidos no capítulo metodológico. Após um perfil do *corpus* de análise e das diversas *wordclouds* por ele formadas, foram analisadas as manchetes que contivessem o verbo *atacar* e o substantivo *ataque*, seguidas da análise das manchetes com verbo *derrotar* / substantivo *derrota*. O presente capítulo abordou ainda as manchetes com particípio topicalizado.

A seguir, as considerações finais da dissertação.

4 CONCLUSÕES

A análise das 22 manchetes selecionadas evidenciou um comportamento linguístico por parte dos jornais analisados que nos leva a concluir que houve, sim, manipulação ideológica nas manchetes durante o segundo turno da campanha presidencial de 2014.

Os jornais construíram uma narrativa na qual Aécio era o bom moço, capaz, preparado, ponderado e perfeito para a Presidência da República; Dilma era a mulher louca, desequilibrada e passional que atacava por desespero e, vitoriosa, foi sucessivamente derrotada em manchetes inócuas e com pouco ou quase nenhum conteúdo jornalístico factual – como prova o fato de, em dezembro de 2017, o projeto de Decreto Legislativo (PDC) 147 de 2014 ainda estar parado no Senado. Em suma, o que vinha de Aécio era ótimo, perfeito; o que vinha de Dilma era ruim, terrível, imperfeito. Sem meio-termo, sem tons de cinza. Apenas preto e branco.

As 340 manchetes apresentaram dados linguísticos e discursivos muito bem definidos, com pouco ou quase nenhum espaço ao contraditório, à opinião contrária. Não havia espaço para, por exemplo, um hipotético leitor ponderar, “os projetos sociais de Dilma Rousseff são seu ponto forte, e a política externa, seu ponto fraco”. Na verdade, não havia espaço nenhum para ponderação. Dilma era sempre falha, incompetente e incapaz – o oposto de Aécio. A imprensa brasileira conseguiu configurar linguisticamente uma disputa entre o mocinho Aécio e a vilã Dilma.

Percebe-se o controle exagerado na escolha das palavras, principalmente dos verbos. Por isso, Aécio jamais atacava, mas sim criticava; Dilma não criticava; só atacava. E, “em campanha de críticas, foi a que bateu mais” (cf. manchete 257).

Por vezes, os dados disponíveis nos frustraram. Tentamos fazer uma comparação de estruturas linguísticas usadas para a construção de títulos favoráveis e desfavoráveis aos dois candidatos, mas não conseguimos montar um subgrupo de manchetes desfavoráveis a Aécio, num universo de 340 títulos – não encontramos nenhuma. Ao final, percebemos que a opção pela análise dos verbos *atacar* e *derrotar* (e substantivos *ataque* / *derrota*) ilustrou bem essa disparidade na redação dos títulos.

As construções participiais também se revelaram um poderoso instrumento de manipulação, ao isolar e conduzir o raciocínio e a percepção do leitor, a partir da catáfora. São construções de forte viés opinativo, que não se enquadram no escopo do gênero manchete ao usarem dados não constantes do *lead*. No entanto (ou por isso mesmo), percebemos seu uso cada vez mais frequente nas manchetes de jornais e portais brasileiros.

O perfil da cobertura jornalística das eleições presidenciais de 2014 também nos chamou a atenção a partir do uso indiscriminado do verbo *dizer*. As reportagens de *O Globo* e *Folha de S. Paulo*

cobriram exaustivamente os eventos de campanha, mas foram incapazes de produzir títulos factuais como “Na Bahia, Dilma faz comício para milhares de pessoas” ou “Aécio é recebido em aeroporto por milhares de correligionários”. Os títulos resultantes dessas reportagens destacavam apenas declarações (*Na Bahia, Dilma diz ser ‘pardinha’*, cf. manchete 86), a ocorrência do evento de campanha era relegada a segundo plano. Trata-se de uma boa questão de estudo para trabalhos de Comunicação e Estudos do Jornalismo.

No capítulo teórico, destacamos que, segundo van Dijk (1988), as manchetes e títulos em geral devem expressar o **mais importante** ou a parte **mais relevante** da macroestrutura do artigo jornalístico. As manchetes de nosso *corpus* destacam que o dado mais relevante e o mais importante da macroestrutura jornalística foi decidido e definido não pelo bom senso ou pelas boas práticas jornalísticas, mas pela necessidade de as empresas jornalísticas forjarem a narrativa que mostrasse Dilma como o perfil político a ser superado, e Aécio como o perfil que iria superar Dilma. Todos os *frames*, narrativas, categorizações foram trabalhados nesse sentido.

Se levarmos em consideração os modelos mentais de van Dijk, a *monotonia* ideológica fica ainda mais evidente, pois o único modelo mental a fazer sentido no meio dessas 340 manchetes é o de viés de direita – o modelo mental do antipetismo.

As manchetes convidavam burocraticamente o (e)leitor a ler a reportagem anunciada. Na grande maioria dos casos, saciavam a curiosidade do leitor com relação à informação disponível. Com relação a esse comportamento, identificamos uma alteração estrutural das manchetes ao longo das décadas – assunto para ser explicado, desenvolvido e desmembrado numa possível tese de doutorado em Jornalismo.

Por todas essas considerações, podemos afirmar que, nas eleições presidenciais de 2014, a imprensa brasileira desconsiderou o percentual de (e)leitores / cidadãos que votaram em Dilma Rousseff. Desconsiderou suas opiniões, seu raciocínio político, sua posição no debate democrático, seu direito à existência. A imprensa brasileira desconsiderou a possibilidade de a lógica do raciocínio petista fazer sentido. A proposição “a imprensa brasileira estava ao lado de Aécio Neves as eleições de 2014” é, ao menos do ponto de vista linguístico, difícil de ser negada.

Acreditamos que os jornalistas que operam e redigem as manchetes e reportagens desconheçam o lado científico/linguístico de suas manipulações. Podem não saber explicar clara ou cientificamente as operações de manipulação que realizam, mas sabem que, ao ocultar a palavra *Aécio* desta ou daquela manchete, ou cortar um sintagma nominal a ponto de dismantelar uma metáfora (*Aécio se diz vítima de ataques / Aécio se diz vítima de ataques contra sua honra* cf. Manchetes 222 e 223), conseguirão um dado efeito de comunicação. Eles entendem das consequências imediatas dessas alterações linguísticas, mas desconhecem ou fazem pouco caso das

consequências a médio e longo prazo, que podem se refletir na credibilidade de seus veículos ou mesmo nas consequências da distensão gerada pelos *frames* criados em 2014, Dilma/PT é do mal X Aécio/PSDB é do bem que o país vive desde 18 de abril de 2016 com o *impeachment* de Dilma Rousseff, fruto da *tendência 2015-2019* apontada pela *Derrota Collection Week*.

