

**A PRESENÇA DA ORALIDADE NO TEXTO JORNALÍSTICO:
MANIFESTAÇÕES POPULARES PARA OBTENÇÃO DO FENÔMENO
ENVOLVIMENTO**

Catia Regina Ribeiro Artur

Mestranda do Programa de Estudos Pós-Graduados em Língua Portuguesa/PUC-SP

RESUMO

Este trabalho propõe analisar o emprego de expressões populares, no texto jornalístico, como elemento do discurso da violência e de captação de leitores. Procurar-se-á demonstrar essas expressões, bem como os efeitos de sentido decorrentes de seus usos, no trato de um assunto violento, o que favorece a intensificação da violência retratada. Nesse contexto, o jornal busca compactuar com a ideologia do povo e assume a função de seu porta-voz.

Palavras-chave: Discurso da violência. Linguagem popular. Captação do leitor.

INTRODUÇÃO

Na atualidade, tem-se observado um crescente interesse pelo estudo do discurso das mídias, em especial, da mídia impressa, com o intuito de se compreender as estratégias de encenação da informação no relato jornalístico. Tais estratégias, geralmente, levam em conta o *contrato de informação midiático*, que impõe restrições relativas à situação de comunicação, englobando espaço, tempo, relações sociais e comportamentos linguageiros, para serem bem sucedidas. Desse modo, o relato jornalístico constitui-se apoiado em signos linguísticos e visuais articulados a partir de eventos, imagens e fontes, mas sem deixar de considerar os discursos de representação.

Para corresponder às representações sociais, em algumas situações, procura-se empregar, no texto jornalístico, termos característicos da modalidade oral da língua, como gírias, frases feitas e ditados populares. As marcas da oralidade presentes no texto jornalístico, muitas vezes, são dadas como expressões populares e, em decorrência disso, os textos que as apresentam buscam atingir a um público mais habituado a elas. Essa linguagem pode

contribuir para a formulação do discurso da mídia impressa com diferentes propósitos e em diferentes temáticas, inclusive a da violência (cf. Dias, 2003).

Este estudo procura investigar signos linguísticos populares e seu caráter expressivo na construção do discurso da violência, no texto jornalístico, recorrendo a demonstrações da relação entre o tema da violência e o uso da linguagem popular na matéria “Roubalheira de parar o trânsito”, do jornal *Diário de S. Paulo*, de 5 de novembro de 2013. Alguns elementos da capa do jornal também foram considerados na análise.

Para a realização da pesquisa, inicialmente, evidenciamos os referenciais teóricos que a guiaram; em seguida, apresentamos o *corpus* selecionado; depois, realizamos a investigação proposta; e, para terminar, fizemos algumas considerações.

A importância do estudo está em colaborar para a evidenciação de estratégias linguístico-discursivas utilizadas para a captação do leitor do texto jornalístico.

A CONSTRUÇÃO DO DISCURSO DA VIOLÊNCIA

Um acontecimento midiático, geralmente, está relacionado a uma temática de atos e estados tidos como “anormais”. Cada sociedade, por sua vez, pode conduzir tais temas de maneiras distintas, segundo critérios próprios, crenças e valores culturais. Isso ocorre, por exemplo, ao tratar da violência na mídia. Nesse caso, faz-se necessário definir o que é violência para melhor abordá-la neste estudo.

Tentamos dar uma definição que dê conta tanto dos estados quanto atos de violência. “Há violência quando, numa situação de interação, um ou vários atores agem de maneira direta ou indireta, maciça ou esparsa, causando danos a uma ou várias pessoas em graus variáveis, seja em sua integridade física, seja em sua integridade moral, em suas posses, ou em suas participações simbólicas e culturais.” (MICHAUD, 1986, pp. 10-11).

As mídias de informação costumam atribuir sentidos próprios aos atos e aos estados de violência. “Sentidos que não só denunciam suas específicas visões de mundo, como orientam práticas sociais, políticas, culturais. Assim, a violência e suas imagens têm o poder de convocar sujeitos em direção a alguma ação social.” (RONDELLI, 2000, p. 154). Pode,

inclusive, incitar a discussão no espaço público. Nesse sentido, a instância midiática revela sua *lógica simbólica*.

A lógica simbólica das mídias apresenta o organismo de informação como elemento colaborativo na construção da opinião pública. Por outro lado, a instância midiática também garante seu funcionamento por meio de uma *lógica econômica*, que revela o organismo de informação como uma empresa cuja finalidade é fabricar um produto. (CHARAUDEAU, 2006, p. 21).

