

Revista Eletrônica de Divulgação Científica da Faculdade Don Domênico 9ª Edição – Junho de 2017 - ISSN 2177-4641

## **SUBJETIVIDADE E LINGUAGEM NAS CHAMADAS JORNALÍSTICAS**

**Cláudia dos Santos Nascimento Gomes<sup>1</sup>**  
**Manoel Fernando Passaes<sup>2</sup>**  
**Gustavo Rodrigues Capociama de Rezende<sup>3</sup>**  
**José Juarez Tavares Lima<sup>4</sup>**  
**Rodrigo Santana do Nascimento<sup>5</sup>**

**Resumo:** investigação acerca de quanto as manchetes de jornal impresso trazem de subjetividade na linguagem e se a percepção dessa subjetividade pelo leitor depende dos Modelos de Representação que ele deve recuperar (ou construir) antes de efetivamente entrar em contato com o texto. Pretendemos mostrar que, além das marcas de intencionalidade dos autores das chamadas jornalísticas exercerem forte influência na compreensão, há também o imaginário do leitor, que pressupõe fatos que podem ou não estar ligados ao assunto tratado nas manchetes.

**Palavras chave:** Linguística, Subjetividade, Jornal

**Abstract:** Research on how much the printed newspaper headlines bring subjectivity in the language and whether the perception of this subjectivity by the reader depends on the Models of Representation that he must recover (or construct) before actually contacting the text. We intend to show that, besides the marks of intentionality of the

---

<sup>1</sup> Professora e Coordenadora no Curso de Letras, na FECLÉ Don Domênico. Mestre em Língua Portuguesa.

<sup>2</sup> Advogado, Doutor em Letras – Literatura Portuguesa.

<sup>3</sup> Advogado. Mestre em Direito. Professor na FECLÉ Don Domênico nos cursos de Administração e Recursos Humanos.

<sup>4</sup> Professor da Faculdade Don Domênico, Doutor em Ciências, área de concentração Geografia Humana pela USP e Especialista em Direito Constitucional.

<sup>5</sup> Especialista em Direito do Trabalho e em Direito Processual Civil, Advogado e Professor Universitário. Graduado em Direito Professor na FECLÉ Don Domênico nos cursos de Administração.

Revista Eletrônica de Divulgação Científica da Faculdade Don Domênico 9ª Edição – Junho de 2017 - ISSN 2177-4641

authors of the journalistic calls exerting a strong influence on the understanding, there is also the reader's imagination, which presupposes facts that may or may not be related to the subject matter in the headlines.

**Keywords:** Linguistics, Subjectivity, Journal

### **Introdução.**

A percepção de subjetividade em qualquer forma de linguagem depende do *status* linguístico da pessoa e de quantos conhecimentos ela deve ativar para compreender e interpretar enunciados. As manchetes de jornais impressos são em sua maioria fontes interessantes de indicadores de subjetividade. No entanto, a constatação desse aspecto linguístico em qualquer enunciado está intimamente ligado aos Modelos de Representação que o leitor possui ou terá de construir-lo na leitura do texto.

Dessa forma, temos como objetivo no presente trabalho, investigar o quanto as manchetes de jornal impresso trazem de subjetividade na linguagem e se a percepção dessa subjetividade pelo leitor depende dos Modelos de Representação que ele deve recuperar (ou construir) antes de efetivamente entrar em contato com o texto. Pretendemos mostrar que, além das marcas de intencionalidade dos autores das chamadas jornalísticas exercerem forte influência na compreensão, há também o imaginário do leitor, que pressupõe fatos que podem ou não estar ligados ao assunto tratado nas manchetes.

Para isso, faremos a análise do *corpus* de chamadas jornalísticas, nas quais identificaremos o grau de subjetividade presente, bem como, da modalização dos referidos discursos que direcionam a leitura do texto ao qual se refere a chamada.

Revista Eletrônica de Divulgação Científica da Faculdade Don Domênico 9ª Edição – Junho de 2017 - ISSN 2177-4641

## 1. Da subjetividade da linguagem.

Os estudos sobre a enunciação não pretendiam propor uma teoria do sujeito, mas sim dar ênfase à significação. Podemos afirmar que sua maior contribuição para a lingüística moderna é a questão da subjetividade proposta por Émile Benveniste. A questão da subjetividade veio à tona porque é inevitável sua presença quando se estuda a linguagem e o sentido. Sendo assim, a subjetividade dá ao homem a capacidade de se constituir como sujeito e, para isso, ele tem como condição a linguagem. “*É na linguagem e pela linguagem que o homem se constitui como sujeito* (1976, p.286).