Azevedo (2017) lembra que

[...] as mídias constroem perspectivas, conformam as imagens dos candidatos e dos partidos e ajudam a destacar os conceitos em torno dos quais se desenvolverão as campanhas. Toda matéria jornalística que reflita atividade política e crenças tem alguma relevância e algum impacto no eleitor e no jogo eleitoral.

(AZEVEDO, 2017, p. 27).

Cabe ressaltar que as estratégias linguísticas e suas consequências relatadas nesta dissertação dizem respeito ao comportamento da imprensa brasileira durante as eleições presidenciais de 2014, portanto se aplicam ao PT ou ao PSDB. A se considerar o comportamento político ideológico dessas corporações midiáticas, as estratégias linguísticas aqui listadas poderão ser identificadas por alguma análise que vier a estudar o comportamento da rede norte-americana de TV *FoxNews* durante o governo Barack Obama, ou do jornal *O Globo* durante o governo Leonel Brizola. Poderão ser percebidas estratégias similares, se não iguais, empregadas com objetivos que podem variar de contexto para contexto, mas que coincidirão num único ponto macro: defender o ponto de vista ideológico das corporações midiáticas. Não se trata, portanto, de destacar apenas este ou aquele viés político a partir das estratégias linguísticas, mas destacar o comportamento ideológico das corporações midiáticas como um todo.

Uma das pretensões desta dissertação foi apresentar as contribuições da Linguística Centrada no Uso e dos Estudos Críticos do Discurso aos estudos sobre mídia e democracia realizados pelos colegas das Comunicações e das Ciências Políticas.

Entendemos, também, que os colegas da Psicologia têm muito a trocar e interagir com as propostas desta dissertação ao estudarem os efeitos e consequências psicológicos das construções dessas manchetes na formação cognitiva e mesmo ideológica da sociedade brasileira.

Muitos outros trabalhos podem ser realizados a partir da metodologia aqui adotada, com vários outros *corpora*, para estudar o comportamento ideológico da imprensa ao longo da História.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AZEREDO, J. C. D. **Fundamentos de gramática do português**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2000.
- AZEVEDO, F. A. **A grande imprensa e o PT**. São Carlos: Edufscar, 2017.
- BAHIA, J. **Jornal, história e técnica**. 4ª. ed. São Paulo: Ática, v. 2 - as técnicas do jornalismo, 1990.
- BAKHTIN, M. **Estética da criação verbal**. São Paulo: Martins fontes, 1992 [1953].
- BAZERMAN, C. **Gêneros textuais, tipificação e interação**. 3ª. ed. São Paulo: Cortez, 2009.
- BECHARA, E. **Gramática Escolar da Língua Portuguesa**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2010.
- BOCK, M. Some effects of titles on building and recalling text structures. **Discourse processes**, 3, 1980. 301-311.
- BRANSFORD, D.; JOHNSON, M. Contextual prerequisites for understanding: Some investigations of comprehension and recall. **Journal of Verbal Learning and Verbal Behavior**, 1, n. 6, Dezembro 1972. 717-726. Disponível em: <<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0022537172800069>>.
- BROH, A. Horse race journalism: reporting the polls in the 1976 presidential election. **Public Opinion Quarterly**, 44, Winter 1980. 514-529.
- BYBEE, J. **Language, Usage and Cognition**. New York: Cambridge University Press, 2010.
- BYBEE, J. **Língua, uso e cognição**. Tradução de Maria Angélica Furtado da Cunha. São Paulo: Cortez, 2016.
- CREISSELS, D. **Syntaxe générale: une introduction typologique**. Paris: [s.n.], 2006.
- CRYSTAL, D. **A dictionary of linguistics and phonetics**. 6ª. ed. Oxford: Blackwell Publishing, 2008.
- DEVELOTTE, C. Titres de presse et représentations d'autrui en temps de crise. **Mots**, Paris, v. 64, n. Autour d'une crise franco-australienne. Stéréotypies xénophiles et xénophobes, p. 23-38; décembre 2000.
- DEVELOTTE, C.; RECHNIEWSKI, E. Discourse analysis of newspaper headlines: a methodological framework for research into national representations, 2000. Acesso em: 12 novembro 2015. Disponível em <http://wjfms.ncl.ac.uk/titles.htm>.
- DUQUE, P. H.; COSTA, M. A. **Linguística cognitiva: em busca de uma arquitetura de linguagem compatível com modelos de armazenamento e categorização de experiências**. Natal: UFRN, 2012.
- FERRARI, L. **Introdução à Linguística Cognitiva**. São Paulo: Contexto, 2014.
- FILLMORE, C. **Frame semantics and the nature of language**. Annals of the New York Academy of Sciences: Conference on the Origin and Development of Language and Speech. Nova Iorque: [s.n.]. 1976. p. 20-32.
- FLICK, U. **Uma introdução à pesquisa qualitativa**. São Paulo: Bookman, 2004.
- FOLHA DE S. PAULO. **Manual da redação**. 11ª. ed. São Paulo: Publifolha, 2006.

FONTENELE, A.; GUAZINA, L. O uso de pesquisas eleitorais no colunismo político: uma comparação entre O Globo e La Nación nas eleições presidenciais de Brasil (2014) e Argentina (2015). **Revista Compolítica**, 6(1), 2016. 65-91. Disponível em <http://compolitica.org/revista/index.php/revista/article/viewFile/241/168> Acesso em 28 de outubro de 2016.

FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS. CPDOC - Centro de Pesquisa e Documentação da História Contemporânea do Brasil. **Rubens Ricupero (verbete)**, 2009. Disponível em: <<http://www.fgv.br/cpdoc/acervo/dicionarios/verbete-biografico/ricupero-rubens>>. Acesso em: 27 set 2017.

FURTADO DA CUNHA, M. A.; BISPO, E. B. **Pressupostos teórico-metodológicos e categorias analíticas da linguística funcional centrada no uso**. Revista do Gelne. Natal: Gelne. 2013. p. 49-74.

FURTADO DA CUNHA, M. A.; SOUZA, M. M. **Transitividade e seus contextos de uso**. São Paulo: Cortez, 2011.

GARCIA, L. **O Globo: manual de redação e estilo**. São Paulo: Globo, 2005.

GEIS, M.; ZWICKY, A. On invited inferences. **Linguistic Inquiry**, v. 2, p. 561-566, 1971. Disponível em < <http://web.stanford.edu/~zwicky/on-invited-inferences.pdf> >Acesos em 14 de maio de 2016.

GIVÓN, T. Isomorphism in the grammatical code: cognitive and biological considerations. **Studies in language**, v. 15, n. 1, p. 85-114, January 1991.

GIVÓN, T. **Syntax - an introduction**. Amsterdam: John Benjamins Publishing, v. 2, 2001b.