Ao fabricar o produto jornal, prevê-se um público consumidor para ele e, conseqüentemente, problematizam-se questões em torno de como captá-lo. Espera-se que a lógica simbólica, nesse ponto, possa ajudar a lógica econômica, embora não haja garantia de que os *efeitos pretendidos* serão realmente os *efeitos produzidos*, posto que o texto que se produz é um portador de “efeitos de sentido possíveis” que só serão definidos como resultado de uma cointencionalidade do produtor e do receptor da informação.

De toda forma, a mídia realiza um tratamento da informação, para atingir um público que designa como *alvo* – que é imaginado como suscetível de interpretar os sentidos visados. De acordo com Charaudeau, ela seleciona *modos discursivos* correspondentes à especificidade de cada situação de comunicação midiática: relatar o que aconteceu ou o que acontece no espaço público; comentar o porquê e o como do acontecimento relatado; ou provocar o confronto de ideias.

Os recursos linguístico-discursivos também serão escolhidos de acordo com a situação de comunicação midiática, visando atender aos propósitos enunciativos. O discurso da violência, por exemplo, poderá ser construído com características de sintaxe simplificada, frases feitas e vocábulos gírios, nos jornais considerados mais populares, em certos momentos, evidenciando uma linguagem com influência da língua oral. Ademais, “como uma espécie de discurso da notícia, revelará um processo de elaboração que tem sempre um contexto urbano, mas também um tipo específico de leitor, receptivo a essa construção narrativa, acostumado a esses ‘modelos’ noticiosos e à forma como lhe são apresentados.” (DIAS, 2003, p. 109).

Consideramos, neste estudo, que todo esse trabalho que o texto jornalístico processa em torno de uma temática, das representações, do modo de organização do discurso e das estratégias semiodiscursivas acaba por produzir *efeitos de verdade*. Por conseguinte, “o relato

jornalístico ordena e, por definição, constitui a realidade que ele mesmo apresenta como a realidade feita de fatos.” (BUCCI, 2003, p. 9). Interessa-nos examinar alguns elementos dessa constituição na construção do discurso da violência.

O JORNAL *DIÁRIO DE S. PAULO*

O *Diário de S. Paulo*, antigo *Diário Popular*, fundado em 1884, estreou em 24 de setembro de 2001 com novos suplementos, colunistas e novo projeto gráfico, cinco meses após ter sido comprado pela Infoglobo, empresa das Organizações Globo, conforme explica Paula (2008). A versão renovada buscava ampliar seu universo de leitores na capital, com um noticiário focado na cobertura local e nos serviços. Seu público passou a ser a classe média.

Em outubro de 2009, no entanto, a Infoglobo decidiu vender o *Diário* para a Traffic, empresa de *marketing* esportivo. A venda estava em linha com a estratégia da empresa de focar seus esforços nas áreas e nos segmentos onde era líder incontestável.

Em setembro deste ano, o Grupo Traffic repassou o controle acionário do jornal para o grupo Cereja Comunicação Digital, que não apresentou detalhes da negociação.

O *CORPUS* SOB ANÁLISE

O *corpus* analisado foi a matéria jornalística intitulada “Roubalheira de parar o trânsito”, de Ivan Ventura, do jornal supracitado, de 5 de novembro de 2013. Também foram observados alguns aspectos da capa do jornal, conforme segue.

A CAPA

Obedece quem tem juízo
Até o pai quer o 'fico' de Rogério Ceni
Eurydes Ceni, pai do goleiro tricolor, faz coro com a galera: "Como torcedor, eu também quero que ele continue", afirma ao DIÁRIO 12 e 13

Balzaca poderosa
Deborah é mais ela agora do que aos 20
Aos 33 anos, a atriz Deborah Secco revela que, mesmo se engorda ou emagrece, se sente melhor do que aos 20 anos 16

Crime da moda
Nunca se roubou tanto ouro em SP
Joias são derretidas por bandidos
Após enfrentar onda de furtos e roubos a joalherias e relojarias em 2010, este ano a cidade já contabiliza 20 ocorrências do tipo 19

Justiça tarda, mas não falha
Sujou, Maluf!
Condenado pelo Tribunal de Justiça de São Paulo por improbidade administrativa, o deputado federal fica com a ficha suja e perde os direitos políticos por cinco anos 11

Paciência tem limite
Criança espera 10 meses por consulta
Um garoto de 6 anos precisa passar no otorrino, mas, segundo a mãe, nunca foi visto em AME 14