Essa propriedade de subjetividade é determinada pela pessoa e o seu *status* lingüístico, pois a subjetividade somente poderá ser percebida materialmente num enunciado por meio de algumas formas (dêixis, verbo), que a língua empresta ao indivíduo enunciator. Assim, quando o faz, transforma-se em sujeito. Há marcas lingüísticas que têm o poder de expressar a subjetividade, como os pronomes e o verbo que fazem do indivíduo que enuncia integrar-se na categoria de pessoa. Benveniste, ao instaurar a categoria de pessoa, define as pessoas do discurso. Considera eu/tu como as autênticas pessoas em oposição a ele – a não-pessoa. As pessoas eu/tu se caracterizam como categorias de discurso quando assumidas por um falante no discurso. Desse modo, acreditamos que, para entender o sujeito e suas representações na teoria enunciativa de Benveniste, é necessário partir da categoria de pessoa, e podemos afirmar que o fundamento da subjetividade repousa sobre a categoria de pessoa presente no próprio sistema da língua. No entanto, a subjetividade vai depender (e muito) da inversão de papéis entre eu-tu. Isso determina a estrutura do quadro da enunciação, o do diálogo, que tem obrigatoriamente um eu e um tu. Os dois participantes alternam as funções, caracterizando-se como parceiros e protagonistas na situação de enunciação. Isso, na verdade, vai criar uma relação intersubjetiva entre as pessoas do enunciado, que nesse momento percebem-se em interação comunicativa.

Revista Eletrônica de Divulgação Científica da Faculdade Don Domênico 9ª Edição – Junho de 2017 - ISSN 2177-4641

Desse modo, podemos caracterizar a subjetividade num determinado discurso por meio da intencionalidade do enunciador, e da recepção do outro no “jogo” discursivo, pois todo o discurso será moldado com estratégias específicas, a fim de provocar reações no interlocutor, nesse momento do enunciado está a subjetividade, inerente ao próprio exercício da linguagem.

### **1.1 Subjetividade Modalizante e subjetividade axiológica.**

Os indicadores modais, ou modalizadores são de extrema importância na construção do sentido do discurso e sinalizam o modo como o que se diz é efetivamente dito. Os índices modais no discurso, apontam os meios lingüísticos por meio dos quais as modalidades se apresentam no discurso. Assim, podemos afirmar que a modalização do discurso é um forte indício de subjetividade presente em qualquer texto ou discurso. Na perspectiva de Orecchioni (1980), há alguns indicadores de modalização, como, por exemplo, o uso das aspas, as perguntas retóricas, as pressuposições com o uso de unidades lexicais específicas que revelem o grau de subjetividade contido no discurso.

Em relação à subjetividade enunciativa, Orecchioni ultrapassa a posição de Benveniste e Ducrot, pois ambos postulam marcas de subjetividade no enunciado. Para Ducrot, seriam as marcas de argumentatividade. Orecchioni afirma que, *ao admitir marcas de subjetividade no texto, passa-se a considerá-lo como objetivo, pois marca é apenas parte*. Quando se diz que apenas alguns elementos são marcados, outros são pressupostos como não-marcados. Assim, para ela o texto é só subjetividade e o que está enunciado nele tem uma gradação, ou seja, a subjetividade é latente e presente, basta definir como e em que proporção ela se revela.

Os modalizadores são marcas linguísticas da enunciação. Ora, toda língua possui, em sua gramática, mecanismos que permitem indicar a orientação discursiva dos enunciados. É nesses mecanismos que nos detemos para a análise

Revista Eletrônica de Divulgação Científica da Faculdade Don Domênico 9ª Edição – Junho de 2017 - ISSN 2177-4641

do *corpus*, bem como indicar as marcas lingüísticas que mostrem como as chamadas jornalísticas foram direcionadas a fim de despertar determinadas reações no leitor. Orecchioni propõe, ainda, uma subjetividade axiológica, ou seja, uma leitura dos enunciados que constitui um valor, atribui um juízo de valor, particularmente dos valores morais.

A subjetividade axiológica é o conceito crítico de valor. Para Orecchioni a identificação do valor axiológico depende do contexto no qual o discurso se dá e o que se crê da ideologia em cada um dos interlocutores.

## 2. Os Modelos de Representação

A comprovação da tese de Orecchioni (op. cit.) sobre *a subjetividade na linguagem*, conjuntamente com as distinções sobre os tempos verbais (comentário e história), deram impulso *a teoria da enunciação* que, desenvolve-se particularmente na França, onde diversos linguistas passam a estudar outras marcas da presença do enunciador nos enunciados por ele produzidos, como, por exemplo, os indicadores de modalidade, os de atitude do falante, os índices de avaliação, os de distanciamento ou adesão do locutor ao seu discurso, enfim todos os *modalizadores* ou marcas lingüísticas da enunciação que fizeram perceber que havia uma questão não solucionada que era identificar como o usuário da língua põe em ação mecanismos que permitam identificar a coerência ou não num texto.