GIVON, T. **Syntax - an introduction**. Amsterdam: John Benjamins Publishing Co, v. 1, 2001a.

GOFFMANN, E. **Frame Analysis: an essay on the organization of experience**. Boston: Northeastern University Press, 1986.

HOPPER, P.; THOMPSON, S. Transitivity in Grammar and Discourse, v. 56, p. 251-299, 1980.

HOUAISS, A. **Dicionário eletrônico Houaiss**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2009.

KOCH, I. **Ler e escrever**. São Paulo: Contexto, 2009.

KOZMINSKY, E. Altering comprehension: The effect of biasing titles on text comprehension. **Memory and cognition**, 5, n. 4, julho 1977. 482-490.

LAKOFF, G. **Women, fire and dangerous things: what categories reveal about the mind**. Chicago: University of Chicago Press, 1987.

LAKOFF, G. **The Political Mind: a cognitive scientist's guide to your brain and its politics**. New York: Penguin Group, 2008.

LAKOFF, G.; JOHNSON, M. **Metaphors we live by**. Chicago: University of Chicago Press, 1980.

LEMARIÉ, J.; LORCH JR, R. F.; PÉRY-WOODLEY, M.-P. Understanding how headings influence text processing. **Discours - Revue de nguistique, psycholinguistique et informatique**, 2012. Disponível em: <<http://discours.revues.org/8600#quotation>>. Acesso em: janeiro 2015.

MAINGUENEAU, D. **Análise de textos de comunicação**. São Paulo: Cortez, 2013.

MARTELOTTA, M. E. **Mudança Linguística: uma abordagem baseada no uso**. São Paulo: Cortez, 2011. 116 p.

- MARTINS, E. **Manual de redação e estilo de O Estado de S. Paulo**. 3ª. ed. São Paulo: Moderna, 1997.
- MENDONÇA, R. F.; SIMÕES, P. G. Enquadramento: diferentes operacionalizações analíticas de um conceito. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, São Paulo, 27, n. 79, junho 2012. 187-235.
- OLIVEIRA, M. R. D. Contexto: definição e fatores de análise. In: OLIVEIRA, M. R. D.; ROSÁRIO, I. D. C. D. **Linguística Centrada no Uso**. Rio de Janeiro: Lamparina, 2015.
- PAYNE, T. E. **Describing Morphosyntax: a guide to field linguists**. New York: Cambridge University Press, 1997.
- PORTO, M. Enquadramentos da mídia e política. In: RUBIM, A. A. C. **Comunicação e política: conceitos e abordagens**. São Paulo: Unesp, 2004. p. 73-104.
- ROSCH, E. Principles of categorization. In: ROSCH, E.; LLOYD, B. **Cognition and categorization**. Hillsdale: Lawrence Erlbaum, 1978. p. 27-48.
- ROSCH, E.; MERVIS, C. B.; GRAY, W. D.; JOHNSON, D. M.; BOYES-BRAEM, P. Basic Objects in natural categories. **Cognitive Psychology**, 8, 1976. 382-439.
- SANTOS, É.; GUAZINA, L. O impeachment de Dilma Rousseff nas capas da Folha de S. Paulo, Brasília, no prelo. No prelo.
- SCHALLERT, D. L. Improving memory for prose: The relationship between depth of processing and context. **Journal of Verbal Learning and Verbal Behavior**, 15, n. 6, dezembro 1976. 621-632.
- SCHWARZ, M. N. K.; FLAMMER, A. Text structure and title—effects on comprehension and recall. **Journal of verbal learning and verbal behavior**, 20, n. 1, fevereiro 1981. 61-66.
- SILVA, R. S. **Diagramação - o planejamento visual gráfico na comunicação impressa**. São Paulo: Summus Editorial, 1985.
- TRAUGOTT, E. C. Revisiting subjection and intersubjection. In: DAVIDSE, K.; VANDELANOTTE, L.; CUYCKENS, H. **Subjection Intersubjection and Grammaticalization**. Berlin: [s.n.], 2010.
- TRAUGOTT, E. C.; DASHER, R. B. **Regularity in Semantic Change**. Cambridge: Cambridge University Press, 2002.
- TRAVAGLIA, L. C. **O aspecto verbal no português: a categoria e sua expressão**. 5ª. ed. Uberlândia: EDUFU, 2014.
- TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL. Estatísticas Eleitorais 2014, Brasília, 2014. Disponível em: <<http://www.tse.jus.br/eleicoes/estatisticas/estatisticas-candidaturas-2014/estatisticas-eleitorais-2014-resultados>>. Acesso em: 15 mar 2017.
- TUCHMAN, G. The Exception Proves the Rule: the study of routine news practice. In: HIRSCH, F.; MILLER, P.; KLINE, P. **Strategies for Communication Research**. [S.l.]: Beverly Hills, v. 6, 1977. p. 43-62.
- VAN DIJK, T. **News as discourse**. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, 1988.
- VAN DIJK, T. **Ideology and discourse: a multidisciplinary introduction**. Barcelona: [s.n.], 2000. Disponível em: <http://www.discourses.org>. Acesso em: 18 jul. 2015.
- VAN DIJK, T. **Discurso e Contexto**. São Paulo: Contexto, 2012a.
- VAN DIJK, T. **Discurso e Poder**. São Paulo: Contexto, 2012b.

VIZEU, A. Gilberto Freyre e os manuais de redação. **Comunicação e Sociedade**, São Bernardo do Campo, v. 50, n. 29, p. 163-177, 2008. Disponível em:
<<https://www.metodista.br/revistas/revistas-ims/index.php/CSO/article/viewFile/714/715>>.
Acesso em: 08 nov 2017.

WOLF, M. **Teorias das comunicações de massa**. São Paulo: Martins Fontes, 2008.

Apêndice A – Período de coleta dos dados

Outubro 2014						
Domingo	Segunda-feira	Terça-feira	Quarta-feira	Quinta-feira	Sexta-feira	Sábado
			1	2	3	4
5	6	7	8	9 *Começa horário eleitoral Ibope / DTF ¹⁰⁰ Empate próximo; Aécio à frente	10	11
Primeiro turno						
12	13	14 Debate Band	15 Ibope / DTF Pesquisas inalteradas	16 Debate SBT	17	18
19 Debate Record	20 DTF: Dilma e Aécio no limite da margem de erro; Dilma à frente	21	22	23 Ibope / DTF Pela 1ª vez, Dilma se distancia de Aécio; Veja antecipada: <i>Lula e Dilma sabiam de tudo</i>	24 * Fim do horário eleitoral Debate Globo	25 DTF: limite Ibope: disparate
26	27	28	29	30	31	
Segundo Turno		Câmara rejeita regulação de Conselhos Populares	Derrota Collection 8 manchetes	Week para derrotar Dilma		

¹⁰⁰ DTF = Datafolha

Apêndice B – Corpus de análise completo.