Calada da noite
Promotor apela contra reajuste abusivo do IPTU 14

Seguro-desemprego
Governo cede e não mexerá no benefício

diário de S. Paulo EDIÇÃO SÃO PAULO

TERÇA 5/11/2013 R\$1,90

Sinal vermelho para roubo de ouro em SP

SIGA O DIÁRIO DE S. PAULO
www.diariosp.com.br

twitter.com/diariosp

www.facebook.com/diariospaulo

Ano 129 / N. 43.313 / Classificação: (11) 3235-7500
Fale com o DIÁRIO: (11) 3235-7600

Como vimos, o *Diário de S. Paulo*, em sua fundação, pretendia ser um jornal que atendesse à classe média. No entanto, apresenta, nessa capa, vários termos e expressões da oralidade popular, considerados, conseqüentemente, com mais frequência na escrita do jornalismo popular. Eles podem ser categorizados em:

- **Frases feitas:** (1) “Obedece quem tem juízo”; (2) “Paciência tem limite”; (3) “Justiça tarda, mas não falha”; (4) “Deborah é mais ela agora do que aos 20”; (5) “Nunca se roubou tanto ouro em São Paulo”; (6) “Calada da noite”;

- **Vocábulos populares:** (7) “Até o pai quer o ‘fíco’¹ de Rogério Ceni”; (8) “Crime da moda”.
- **Gírias:** (9) “Balzaca poderosa”; (10) “Sujou, Maluf!”.

Algumas dessas expressões, da maneira como são apresentadas, remetem ou estão diretamente ligadas a atos e estados de violência. A frase (1), que completa o provérbio “Manda quem pode...”, esboça uma relação de poder e submissão atrelada a possíveis consequências ruins, descaracterizando a liberdade de decisão do goleiro Rogério Ceni sobre sua permanência no clube em que joga. Pode-se tentar relacionar a suposta submissão do jogador ao pai em (7), mas o emprego da preposição “até”, que indica inclusão, revela que há outros envolvidos na questão, os torcedores (“Eurydes Ceni, pai do goleiro tricolor, faz coro com a galera”), deixando dúvidas.

A frase (2) indica indignação com a situação vivenciada por uma criança que espera por 10 meses para ser atendida em consulta médica, pois não consegue vaga. A frase (3), que se assemelha ao provérbio “A justiça divina tarda, mas não falha.”, dá a entender que houve uma injustiça, um crime, que será, enfim, punido, referindo-se à condenação do deputado federal Paulo Maluf por improbidade administrativa.

A gíria “balzaca”, presente em (9), é uma deformação do significante “balzaquiana”, pela alteração da terminação do vocábulo para o sufixo –aca, e significa mulher que anda pelos trinta anos, que já não é muito nova. Ambos os termos, “balzaca” e “balzaquiana”, aludem ao romance *A Mulher de Trinta Anos*, de Honoré de Balzac, mas pode-se perceber no primeiro um sentido pejorativo que não necessariamente aparece no segundo. Por outro lado, ao acrescentar o adjetivo “poderosa”, busca-se intensificar a impressão de autoconfiança da atriz Deborah Secco presente em (4), frase que relembra a composição popular “Eu sou mais eu”. O termo ainda remete a uma canção bastante popular, *Show das Poderosas*, da cantora Anita.

Em (5), o enunciado remete à frase feita “Nunca se roubou tanto.”, comumente empregada ao falar da corrupção dos políticos no Brasil. A corrupção na política é um assunto recorrente na mídia, e não deixa de aparecer nesse jornal, como vemos em (10). A gíria

¹ O termo “fíco” remete ao instituído “Dia do Fico”, que se deu em 9 de janeiro de 1822, quando o príncipe regente D. Pedro de Alcântara foi contra as ordens das Cortes Portuguesas que exigiam sua volta a Lisboa, ficando no Brasil. Essa expressão já foi usada na mídia para tratar de situações que envolviam outras personalidades, como o jogador de futebol Neymar e o político José Serra.

marginal “Sujou!” é uma interjeição empregada por quem é apanhado ou está na iminência de ser apanhado cometendo algum delito. Na situação apresentada, como já mencionado em (3), temos a condenação do deputado Paulo Maluf.

A expressão (6), que significa “silêncio da escuridão”, no contexto em que se apresenta, subentende que algo foi feito escondido, de modo disfarçado, dissimulado, ocultando as ações ou intenções. Já em (8), a expressão “da moda” remete ao que está em destaque em determinada ocasião ou determinado momento. Contudo, soa irônica e crítica quando atrelada à palavra “crime”, dando a entender que a infração é recorrente.