Ficou evidente que essa máxima decorre de vários fatores, os quais estão intimamente entrelaçados: fatores lingüísticos, discursivos, cognitivos, culturais e interacionais. Na opinião de Koch e Travaglia (2003:10), *o juízo de incoerência não depende apenas do modo como se combinam elementos lingüísticos no texto, mas também de conhecimentos prévios sobre o mundo e do tipo de mundo em que o texto se insere, bem como do tipo de texto.*

Diante dessa afirmação, formulamos a questão: Como um leitor identifica, então, a subjetividade diante de uma chamada jornalística?

Revista Eletrônica de Divulgação Científica da Faculdade Don Domênico 9ª Edição – Junho de 2017 - ISSN 2177-4641

Essa não é uma resposta tão simples de ser formulada, pois poderíamos asseverar que essa preocupação *de como o processamento mental se materializa* é uma preocupação da Psicologia e não da Linguística. No entanto, há pontos que a segunda ciência pode ponderar. A compreensão envolve conceitos gerais, categorias, regras e estratégias as quais o leitor percebe assim que entra em contato com o texto ou discurso, mas para o envolvimento total do leitor com o texto é necessário se considerar o contexto no qual são dadas as informações para que o leitor processe e apreenda o seu conteúdo de forma global. Para Van Dijk (1992), a importância do contexto para compreensão se dá *paralelamente ao processo relativo de compreensão semântica, no qual os discursos e conhecimentos prévios (semânticos) do contexto são importantes para a interpretação*. Portanto, a ativação dos conhecimentos já armazenados (*frames*) pelo leitor juntamente com os conhecimentos que vão sendo construídos ao contato com a leitura e a análise do contexto comunicativo são os aspectos que formulam a compreensão global do texto.

## 2.1 Características imaginárias dos Modelos.

Especificamente para análise do *corpus* reunido, constatamos que as manchetes (chamadas) dos jornais podem ser interpretadas como um fragmento do discurso, não somente pelo significado, mas também pelas relações supostas entre os fatos os quais elas se referem. O leitor, ao entrar em contato, primeiramente, com a chamada, constrói um modelo de situação sobre o qual o discurso se organiza. É a característica intuitiva dos modelos mentais. Van Dijk postula que *adicionalmente à representação mental do texto, os usuários da Língua constroem um modelo de situação (MS) sobre a qual o discurso versa*. Assim, os usuários da língua entenderão o texto ao construir (ou recuperar) o modelo satisfatório de discurso.

Revista Eletrônica de Divulgação Científica da Faculdade Don Domênico 9ª Edição – Junho de 2017 - ISSN 2177-4641

Os modelos são subjetivos e avaliativos (atitudes modais e axiológicas), portanto as proposições que os representam não somente indicam uma variação pessoal em termos de completude, ordenação ou hierarquia, mas também de informação avaliativa.

Os Modelos na memória desempenham papel central no processamento do discurso. Compreender o discurso está intimamente ligado a compreender o mundo. O leitor, ao entrar em contato com uma chamada de jornal, imediatamente, formaliza um modelo (imaginação), pois o texto seguido desta chamada trará outros modelos prontos e o ajudará a formar outros. Qualquer sentido está calcado no modelo.

### **3. Apresentação e análise do *corpus***

Para definirmos a nossa questão central, selecionamos duas chamadas, ambas retiradas do Jornal “ A folha de São Paulo “ entre 21 e 23 de maio de 2006. Optamos por apresentar as chamadas e colocamos, na íntegra, o texto sobre o qual é a chamada, para melhor definir nossa investigação.

Identificaremos como **exemplo 01** e **exemplo 02** (anexos) do corpus reunido, que passaremos a analisar :

Exemplo 01 :

**‘Sanguessugas’ presos são soltos a pedido da justiça.**

Exemplo 02 :

**Brasil já exporta sua tecnologia da miséria urbana.**

Revista Eletrônica de Divulgação Científica da Faculdade Don Domênico 9ª Edição – Junho de 2017 - ISSN 2177-4641

No exemplo 01, a chamada de início nos informa o paradoxo da ação desencadeada. Ao utilizar os termos lexicais ‘presos’ e ‘soltos’ o autor já explicita uma subjetividade que é percebida e processada de forma a dar ao leitor uma indignação sobre a informação. Pois, se estão envolvidos num esquema de corrupção, cuja denominação é “sanguessuga”, momento em que a ativação desse Modelo de Representação (MR), dá contato imediato ao nome, deveriam estar presos, no entanto, estão soltos.