	Data	Jornal	Manchete¹⁰¹
1	06/out	Folha de S. Paulo	Dilma lidera e enfrenta Aécio, que arranca com votos de SP
2	06/out	Folha de S. Paulo	Dilma e Aécio vão ao segundo turno e reavivam polarização entre PT e PSDB
3	06/out	Folha de S. Paulo	Dilma deve flexibilizar Lei de Licitações se for reeleita
4	06/out	Folha de S. Paulo	Dilma já evoca 'fantasmas do passado' contra avanço de rival
5	06/out	Folha de S. Paulo	Em aceno para Marina, Aécio diz que é 'hora de unir forças'
6	06/out	Folha de S. Paulo	Marina critica agressividade do PT e indica apoio a Aécio
7	06/out	Folha de S. Paulo	Nordeste dá impulso a Dilma, e paulistas empurram Aécio
8	06/out	Folha de S. Paulo	Aécio vence com folga nos maiores municípios de SP
9	06/out	O Globo	Aécio enfrentará Dilma; Marina sinaliza apoio ao tucano
10	06/out	O Globo	Pimentel (PT) é eleito e impõe derrota a Aécio em Minas
11	06/out	O Globo	Lula: debate com Aécio vai tratar de corrupção e economia
12	06/out	O Globo	Dilma perde votos, e PT encolhe onde nasceu
13	06/out	O Globo	Dilma: 'Povo não quer volta dos fantasmas do passado'
14	06/out	O Globo	Vitória de Pimentel no 1º turno é derrota para Aécio em Minas
15	06/out	O Globo	Aécio homenageia Campos e acena a Marina
16	06/out	O Globo	'Onda amarela' anti-Dilma
17	06/out	O Globo	Fernando Henrique diz que vai buscar apoio de Marina a Aécio
18	07/out	Folha de S. Paulo	Marina define condições e anunciará apoio a Aécio
19	07/out	Folha de S. Paulo	Citando Lula, Evo pede visita de Dilma
20	07/out	Folha de S. Paulo	Dilma vai melhor com mais Bolsa Família
21	07/out	Folha de S. Paulo	Com Aécio no 2º turno, governo mantém cautela
22	07/out	Folha de S. Paulo	Marina vai anunciar apoio a Aécio no 2º turno
23	07/out	Folha de S. Paulo	Seção de revista, 'Diário da Dilma' vira livro
24	07/out	Folha de S. Paulo	Dilma intensifica ataques a tucano
25	07/out	Folha de S. Paulo	Derrota de Aécio é colada à de aliado
26	07/out	Folha de S. Paulo	Um dia após ir ao 2º turno, arrecadação de Aécio sobe
27	07/out	Folha de S. Paulo	Pilar de Dilma, Nordeste mantém economia em alta

¹⁰¹ Em negrito, manchetes de primeira página

28	07/out	O Globo	Marina impõe condições para declarar apoio a Aécio
29	07/out	O Globo	Manifesto une intelectuais pró-Marina e pró-Aécio
30	07/out	O Globo	Neutro, PSB ajuda Dilma
31	07/out	O Globo	Seção pernambucana do PSB tende a apoiar Aécio no 2º turno
32	07/out	O Globo	Dilma diz a Marina ter certeza de que ambas lutam 'por melhorar país'
33	07/out	O Globo	Rui Costa acredita em ampliação de vantagens de Dilma no Nordeste
34	07/out	O Globo	Aécio vê convergências com ex-candidata
35	07/out	O Globo	Dilma venceu em áreas com mais Bolsa Família
36	08/out	Folha de S. Paulo	Dilma admite mau resultado em SP e reforça sua campanha
37	08/out	Folha de S. Paulo	Programa de Aécio só prevê o fim da reeleição em 2022
38	08/out	Folha de S. Paulo	Dilma admite fracasso em SP e amplia equipe da campanha
39	08/out	Folha de S. Paulo	Campanha de Aécio será casada à de Pezão no RJ
40	08/out	Folha de S. Paulo	Crivella mantém apoio a Dilma e liga Pezão a Aécio
41	08/out	Folha de S. Paulo	Nordeste será foco prioritário de Dilma e Aécio no segundo turno
42	08/out	Folha de S. Paulo	Em 2 meses, Dilma esteve 5 vezes no Planalto
43	08/out	Folha de S. Paulo	Programa de Aécio defende fim da reeleição só em 2022
44	08/out	O Globo	Padilha passa a coordenar campanha de Dilma em São Paulo / Derrotado em SP, Padilha vira coordenador
45	08/out	O Globo	PSB de Campos e PPS vão apoiar Aécio
46	08/out	O Globo	Dilma reúne governadores da base já eleitos
47	08/out	O Globo	PSOL decidirá entre voto nulo ou pró-Dilma
48	08/out	O Globo	Mercadante reforça campanha de Dilma
49	08/out	O Globo	Aécio sai na frente na disputa pelos evangélicos
50	08/out	O Globo	Dilma: 'fico feliz quando me apoiam, mas ninguém manda no eleitor'
51	08/out	O Globo	Mesmo que ele não queira, voto no Aécio Neves'
52	08/out	O Globo	Aécio: fim da reeleição já no próximo mandato depende do Congresso
53	08/out	O Globo	Em Pernambuco, PSB já está decidido a apoiar Aécio
54	08/out	O Globo	Dilma tem mais apoio que Aécio nos estados
55	08/out	O Globo	PMDB do Rio que apoia Aezão receberá Aécio amanhã
56	08/out	O Globo	'Voto na Dilma. Retorno dos tucanos é retrocesso'
57	08/out	O Globo	'Vou mergulhar de cabeça na campanha de Aécio'
58	08/out	O Globo	Diretor dos Correios em SC também pediu em carta votos para Dilma
59	09/out	Folha de S. Paulo	PSB vai apoiar Aécio; tucano menospreza NE, afirma Dilma
60	09/out	Folha de S. Paulo	Aécio recebe apoio do PSB, de Marina, no 2º turno