Essas expressões populares estão carregadas de avaliações externas do jornalista e têm o intuito de chamar a atenção do leitor para um determinado ponto de vista. Demonstram subjetividade, rompendo com a objetividade simulada do discurso jornalístico. Isso é o que se observa também na manchete em destaque na capa.

Sinal vermelho para roubalheira do ISS

Dinheiro desviado por quadrilha daria para trocar 5.600 semáforos de açúcar

As substituições dos equipamentos que apagam na chuva já poderiam ter acontecido se a Prefeitura não sofresse um desfalque de mais de R\$ 200 milhões. Para pegar os ladrões no pulo e fazer uma escuta ambiental, o prefeito Fernando Haddad pagou aluguel de sala ao lado do escritório dos suspeitos P2 e P4

A manchete da primeira página prepara a apresentação de um contexto diferenciado para tratar da notícia sobre o desvio de mais de R\$ 200 milhões do ISS da Prefeitura de São Paulo por funcionários públicos, uma violência que afeta o patrimônio público. Relaciona o fato ao problema que a cidade sofre com os semáforos em dias de chuva, outra violência por dificultar o direito de ir e vir da população.

Para facilitar essa relação, emprega:

- **Metáforas:** (11) “*Sinal vermelho* para roubalheira do ISS.”; (12) “Dinheiro desviado por quadrilha daria para trocar 5.600 *semáforos de açúcar*”.
- **Vocábulo popular:** (13) “Sinal vermelho para *roubalheira* do ISS.”
- **Frase feita:** (14) “*Para pegar os ladrões no pulo (...)*”.

A expressão (11) representa metaforicamente a interjeição “Basta!” direcionada à ação corrupta. Para intensificar sua gravidade, como se vê em (13), também se usa o vocábulo “roubalheira”, que significa “roubo considerável e escandaloso”.

Em (12), os “semáforos de açúcar” são os “equipamentos que apagam na chuva”, conforme explicação no lide, o que dificulta o trânsito na cidade. No lide, ainda aparece a frase (14), que significa “surpreender alguém fazendo algo impróprio ou flagrar alguém cometendo um delito”, como ocorreu com os funcionários corruptos.

De acordo com Dias (2003, p. 64), percebemos:

Em princípio é nas manchetes em que se encontram as mais frequentes marcas de oralidade, as metáforas populares de efeito, o discurso dúbio da malícia, a sexualização constante dos referentes, a violência exacerbada do discurso, a gíria, as ousadias dos vocábulos obscenos, as frases feitas mais populares. Segundo os jornalistas², as manchetes merecem cuidados especiais porque delas depende o sucesso da venda do jornal, sendo necessário, portanto, motivar o leitor e facilitar o entendimento.

De fato, ao ler as notícias na parte interna do *Diário*, dificilmente reconhecemos a linguagem popular empregada nas manchetes. Nas notícias, geralmente, verificamos uma maior aproximação aos modelos cultos da língua, conforme veremos a seguir.

² Profissionais do antigo *Notícias Populares* consultados em pesquisa sobre a feitura do jornal.

A MATÉRIA JORNALÍSTICA



Diário de S. Paulo, 5.11.13, pp. 2 e 3

Roubalheira de parar o trânsito

Dinheiro desviado dos cofres da Prefeitura por fiscais daria para, entre tantas outras coisas, modernizar os semáforos da cidade

As fortes chuvas que atingiram a capital ontem à tarde danificaram mais de 170 semáforos (leia mais na página 4) e causaram, mais uma vez, um grande transtorno para a população.

O dinheiro para melhorar o sistema semafórico vai sair dos bilhões que foram arrecadados com o ISS (Imposto Sobre Serviços) ao longo do ano. Esse montante também é usado em investimento para a cidade.

No entanto, esses investimentos poderiam ter sido maiores e melhores se os cofres municipais não tivessem sofrido um desfalque de mais de R\$ 200 milhões em decorrência do “assalto” às finanças da cidade, praticado por um grupo de auditores da Prefeitura. De acordo com o MPE (Ministério Público Estadual), o rombo poderia chegar a R\$ 500 milhões.

Todo esse dinheiro poderia custear quase que integralmente, por exemplo, o plano de administração municipal de modernização de 5,6 mil semáforos em toda a capital ao custo de R\$ 220 milhões. Tal proposta, se colocada em prática, poderia evitar as conhecidas panes que ocorrem com frequência na época das chuvas.

Na extensa lista de problemas na cidade que poderiam ser sanados com a verba levada no esquema de desvio de dinheiro organizado pelo grupo de auditores estão a construção de 200 AMAs (Assistência Médica Ambulatorial) ou 16 quilômetros de corredores de ônibus.