Percebemos que a subjetividade existe por parte do autor da chamada e ela se dá em um grau elevado pois o leitor deve ativar um MR, devido ao item lexical ‘sanguessuga’ e, formular outro a partir da informação (nova) dada : eles foram presos e foram soltos.

Observamos ainda, que o enunciado da manchete que aparece abaixo, deixa mais esclarecida e mais indignada, ainda, a informação dada, quando o autor da informação usa termos como ‘turma do TRF’. É nesse momento que a imaginação intuitiva do leitor processa a informação de modo a perceber o grau de subjetividade que desencadeia a compreensão e a apreensão do conteúdo relacionado na notícia.

No exemplo 02, a chamada foi inteligentemente formulada, de modo a dar a percepção da modalização do discurso do autor, bem como atribuir toda uma carga axiológica acerca do assunto tratado. Para isso, basta nos atermos aos itens lexicais ‘exporta’ e ‘miséria urbana’.

Por pressuposição é inconcebível a exportação pelo país de algo que seja ruim ou com baixo conceito. No entanto, a miséria urbana, à qual se refere o autor é o modelo de organização dos catadores de lixo. O autor se refere às cooperativas de tratamento de lixo, informação que está na progressão do texto. Todavia, a chamada, por seleção, não nos dá essa informação.

Revista Eletrônica de Divulgação Científica da Faculdade Don Domênico 9ª Edição – Junho de 2017 - ISSN 2177-4641

O grau de subjetividade atribuído a chamada é exacerbado é explícita a crítica do autor, no que se refere à exportação desses artigos pelo país. De saída o leitor ativa um MR sobre os altos índices de discriminação social, e em seguida como a economia informal se organiza e prospera, muito embora, essa prosperidade seja com o lixo produzido no país que desperta interesse das comunidades internacionais.

A subjetividade (em grau máximo) é percebida pela maneira como o autor modaliza seu discurso e como o leitor processa (automaticamente) a informação de forma a atribuir um juízo de valor (subjetividade axiológica) acerca do assunto tratado, que é a exportação da miséria brasileira.

#### **4. Considerações finais.**

Em nossa análise, percebemos que são muitas as situações nas quais a subjetividade está encarregada de dar pistas na interpretação e na compreensão do texto ou discurso. No entanto, há marcas específicas que dão essa possibilidade. Podemos destacar os aspectos linguísticos, como os modalizadores discursivos, com termos ou escolhas lexicais selecionadas inerentes a intencionalidade do autor e os aspectos cognitivos na linguagem, como a subjetividade axiológica. Percebemos que num primeiro contato como nas chamadas jornalísticas, o leitor levanta hipóteses que em grandes escalas são confirmadas na progressão textual.

Diante disso, afirmamos que os Modelos de Representação são importantíssimos para a compreensão e para a percepção da intencionalidade do autor do texto, principalmente no que concerne à informação dada e às informações que ao longo do texto são processadas em que os MR são ativados ou recuperados, dando assim, uma coerência global ao texto lido.

O leitor, ao perceber o grau de subjetividade apresentada num texto, e esta percepção só se dá porque ele possui e ativa conhecimentos inerentes ao que lê, e a imaginação que descarrega diante do primeiro contato que são as manchetes

Revista Eletrônica de Divulgação Científica da Faculdade Don Domênico 9ª Edição – Junho de 2017 - ISSN 2177-4641  
de jornal, o texto que se segue, será inteiramente coerente e compreendido pelo leitor, porque os Modelos de Representação possibilitam essa interação global entre leitores e autores.

## 5. Bibliografia

BENVENISTE, E. *O aparelho formal da enunciação. In: Problemas de Lingüística Geral II*. 3 ed. São Paulo: Pontes, 1989.

\_\_\_\_\_. *Da subjetividade na linguagem. In: Problemas de Lingüística Geral* ed. Da Universidade de São Paulo, 1976.

DUCROT, O. *O Dizer e o Dito*. Pontes, Campinas, 1987.

KERBRAT-ORECCHIONI, Catherine. *L'énonciation*. Paris: Armand Colin, 1980, 1997.

KOCH, Ingedore G. Villaça. *A inter-ação pela linguagem*. São Paulo: Contexto, 1997.

\_\_\_\_\_; TRAVAGLIA, Luiz Carlos. *A coerência textual*. São Paulo: Contexto, 2003.

PARRET, H. *O objetivo e o domínio da Pragmática*, In *Enunciação e Pragmática*, Campinas: Pontes, 1998.

VAN DIJK, T. A. *Cognição, Discurso e Interação*. São Paulo: Contexto, 1992.