61	09/out	Folha de S. Paulo	José Arthur Giannotti :: Aécio redesenhado
62	09/out	Folha de S. Paulo	Acusação criminal contra Aécio é arquivada
63	09/out	Folha de S. Paulo	Rivais não valorizam voto do NE, diz Dilma
64	09/out	Folha de S. Paulo	Aécio pedirá a aliados que 'não se dispersem'
65	09/out	Folha de S. Paulo	No PI, Dilma usa Bolsa Família para atacar rival
66	09/out	O Globo	PSB, PV e PSC anunciam apoio a Aécio
67	09/out	O Globo	Dilma ataca PSDB e condena o preconceito contra o Nordeste
68	09/out	O Globo	PSB declara apoio a Aécio no segundo turno
69	09/out	O Globo	PMDB mineiro reafirma apoio a Dilma no 2º turno
70	09/out	O Globo	Marina deve defender mudanças sem declarar apoio formal a Aécio
71	09/out	O Globo	'A chance de não apoiar Dilma é de 99,99%'
72	09/out	O Globo	Aécio acusa PT de forjar críticas aos nordestinos na rede
73	09/out	O Globo	PSOL prega veto a Aécio Neves, mas decide não apoiar Dilma
74	09/out	O Globo	Candidatos consideram natural neutralidade de Dilma no estado
75	10/out	Folha de S. Paulo	País se divide entre Aécio, 51%, e Dilma, 49%
76	10/out	Folha de S. Paulo	Aécio larga no 2º turno com 51% contra 49% de Dilma, diz Datafolha
77	10/out	Folha de S. Paulo	Marina exige que Aécio mude programa
78	10/out	Folha de S. Paulo	Na TV, Dilma e Aécio se vendem como mudança
79	10/out	Folha de S. Paulo	PT 'institucionalizou' corrupção no controle da estatal, diz Aécio
80	10/out	Folha de S. Paulo	Sindicato de MG critica mensagem pró-Aécio Neves
81	10/out	Folha de S. Paulo	Rivais têm ódio do povo, diz Dilma
82	10/out	O Globo	Aécio sai na frente, em empate técnico com Dilma
83	10/out	O Globo	Aécio vai se reunir com viúva de Campos em PE
84	10/out	O Globo	PGR arquiva investigação contra Aécio
85	10/out	O Globo	Pesquisas mostram Aécio na frente de Dilma
86	10/out	O Globo	Na Bahia, Dilma diz ser "pardinha" e ataca FH
87	10/out	O Globo	Corrupção está institucionalizada no governo Dilma, diz Aécio Neves
88	10/out	O Globo	Dilma acusa Armínio Fraga de 'implicar com o salário mínimo'
89	10/out	O Globo	Na TV, Dilma destaca vitória em MG, e Aécio, apoio de partidos
90	11/out	Folha de S. Paulo	Oposição usa investigações na Petrobras para 'golpe', diz Dilma
91	11/out	Folha de S. Paulo	Marina adia, de novo, sua decisão sobre apoio a Aécio
92	11/out	Folha de S. Paulo	Aécio critica declaração de petista sobre o caso [Petrobras]
93	11/out	Folha de S. Paulo	PMDB não dará apoio integral a Dilma em ao menos 10 Estados

94	11/out	O Globo	Aécio reúne nove pessoas em embrião de equipe econômica
95	11/out	O Globo	Pesquisas: mais de 60% dos votos de Marina vão para Aécio
96	11/out	O Globo	PSB da Bahia declara apoio a Dilma
97	12/out	Folha de S. Paulo	'Choque de gestão' de Aécio tem efeito declinante
98	12/out	Folha de S. Paulo	Com viúva de Campos, Aécio larga no Nordeste
99	12/out	Folha de S. Paulo	A Dilma do Alckmin
100	12/out	Folha de S. Paulo	Dilma pede divulgação 'ampla' de escândalo
101	12/out	O Globo	Família Campos adere à campanha de Aécio
102	12/out	O Globo	Adesão a Aécio divide políticos da Rede
103	12/out	O Globo	Dilma parte para ataque pessoal e acusa Aécio de uso da máquina
104	13/out	Folha de S. Paulo	Marina compara Aécio a Lula ao dar seu apoio a tucano
105	13/out	Folha de S. Paulo	Marina afirma fazer nova política ao dar apoio a Aécio
106	13/out	Folha de S. Paulo	Não vejo como Aécio possa dar aula de ética
107	13/out	Folha de S. Paulo	Roberto Mangabeira Unger :: Por que votar em Dilma
108	13/out	Folha de S. Paulo	Dilma diz que voto não se transfere
109	13/out	Folha de S. Paulo	Aécio diz que é 'um só corpo' com Marina após apoio
110	13/out	O Globo	Marina apoia Aécio, e Dilma diz que é só um voto
111	13/out	O Globo	Dilma diz duvidar de transferência de voto
112	13/out	O Globo	'Somos um só corpo', diz Aécio, sobre apoio
113	14/out	Folha de S. Paulo	Aliados de Dilma apontam distância de Lula e cobram presença na campanha
114	14/out	Folha de S. Paulo	Governo de Minas não divulga seus gastos com rádios de Aécio
115	14/out	Folha de S. Paulo	PSB dará apoio a Dilma em 4 Estados
116	14/out	Folha de S. Paulo	Apoio a Aécio provoca debandada na cúpula da Rede em São Paulo
117	14/out	Folha de S. Paulo	Aécio também leva 'cola' para os estúdios
118	14/out	O Globo	Dilma e Aécio priorizam disputa em cinco estados
119	14/out	O Globo	Dilma: as pessoas têm direito de comer carne
120	14/out	O Globo	Debate na TV preocupa campanha de Dilma
121	14/out	O Globo	Ruralistas se dizem 'tranquilos' com o apoio de Marina a Aécio
122	14/out	O Globo	'Apoio a Aécio não se deu em bases programáticas'
123	14/out	O Globo	MP e Ajufe reagem às críticas de Dilma e defendem investigação
124	15/out	Folha de S. Paulo	Troca de acusações entre Aécio e Dilma domina debate
125	15/out	Folha de S. Paulo	Ala do PT propõe que Dilma reconheça erros na Petrobras
126	15/out	Folha de S. Paulo	Dilma afaga delegados da PF ao mudar regras da carreira