A bolada de centenas de milhões levada pelo grupo, embora vultosa, representa apenas uma pequena parcela desse imposto que é a base de sustentação econômica da cidade. Para se ter uma ideia da dimensão do ISS para São Paulo, a previsão de arrecadação municipais [sic] em 2014 é de mais de R\$ 20 bilhões com o ISS, IPTU (Imposto Predial Territorial Urbano) e outros impostos da cidade. De acordo com a Secretaria de Finanças, apenas de ISS a previsão é arrecadar mais de 10 bilhões.

“É o imposto das cidades urbanizadas. É o tributo que mais cresce em cidades de serviços, caso de São Paulo,” explicou João Alberto Manaus, estudioso em orçamento público e conselheiro do NEU (Núcleo de Estudos Urbanos), da ACSP (Associação Comercial de São Paulo).

O relator do projeto do orçamento da cidade na Câmara Municipal de São Paulo, vereador Paulo Fiorillo (PT), explicou que a fraude representou R\$ 100 milhões a menos por ano. “Houve prejuízo na projeção da arrecadação nos anos anteriores. Se eu projetei arrecadar R\$ 9,9 bilhões em ISS e foram levados R\$ 500 milhões desde 2007, tenho de subtrair R\$ 100 milhões por ano de atuação do grupo”, disse.

Análise

João Alberto Manaus, especialista em orçamento

É o imposto que mais cresce

O ISS (Imposto sobre Serviços) é a galinha dos ovos de ouro dos tributos municipais. É o tributo que mais cresce em cidades de serviços, caso de São Paulo, um município fundamentalmente de prestação de serviços. Também é um tributo “maravilha” pois sua atualização acompanha a atividade econômica e não tem desgaste político com reajustes, como o IPTU, por exemplo. As últimas administrações municipais tiveram, corretamente, uma atenção especial de fiscalização e contra a fuga desse tributo da cidade.

ORGANIZAÇÃO DISCURSIVA

A matéria jornalística, como sugere a manchete da primeira página, relaciona o desvio de dinheiro dos cofres públicos municipais por fiscais corruptos ao problema dos semáforos danificados pelas fortes chuvas na cidade. Essa relação, no entanto, é apenas o início da apresentação de uma série de possibilidades de investimentos que poderiam ser feitos com o dinheiro arrecadado com o ISS e que não puderam ser feitos em decorrência das fraudes. Essa escolha de discussão do ocorrido acaba por direcionar o entendimento do leitor sobre as perdas do patrimônio público.

Nesse percurso de construção da notícia, percebe-se que o tratamento da informação se dá, preferencialmente, num modo discursivo em que se *comenta o acontecimento relatado*, atividade complementar ao relato que ocorre por meio de análises e pontos de vista diversos com justificativas de posicionamentos.

Esse modo discursivo desenvolvido pelas mídias engloba uma mecânica argumentativa. Nela, de acordo com Charaudeau (2006, p. 177), “o sujeito deve problematizar seu propósito, elucidar e avaliar seus diferentes aspectos.”.

Problematizar um propósito será criar uma indagação, um questionamento, e sugerir uma maneira de tratá-lo. Pode-se considerar que a problematização da matéria em questão está implícita em seu título “Roubalheira de parar o trânsito”. Seria: “Qual o impacto da corrupção na cidade de São Paulo?”. A maneira de tratá-la é olhar para o que ocorre no dia a dia do cidadão paulistano e revelar a falta de investimentos.

Para *elucidar* essa questão, passa-se a explicar por que e como um fato se produziu e o que ele significa de maneira “objetiva”. O fato que se evidencia é o seguinte: “As fortes chuvas que atingiram a capital danificaram mais de 170 semáforos e causaram transtorno para a população.” A partir dessa constatação, constrói-se uma explicação possível: a corrupção no serviço público causou isso, à medida que “O dinheiro para melhorar o sistema semafórico deve sair dos bilhões arrecadados com o ISS e parte desse dinheiro foi desviada dos cofres municipais.” O desvio também indica que outros serviços deixaram de ser prestados, porque “Esse montante também é usado em outros investimentos para a cidade.”.

Várias outras necessidades da população são apresentadas para sustentar essa colocação. No decorrer do texto: “Poderiam ser construídos 200 AMAs (Assistência Médica Ambulatorial) ou 16 quilômetros de corredores de ônibus.”. Na imagem da mala, em destaque: “Quase daria para pagar o subsídio deste ano com o transporte público da cidade.”; “Daria para construir 5 hospitais municipais.”; “Daria para pagar (e com folga) os 170 milhões que estão sendo utilizados desde 2007 nas reformas de escolas.” etc. Elas compõem uma série de fatos similares que parecem depender do mesmo encadeamento causal.

Para *avaliar* o exposto, apresenta-se a própria opinião ou formula-se uma apreciação subjetiva. Conforme Charaudeau (2006, p. 180), “Diz-se que as mídias não têm de tomar posição, que devem mostrar neutralidade, mas sabe-se que essa neutralidade é ilusória.”.

A avaliação, na matéria jornalística em questão, se dá em forma de análise do desfalque e da importância do imposto, valendo-se de fontes: “A bolada de centenas de milhões levada pelo grupo, embora vultosa, representa apenas uma pequena parcela desse imposto que é a base de sustentação econômica da cidade.”; “É o imposto das cidades urbanizadas. É o tributo que mais cresce em cidades de serviços, caso de São Paulo,” explicou

João Alberto Manaus, estudioso em orçamento público e conselheiro do NEU (Núcleo de Estudos Urbanos), da ACSP (Associação Comercial de São Paulo).”

Embora se valendo do discurso direto na avaliação, consideramos que esta também é a opinião do jornalista. Afinal, ele selecionou “essa fala”, e não outra, e a apresenta para validar sua argumentação e, ao mesmo tempo, para garantir a credibilidade do discurso jornalístico.

Ser credível é um dos objetivos do texto jornalístico, por isso a argumentação segue um ordenamento lógico e se vale de estratégias próprias do discurso jornalístico, tais como simular a objetividade e apresentar fontes, como vimos. Além da credibilidade, no entanto, o jornalista deve-se preocupar com a captação. Para tanto, ele institui uma encenação midiática, preferindo modos de raciocínio simples e motivadores.

Para se fazer simples, a matéria apresentou *procedimentos específicos do comentário*³, de acordo com Charaudeau (2006, p. 181): de *restrição* (fazer uma afirmação para corrigi-la em seguida) e de *comparação* (aproximar o fato particular de um fato próximo à experiência humana sob uma forma mais ou menos metafórica). Vejamos alguns exemplos:

- **restrição:** “Esse montante também é usado em investimento para a cidade. *No entanto*, esses investimentos poderiam ter sido maiores e melhores se os cofres municipais não tivessem sofrido um desfalque (...).”/ “A bolada de centenas de milhões levada pelo grupo, *embora* vultosa, representa apenas uma pequena parcela desse imposto (...).”
- **comparação:** “(...) esses investimentos poderiam ter sido maiores e melhores se os cofres municipais não tivessem sofrido um desfalque de mais de R\$ 200 milhões em decorrência do ‘*assalto*’ às finanças da cidade, praticado por um grupo de auditores da Prefeitura.” / “A *bolada* de centenas de milhões levada pelo grupo (...)”.

Para se fazer motivador, “o raciocínio deverá implicar de maneira direta ou indireta o consumidor cidadão”, acrescenta Charaudeau. Nesse caso, há diversos tipos de argumentos. Temos, aqui, a *psicologização da explicação dos fatos*⁴ (emprestar uma intenção a instâncias

³ Ao todo, são quatro. Além das apresentadas, incluem-se a *alternativa* (contrapõe duas afirmações) e as *sequências de raciocínio simples* (apresenta ideias-chave bem marcadas, sem muitas digressões ou parênteses).

⁴ Além desse procedimento, temos a *escolha dos argumentos em função de seu valor de crenças amplamente compartilhadas pelo grande público*.

coletivas ou a entidades anônimas e mesmo não humanas). Por exemplo: “Corrupção mata o serviço público”.

A maneira como o texto foi organizado é uma forma de apresentar e discutir o discurso da violência na mídia escrita.

OUTROS ELEMENTOS DISCURSIVOS

Observada a organização do discurso midiático e o ordenamento temático, passaremos a examinar os elementos linguístico-discursivos da composição.

Na composição da matéria, verifica-se a presença da linguagem com características populares, especialmente, em trechos de destaque. Essa linguagem, da maneira como é apresentada no texto, contribui para, ao mesmo tempo, denunciar e intensificar um ato de violência, a corrupção no funcionalismo público. De modo geral, temos as seguintes representações:

- **Frases feitas:** (15) “*Corrupção mata o serviço público.*”; (16) “*Roubalheira de parar o trânsito*”.
- **Metáforas:** (17) “*Um ralo de dinheiro público*”; (18) “*‘assalto’ às finanças da cidade*”; (19) “*A bolada de centenas de milhões levada pelo grupo...*”.