127	15/out	Folha de S. Paulo	Aécio diz que não sabe valor que seu governo pagou a suas rádios
128	15/out	Folha de S. Paulo	Antonio Anastasia :: Aécio e o bem-sucedido choque de gestão
129	15/out	Folha de S. Paulo	Aécio admite que trabalhou para gabinete do pai no Rio
130	15/out	Folha de S. Paulo	Chico Buarque divulga vídeo de apoio a Dilma nas redes sociais
131	15/out	Folha de S. Paulo	Dilma diz ser 'infeliz' fala de secretário sobre alimentos
132	15/out	Folha de S. Paulo	No Facebook, Dilma fala de saída de colunista da Folha
133	15/out	O Globo	Dilma nega momento delicado e Aécio vê desespero no PT
134	15/out	O Globo	Tucano acusa Dilma de criar mentiras por 'desespero'
135	15/out	O Globo	Senador petista diz que Lula é 'só o ajudador' de Dilma
136	15/out	O Globo	Dilma desautoriza ministro
137	15/out	O Globo	"Aécio não era nossa candidatura ideal. Nunca foi"
138	15/out	O Globo	Marina diz que ataques por apoio a Aécio vêm da 'política atrasada'
139	15/out	O Globo	Medida provisória de Dilma abre crise interna na PF
140	16/out	Folha de S. Paulo	A 11 dias da eleição, Aécio e Dilma mantêm empate
141	16/out	Folha de S. Paulo	Aécio e Dilma seguem empatados após uma semana de propaganda eleitoral
142	16/out	Folha de S. Paulo	Dilma tem maior potencial entre indecisos
143	16/out	Folha de S. Paulo	Dilma errou muito e usou PMDB para ter tempo de TV
144	16/out	Folha de S. Paulo	Aécio diz ser vítima de uma campanha de 'ódio'
145	16/out	Folha de S. Paulo	Tucano sempre foi protegido, diz Dilma
146	16/out	Folha de S. Paulo	Lula cita caso do bafômetro para atacar Aécio
147	16/out	O Globo	Dilma e Aécio voltam a duelar a TV
148	16/out	O Globo	PT envia 'tropa de elite' nordestina a SP; Aécio vai à Bahia e Paraíba
149	16/out	O Globo	Voto mineiro em Dilma segue o bolsa família
150	16/out	O Globo	Aécio se blinda contra ataque petista em MG
151	16/out	O Globo	Irmã de Aécio prestou serviço voluntário ao governo de Minas
152	16/out	O Globo	Dilma diz a sindicalistas que não mexerá em direitos trabalhistas
153	17/out	Folha de S. Paulo	Debate acalorado tem ataques pessoais; no fim, Dilma passa mal
154	17/out	Folha de S. Paulo	Revista 'Economist' manifesta apoio a Aécio
155	17/out	Folha de S. Paulo	Rogério Cezar de Cerqueira Leite :: O choque de indigestão de Aécio
156	17/out	Folha de S. Paulo	Aliados colam em Aécio após evitá-lo
157	17/out	Folha de S. Paulo	TSE suspende propaganda de Dilma
158	17/out	Folha de S. Paulo	Ao falar da crise da água em SP, Dilma alfineta tucanos
159	17/out	Folha de S. Paulo	Dilma sofre crise glicêmica após debate

160	17/out	Folha de S. Paulo	Ator compara o apoio a Dilma Rousseff a ter ebola
161	17/out	O Globo	Aécio reage a ataques e Dilma passa mal no fim
162	17/out	O Globo	Discreto, irmão de Dilma só aceitou cargo em Minas
163	17/out	O Globo	Dilma foi nocauteada
164	17/out	O Globo	O apagão de Dilma
165	17/out	O Globo	Aécio grava hoje com Marina em São Paulo
166	17/out	O Globo	Revista 'The Economist' declara apoio a Aécio
167	18/out	Folha de S. Paulo	Dos 22 anúncios de Dilma na TV, 19 atacam Aécio
168	18/out	Folha de S. Paulo	Não damos trabalho a Dilma, diz parente
169	18/out	Folha de S. Paulo	Dilma agora 'parece crer' nos desvios em estatal, diz tucano
170	18/out	Folha de S. Paulo	Aécio compara união com Marina à aliança que elegeu Tancredo
171	18/out	Folha de S. Paulo	Exame Médico: Apesar do mal-estar, saúde de Dilma está 'ótima'; exames de Aécio estão normais
172	18/out	O Globo	Dilma pode anunciar ministro da Fazenda para acalmar mercado
173	18/out	O Globo	O bafômetro de Aécio Neves :: Jorge Bastos Moreno
174	18/out	O Globo	Dilma cancela agenda no Rio e vai descansar para debate amanhã
175	19/out	Folha de S. Paulo	Pujança no Sul rende votos para Aécio Neves
176	19/out	Folha de S. Paulo	Com Dilma, cai criação de reserva indígena
177	19/out	Folha de S. Paulo	No Senado, Aécio priorizou candidatura
178	19/out	Folha de S. Paulo	Programas sociais dão apoio a Dilma no Norte
179	19/out	Folha de S. Paulo	Auditoria aponta descontrolado em vitrine de Dilma
180	19/out	Folha de S. Paulo	Equipe que ajudou Aécio a estruturar propostas mistura pessoas próximas ao tucano e nomes do governo FHC
181	19/out	Folha de S. Paulo	Desconfiada, Dilma tem poucos interlocutores e deixou na mão de Mercadante boa parte de seu plano
182	19/out	O Globo	No Rio, Aécio conversa com Romário em busca de apoio
183	19/out	O Globo	TSE tira do ar propaganda de Dilma com ataques a Aécio
184	20/out	Folha de S. Paulo	Em debate, Aécio e Dilma desistem de ataques pessoais
185	20/out	Folha de S. Paulo	Coordenador do programa de Dilma, Juca Ferreira defende 'mais e melhor Estado' no setor cultural
186	20/out	Folha de S. Paulo	Vale-Cultura é principal bandeira da gestão Dilma
187	20/out	Folha de S. Paulo	Sob Aécio, área cultural enfatizou leis de incentivo
188	20/out	Folha de S. Paulo	Dilma afirma não saber quem cometeu desvios
189	20/out	Folha de S. Paulo	Ricardo Melo :: Aécio perde batalha da verdade
190	20/out	Folha de S. Paulo	Dilma e Aécio repetem embate sobre paternidade de programas sociais
191	20/out	O Globo	Aécio cobra de Dilma punição a tesoureiro do PT
192	20/out	O Globo	Aécio : Dilma não agiu