A frase (15) personifica a corrupção e, ao mesmo tempo, apresenta um efeito hiperbólico em sua ação. O vocábulo “*mata*” remete, inicialmente, ao sentido denotativo da palavra e facilita a compreensão do leitor de que a corrupção é um ato violento. Por outro lado, traz um novo sentido, que se refere a “fazer desaparecer ou fazer perder a qualidade”, no caso em questão, do serviço público.

Na frase (16), temos novamente o vocábulo popular “*roubalheira*” já visto em (13), que significa “roubo considerável e escandaloso”, mas desta vez atrelado à expressão “*de parar o trânsito*”, o que intensifica ainda mais sua gravidade, posto que a expressão traz a ideia de algo que chama muito a atenção. Em contrapartida, também encontramos o sentido denotativo nessa expressão a partir da leitura do lide e da notícia, pois ambos tratam da necessidade de modernização do sistema semafórico cujo funcionamento tem sido

prejudicado em dias de chuva. A pane que ocorre no funcionamento do sistema em questão e o serviço público mal prestado, de modo geral, são formas de violência.

A expressão metafórica (17) apresenta a corrupção como um “*ralo*”, que é uma peça de escoamento, e revela, desse modo, a perda “fluida”, contínua, do dinheiro público. Já em (18), a corrupção é considerada um “*assalto*”, ataque súbito para roubar, e o uso das aspas esclarece o sentido figurado da palavra. Em (19), “a *bolada*” representa a grande soma de dinheiro desviada no esquema corrupto.

A linguagem popular aqui apresentada, de modo geral, recorre ao exagero e, assim como acontece na capa do jornal, busca chamar a atenção do leitor para um determinado ponto de vista, que possivelmente é o seu. Isso porque o discurso jornalístico busca compactuar com uma ideologia estabelecida para representação do discurso da violência na mídia e procura assumir, em determinados momentos, a função de porta-voz da população, demonstrando sua indignação ou insatisfação. Logo, conforme Dias (2003, p. 131), “O discurso da violência é a linguagem que o leitor quer ler, porque corresponde ao eco de suas palavras.”

Podemos observar que essa perspectiva também aparece no comentário especializado (“Análise”), ao lado da notícia. Para facilitar a identificação do leitor, são empregadas algumas expressões, como:

- **Metáfora:** (20) “O ISS (Imposto sobre Serviços) é a *galinha dos ovos de ouro* dos tributos municipais (...);”
- **Vocábulo popular:** (21) “Também é considerado um tributo ‘*maravilha*’(...)”.

Em (20), a expressão “*galinha dos ovos de ouro*” significa uma fonte de retorno financeiro garantido por um longo tempo. Ela remete à fábula *A gansa dos ovos de ouro*, de Esopo, história em que uma gansa botava um ovo de ouro todos os dias, até ser morta pelo seu ganancioso dono, que queria o ouro produzido por ela todo de uma vez. Nesse sentido, o ISS é considerado uma fonte de renda segura para a Prefeitura da Cidade de São Paulo, inclusive porque é a que mais cresce em cidades de serviços, de acordo com João Alberto Manaus, especialista em orçamento, em sua análise.

Em (21), a importância do tributo é novamente ressaltada, o que se percebe pelo vocábulo “*maravilha*”, coisa ou fato surpreendente, assombroso, extraordinário. Nesse caso,

revela-se um valor afetivo, chamando a atenção para o fato de que sua atualização acompanha a atividade econômica. Por outro lado, nota-se que foram empregadas aspas na palavra, o que pode soar irônico, uma vez que temos subentendida a ideia do aumento do imposto.

Essas expressões facilitam a compreensão do leitor sobre o ISS, pela aproximação com uma linguagem mais cotidiana, lembrando uma conversa mais informal e distensa. Os comentários e as reações subjetivas do especialista também colaboram para o envolvimento durante a leitura.

Tendo isso em conta, pode-se dizer, de acordo com Dias (2003, p. 66), “que os recursos da língua popular facilitam essa interação do jornal com os leitores; (...) atuam mais diretamente, convencem com mais facilidade, sem necessitar de reflexão.”.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

No estudo realizado, foi possível verificar que o percurso de construção da notícia selecionada e o tratamento de sua informação estão atrelados a um determinado modo discursivo (*comentar o acontecimento relatado*) e a uma mecânica argumentativa (*problematizar, elucidar e avaliar*). Pelo teor argumentativo, evidencia-se a subjetividade do jornalista.

No texto jornalístico, também se verificou uma preferência de elaboração por meio de procedimentos de raciocínio simples (*restrição e comparação*) e motivadores (*psicologização da explicação dos fatos*), o que demonstra uma preocupação com a interação a ser estabelecida com o público leitor.

Em relação às escolhas linguísticas, observou-se o emprego da linguagem popular: frases feitas, vocábulos populares, gírias e metáforas. Na maioria dos casos, ela esteve mais presente em trechos de destaque, como as manchetes, apresentando-se frequentemente relacionada a representações sociais. Com isso, foi possível simular a familiaridade do discurso falado e novamente privilegiar o fator de envolvimento na interação entre o leitor e o texto. Em outros casos, a linguagem popular revelou uma tendência pronunciada para o exagero, um estilo hiperbólico, buscando conduzir a opinião do leitor a uma crítica. A intensificação no uso dos recursos linguísticos populares foi empregada para provocar a atenção do leitor de modo sensacionalista.

Percebeu-se, ainda, uma diferença marcante entre a linguagem das manchetes e a das notícias. Os títulos dos boxes na capa do jornal também se diferenciam do texto da notícia. As manchetes e os títulos dos boxes apresentam uma linguagem aparentemente mais próxima do leitor, simulando a própria conversação que se tem no dia a dia. Já o texto da notícia denota uma preocupação maior com a linguagem culta.

A diferença profunda entre a linguagem das manchetes, dos títulos da capa e da notícia revela uma projeção de efeitos emocionais para captação mais acentuados nas manchetes e nos títulos, enquanto se processa um encaminhamento de leitura com pormenores articulados e sequenciados na notícia para conduzir o interesse do leitor.

A linguagem popular, portanto, apareceu mesclada aos modelos cultos da língua no texto jornalístico. Contudo, estes foram utilizados para informar e comentar os acontecimentos, enquanto aquela serviu para captar a atenção do leitor.

O discurso da violência no *corpus* se constituiu a partir de todo esse engendramento, valendo-se de um contexto específico. O seu desenvolvimento temático seguiu um “modelo” noticioso ao qual o leitor já está habituado ou pode-se habituar facilmente. A violência, por sua vez, não se manifestou apenas no tema da notícia; ela também foi construída no interior do discurso.

Concluiu-se, na investigação, que todo o trabalho de elaboração da notícia, desde a organização discursiva às escolhas linguísticas, teve como objetivo facilitar a captação de um público leitor específico ao promover seu envolvimento com o discurso.

REFERÊNCIAS

BUCCI, Eugênio. Introdução: o jornalismo ordenador. In: GOMES, Mayra Rodrigues. *Poder no jornalismo: discorrer, disciplinar, controlar*. São Paulo: Hacker Editores. Edusp, 2003. pp. 9-13.

CHARAUDEAU, Patrick. *Discurso das mídias*. Trad. Ana M. S. Corrêa. São Paulo: 2006.

DIAS, Ana Rosa Ferreira. *O discurso da violência: as marcas da oralidade no jornalismo popular*. 2. ed. São Paulo: Cortez, 2003.

IDICIONÁRIO Aulete. Dicionário Disponível em: <<http://aulete.uol.com.br/>>. Acesso em: 01 nov. 2013.

MICHAUD, Yves. *A violência*. Trad. L. Garcia. São Paulo: Ática, 1989.

PAULA, Luiz Antonio de. *As sete mortes do Diário Popular: 117 anos de um jornal à procura de identidade*. Dissertação de Mestrado. 2008. Escola de Comunicação e Artes. USP.

RONDELLI, Elizabeth. Imagens da violência e práticas discursivas. In: PEREIRA, Carlos Alberto Messeder et al. (orgs.). *Linguagens da violência*. Rio de Janeiro: Rocco, 2000. pp. 144-162.

VENTURA, Ivan. Roubalheira de parar o trânsito. *Diário de S. Paulo*, São Paulo, 05 nov. 2013. Dia a Dia, pp. 2 e 3.

ABSTRACT

This work aims to analyze the use of popular expressions, in the news text, as part of the discourse of violence and uptake readers. Research will demonstrate these expressions, as well as the effects of meaning resulting from their use, in dealing with a violent subject, which favors the intensification of violence portrayed. In this context, the newspaper seeks pact with the ideology of the people and takes over as its spokesperson.

Key word: Speech violence. Popular speech. Uptake the reader.

Envio: Março/2014
Aprovado para publicação: Abril/2014