193	20/out	O Globo	Na TV, Aécio lembra que Dilma já o elogiou por gestão em Minas Gerais
194	21/out	Folha de S. Paulo	Dilma atinge 52% e Aécio tem 48%, aponta Datafolha
195	21/out	Folha de S. Paulo	Impulsionada pelo Sudeste, Dilma vai a 52% no Datafolha; Aécio atinge 48%
196	21/out	Folha de S. Paulo	Raquel Rolnik :: Voto em Dilma no segundo turno
197	21/out	Folha de S. Paulo	Vladimir Safatle :: A educação de Aécio
198	21/out	Folha de S. Paulo	Aécio se saiu melhor em debate para 22%; 16% apontam Dilma
199	21/out	Folha de S. Paulo	PT usa falta de água em SP contra Aécio
200	21/out	Folha de S. Paulo	Plano de Aécio para educação custaria 5 vezes o Bolsa Família
201	21/out	Folha de S. Paulo	Economia e educação impulsionam Dilma
202	21/out	O Globo	Dilma 'premiou' tesoureiro do PT com Itaipu
203	21/out	O Globo	Dilma passa Aécio, mas empate técnico continua
204	21/out	O Globo	Dilma à frente de Aécio
205	21/out	O Globo	No Rio, Dilma se equilibra entre 4 aliados
206	21/out	O Globo	PT usa elogios de Aécio a Dilma
207	21/out	O Globo	Vaccari foi nomeado por Dilma para conselho de Itaipu
208	22/out	Folha de S. Paulo	Otimismo com economia dispara e beneficia Dilma
209	22/out	Folha de S. Paulo	Edmar Bacha :: Por que voto em Aécio
210	22/out	Folha de S. Paulo	Bolsa cai com Dilma à frente em pesquisa
211	22/out	Folha de S. Paulo	Otimismo com economia aumenta e ajuda Dilma na disputa eleitoral
212	22/out	Folha de S. Paulo	Aécio contesta pesquisa do Datafolha
213	22/out	Folha de S. Paulo	Procuradoria vai investigar Aécio sobre aeroporto
214	22/out	Folha de S. Paulo	Por crítica de Lula, TSE tira tempo de Dilma na TV
215	22/out	Folha de S. Paulo	Na comparação com FHC, Dilma parece levar vantagem
216	22/out	O Globo	ONGs parceiras reforçam comício de Dilma
217	22/out	O Globo	TSE se divide sobre áudio, em campanha tucana, de Dilma elogiando Aécio
218	22/out	O Globo	Presidente da ANA cita aval de vice de Aécio
219	22/out	O Globo	Evento de Dilma tem reforço de ONGs parceiras
220	22/out	O Globo	'Sou o próximo presidente se a diferença for essa', diz Aécio
221	22/out	O Globo	Dilma diminui distância de Aécio no Sudeste
222	23/out	Folha de S. Paulo	Aécio se diz alvo de 'atentados'; Dilma prioriza jovem e mulher
223	23/out	Folha de S. Paulo	Na TV, Aécio diz que é vítima de 'atentados' à sua honra
224	23/out	Folha de S. Paulo	Associado a Nazistas, Aécio diz que ignora Lula
225	23/out	Folha de S. Paulo	Pivô de crise no Itamaraty declara voto em Aécio Neves

226	23/out	Folha de S. Paulo	Dilma cresceu entre mulheres após ataques
227	23/out	Folha de S. Paulo	Ambição faz Dilma dizer coisas nas quais não crê
228	23/out	Folha de S. Paulo	Renato Janine Ribeiro :: Inclusão social vai melhor com Dilma
229	23/out	Folha de S. Paulo	Governo segura divulgação de dados que podem afetar campanha de Dilma
230	23/out	Folha de S. Paulo	As armas de Aécio
231	23/out	Folha de S. Paulo	As armas de Dilma
232	23/out	Folha de S. Paulo	Ato pró-Aécio reúne cerca de 10 mil em SP
233	23/out	O Globo	Romário reforça campanha de Aécio na reta final da disputa
234	23/out	O Globo	ONG que reforçou ato de Dilma tem convênios
235	23/out	O Globo	Otimista, Dilma diz que eleição já virou
236	24/out	Folha de S. Paulo	Dilma abre 6 pontos sobre Aécio
237	24/out	Folha de S. Paulo	Mark Weisbrot :: Questões econômicas favorecem Dilma
238	24/out	Folha de S. Paulo	Com 53%, Dilma assume a liderança do segundo turno, mostra Datafolha
239	24/out	Folha de S. Paulo	The Economist' ironiza ato a favor de Aécio
240	24/out	Folha de S. Paulo	SNI via em Aécio um moderado de esquerda
241	24/out	Folha de S. Paulo	Dilma achava que política não era muito limpa
242	24/out	Folha de S. Paulo	Dilma perde seja qual for o resultado, afirma Aécio
243	24/out	Folha de S. Paulo	Dilma não reconhece legado social de FHC
244	24/out	O Globo	Dilma descola de Aécio
245	24/out	O Globo	'Veja': doleiro de escândalo diz que Dilma e Lula sabiam
246	24/out	O Globo	'Veja': doleiro diz que Dilma e Lula sabiam de tudo
247	24/out	O Globo	Fundadora do PT em MG diz por que agora é Aécio
248	24/out	O Globo	Dilma pede paz a militantes; campanha foi sórdida, diz Aécio
249	25/out	Folha de S. Paulo	Doleiro acusa Lula e Dilma; PT fala em terrorismo, e Aécio, em caixa dois
250	25/out	Folha de S. Paulo	É 'erro' não reiterar à população apelo por economia, diz Dilma Pena
251	25/out	Folha de S. Paulo	Acusação de doleiro indica caixa dois, afirma Aécio
252	25/out	Folha de S. Paulo	'Não há nenhuma prova', diz Dilma
253	25/out	Folha de S. Paulo	51% dos eleitores de Aécio têm renda de até 3 mínimos
254	25/out	Folha de S. Paulo	Sem a presença de Dilma, Lula comanda ato na Praça da Sé
255	25/out	O Globo	Dilma acusa veja de terrorismo; Aécio critica tentativa de censura
256	25/out	O Globo	No Rio, eleitor de meia idade puxa alta de Dilma
257	25/out	O Globo	Em campanha de críticas, Dilma bateu mais
258	25/out	O Globo	Campanha de Dilma fez mais representações ao TSE

259	26/out	Folha de S. Paulo	Dilma e Aécio chegam ao dia do pleito em empate técnico
260	26/out	Folha de S. Paulo	Dilma e Aécio chegam ao dia do pleito com disputa mais acirrada desde 1989
261	26/out	Folha de S. Paulo	A solidão de Dilma
262	26/out	Folha de S. Paulo	Saem Aécio e Dilma, volta Paulinho :: Elio Gaspari
263	26/out	Folha de S. Paulo	Nem Aécio nem Dilma; eu fecho com Thoreau :: José Padilha
264	26/out	Folha de S. Paulo	Fizemos muito, faremos muito mais :: Dilma Rousseff
265	26/out	Folha de S. Paulo	Por que quero ser presidente :: Aécio Neves
266	26/out	Folha de S. Paulo	Para 36%, Aécio se saiu melhor no debate
267	26/out	Folha de S. Paulo	O fantasma de Aécio
268	26/out	O Globo	Aécio volta a subir e encosta em Dilma
269	26/out	O Globo	Dilma denuncia 'processo golpista' e ganha direito de resposta na Veja
270	26/out	O Globo	Eleitora estranha conselho de Dilma
271	27/out	Folha de S. Paulo	Dilma é reeleita na disputa mais apertada da história
272	27/out	Folha de S. Paulo	Campanha de Aécio pregou para convertidos
273	27/out	Folha de S. Paulo	Os desafios de Dilma
274	27/out	Folha de S. Paulo	Aécio diz que Dilma agora deve unir o país
275	27/out	Folha de S. Paulo	Dilma deve enfrentar governo difícil, diz FHC
276	27/out	Folha de S. Paulo	Vantagem robusta no Nordeste e vitória em Minas garantem reeleição de Dilma
277	27/out	Folha de S. Paulo	Dilma relança reforma política como prioridade
278	27/out	Folha de S. Paulo	Dilma vence com margem apertada e promete diálogo
279	27/out	Folha de S. Paulo	Ricardo Melo :: Dilma 7 X 1 mentira
280	27/out	O Globo	Reeleita, Dilma prega união e reforma política
281	27/out	O Globo	Aécio foi opção de brasileiros no exterior
282	27/out	O Globo	Aécio diz que 'maior de todas as prioridades' é unir o país
283	27/out	O Globo	Atuação em 2014 fortalece Aécio para nova disputa
284	27/out	O Globo	Míriam Leitão : Na economia, Dilma terá o maior desafio
285	27/out	O Globo	Para cobrar de Dilma
286	28/out	Folha de S. Paulo	Dilma busca para a Fazenda nome do mercado financeiro
287	28/out	Folha de S. Paulo	Petrobras cai 11% após reeleição de Dilma
288	28/out	Folha de S. Paulo	Hélio Schwartzman :: Dilma 2, a revanche
289	28/out	Folha de S. Paulo	Carlos Heitor Cony :: Dilma contra Dilma
290	28/out	Folha de S. Paulo	No Brasil de Dilma, mulher não vai bem, mostra estudo
291	28/out	Folha de S. Paulo	Líderes parabenizam Dilma por vitória

292	28/out	Folha de S. Paulo	Folha foi a primeira publicação a anunciar a vitória de Dilma
293	28/out	Folha de S. Paulo	Tucanos culpam MG por revés de Aécio
294	28/out	Folha de S. Paulo	Dilma decide buscar nome para Fazenda no mercado
295	28/out	Folha de S. Paulo	PMDB resiste à proposta de Dilma para reforma política
296	28/out	O Globo	Pezão: pacote de pedidos para Dilma
297	28/out	O Globo	Bancos e entidades apoiam discurso de conciliação de Dilma
298	28/out	O Globo	Fusão de partidos em oposição a Dilma
299	28/out	O Globo	Trinta técnicos assistiram à virada de Dilma às 19h32
300	28/out	O Globo	Na Zona Sul, Dilma só vence em Rocinha e Vidigal
301	28/out	O Globo	Uma Dilma que não está no dicionário
302	28/out	O Globo	Dilma articula primeiros nomes para o ministério
303	28/out	O Globo	Aliados aguardam Aécio para planejar oposição
304	28/out	O Globo	Grandes centros são obstáculo para Dilma
305	28/out	O Globo	Aécio conquista mais eleitores de Marina, mas sem força para vencer
306	29/out	Folha de S. Paulo	Câmara impõe 1ª derrota a Dilma após a reeleição
307	29/out	Folha de S. Paulo	Câmara impõe 1ª derrota de Dilma após a reeleição
308	29/out	Folha de S. Paulo	Fernando Rodrigues :: Dilma e 2015
309	29/out	Folha de S. Paulo	Dilma diz que ofereceu ajuda a Alckmin
310	29/out	Folha de S. Paulo	Presidente afirma que dialogará com Aécio e Marina
311	29/out	Folha de S. Paulo	Alves acusa PT de impedir reforma e quer votar temas incômodos a Dilma
312	29/out	Folha de S. Paulo	Vice de Aécio nega diálogo e ataca PT por campanha
313	29/out	Folha de S. Paulo	Obama quer agenda para reaproximação com Dilma em 2015
314	29/out	Folha de S. Paulo	Criador do perfil Dilma Bolada visita presidente
315	29/out	Folha de S. Paulo	Dilma passou Aécio às 19h32, com 89% das urnas apuradas
316	29/out	Folha de S. Paulo	Eleito em MS diz que Dilma deve buscar aproximação
317	29/out	O Globo	Câmara derrota Dilma e veta conselhos populares
318	29/out	O Globo	Câmara derruba decreto de Dilma que criava conselhos populares
319	29/out	O Globo	Dilma recua sobre reforma via plebiscito
320	30/out	Folha de S. Paulo	Presidente do Senado promete impor nova derrota a Dilma
321	30/out	Folha de S. Paulo	Congresso ameaça impor novas derrotas a Dilma no plenário
322	30/out	Folha de S. Paulo	Vídeo sugere que Sarney votou em Aécio para presidente no 2º turno
323	30/out	Folha de S. Paulo	Ministro de Dilma critica 'vontade conservadora'
324	30/out	Folha de S. Paulo	Eliane Cantanhêde :: O recorde de Dilma

325	30/out	Folha de S. Paulo	Alckmin e Dilma agora falam em parceria contra falta de água em SP
326	30/out	Folha de S. Paulo	Aécio divulga vídeo e se coloca como líder da oposição
327	30/out	Folha de S. Paulo	Dilma vetará alívio a quem desvia verba
328	30/out	Folha de S. Paulo	Angela Merkel saúda Dilma por reeleição
329	30/out	Folha de S. Paulo	Campanha de Aécio usou pesquisa com dados enganosos
330	30/out	Folha de S. Paulo	Três dias após reeleição de Dilma, BC eleva juros básicos para 11,25%
331	30/out	Folha de S. Paulo	Mercado vê alta como 'recado' de Dilma
332	30/out	O Globo	Senado ameaça também derrotar Dilma
333	30/out	O Globo	Renan avisa: próxima derrota de Dilma será no Senado
334	31/out	Folha de S. Paulo	Candidatos com dívidas pedem socorro a Dilma
335	31/out	Folha de S. Paulo	Para governo, aval do mercado à Selic dá tempo para Dilma agir
336	31/out	Folha de S. Paulo	Com dívidas milionárias, aliados recorrem a Dilma
337	31/out	Folha de S. Paulo	Eduardo Giannetti :: Dilma 2
338	31/out	Folha de S. Paulo	Vazamento de citação a Dilma e Lula é apurado
339	31/out	Folha de S. Paulo	Veja foi panfleto da campanha de Aécio, afirma Lula em vídeo
340	27/out	Folha de S. Paulo online	Minas "falhou" com Aécio, avaliam tucanos mineiros

Apêndice C – Tabela base para análise das manchetes selecionadas

[Data / jornal / manchete]

Eixo1: LCU

Análise
Sintaxe
Semântica
Pragmática
Categorização/relações prototípicas
Estratégias de voz e valência verbal
Iconicidade diagramática
Metáforas e metonímias
<i>Frames</i>
Inferências sugeridas e seus efeitos

Eixo 2: EDC

Escolhas lexicais / Sinônimos
Modo / Tempo / Aspecto/ Modalização
Tópico
Vagueza
Implicaturas / pressuposições
Estereótipos

Eixo 3: A manchete sob a perspectiva jornalística