

## Aforizações e títulos: construção de cenografias em notícias de jornais impressos<sup>1</sup>

### Aphorisation and headlines: scenography construction in printed newspaper's news

Raquel Tiemi Masuda Mareco\*  
Maria Célia Cortez Passetti\*\*

**RESUMO:** Ao estudarmos as relações de sentido na circulação dos acontecimentos político-midiáticos entre diferentes veículos comunicativos, partimos dos debates políticos televisivos do segundo turno das eleições presidenciais 2010, e fomos para as notícias veiculadas sobre eles nos jornais impressos *Folha de S. Paulo* e *O Estado de S. Paulo*, buscando observar como os títulos das notícias e as aforizações contribuem para a construção de cenografias, fundamentais na acirrada disputa por votos do eleitorado brasileiro entre Dilma Rousseff (PT) e José Serra (PSDB). Para tanto, embasamo-nos, principalmente, nos estudos de Dominique Maingueneau sobre cena enunciativa e sobre enunciados destacáveis e destacados. Consideramos os aspectos técnicos como parte do funcionamento discursivo dos títulos e verificamos que eles tendem a antecipar a cenografia a ser construída pelo conjunto de elementos que compõem a página do jornal, e as aforizações, principalmente as que estão em posição de destaque, podem legitimar/confirmar ou não a cenografia apresentada pelos títulos. Nos textos analisados, os títulos anteciparam uma cenografia pretendida, mas esta nem sempre foi legitimada pelas aforizações em posição de destaque.

**PALAVRAS-CHAVE:** Aforizações. Cenografia. Discurso político-midiático.

**ABSTRACT:** In studying the meaning relations in the broadcasting of political and media events between different communicative vehicles, we started from the televised political debates of the presidential elections second round in 2010, and went to the news about them in the newspapers *Folha de S. Paulo* and *O Estado de S. Paulo*, aiming to observe how the news headlines and aphorisation contribute to construct scenography, which has fundamental role in the fierce competition between Dilma Rousseff (PT) and José Serra (PSDB) for the Brazilian electorate vote. Therefore, we based especially on Dominique Maingueneau studies about enunciate scene and about detachable and detached statements. We consider the technical aspects as part of the discursive working of the headlines and we found that they tend to anticipate the scenography to be constructed by the set of elements that make up the newspaper's page, and the aphorisation, especially those in a prominent position, can legitimise/confirm whether or not the scenography presented by the headlines. In the analysed texts, the headlines anticipated the intended scenography, which was not always legitimated by aphorisation in a prominent position.

**KEYWORDS:** Aphorisation. Scenography. Political media discourse.

<sup>1</sup> Este artigo representa um recorte de uma dissertação de mestrado que visou observar como as falas de sujeitos políticos proferidas durante o debate foram veiculadas nas páginas dos jornais impressos.

\* Doutoranda em Letras pela Universidade Estadual de Maringá. Mestre em Letras pela mesma instituição. Integrante do Gepomi – Grupo de Estudos políticos e midiáticos do CNPq

\*\* Doutora em Letras, professora associada da Universidade Estadual de Maringá, pesquisadora da Fundação Araucária (PR), líder do Gepomi – Grupo de Estudos políticos e midiáticos do CNPq.

## 1. Considerações iniciais

Os debates políticos televisivos do segundo turno das eleições presidenciais brasileiras de 2010 foram de fundamental importância na acirrada disputa entre Dilma Rousseff (DR), do Partido dos Trabalhadores (PT) e José Serra (JS), do partido da Social Democracia Brasileira (PSDB). Sendo assim, as notícias sobre esses debates também tiveram sua importância nessa disputa.

Os leitores dos jornais que não assistiram aos debates (e também os que assistiram) se deparam com uma cenografia<sup>2</sup> construída pelo jornal, por meio de elementos como o título, o corpo do texto, os destaques, as imagens, entre outros. Dentre esses elementos que fazem parte da construção de cenografias, enfocamos, neste trabalho, os títulos das notícias e os enunciados em destaque atribuídos a DR e JS (aforizações).

O título de uma notícia legitima-se através de seu texto. Apesar disso, não deixa de ser uma unidade textual autônoma, sendo frequentemente destacado e citado. Confirmando a autonomia do título, sabe-se que sua leitura sem a leitura da notícia é praticada por qualquer leitor apressado que folheia um jornal. Por isso, o título é tão importante na construção de cenografias. Ele antecipa a cenografia que será confirmada/legitimada pelos outros elementos que compõem a página do jornal. Dentre esses, as aforizações que se encontram em posição de destaque.

No contexto midiático, o enunciador jornalista destaca, com ou sem alterações, a fala de outros, realizando um processo que Maingueneau (2008b; 2010) chama de aforização. A aforização é um fenômeno muito utilizado pela mídia, pois ao abordar assuntos diversos, ela recorre a discursos de outrem para legitimar o seu dizer e, muitas vezes, precisa alterá-los para que eles sejam compreensíveis pela maioria dos leitores.

Sendo assim, podemos considerar que os títulos e as aforizações são os principais elementos na construção de cenografias na mídia impressa e podem ser utilizados para enaltecer ou denegrir a imagem de um sujeito político perante os leitores do jornal no qual elas foram veiculadas. Portanto, analisar a construção discursiva de cenografias nos proporciona resultados que nos permitem perceber o funcionamento da instituição midiática como uma maquinaria que se posiciona, se manifesta, ainda que se pretenda imparcial.

---

<sup>2</sup> Abordaremos esse conceito na seção 2.

Neste artigo buscamos observar o funcionamento discursivo na construção de cenografias em notícias, sobre os debates televisivos, nas páginas da *Folha de S. Paulo* e de *O Estado de S. Paulo*. Mais especificamente, buscamos observar como os títulos das notícias<sup>3</sup> e as aforizações<sup>4</sup> contribuem para a construção de cenografias. Para tanto, nos embasamos, principalmente, nos estudos de Dominique Maingueneau sobre cena enunciativa e sobre enunciados destacáveis e destacados na mídia contemporânea. Apesar de incluirmos os aspectos técnicos de diagramação<sup>5</sup> e as estratégias de captação do leitor, abordamos os títulos por um viés discursivo, ou seja, consideramos os aspectos técnicos como parte do funcionamento discursivo dos títulos.

Organizamos este artigo em cinco partes. Na primeira, abordamos a teoria de Maingueneau sobre a cena enunciativa; na segunda, recorremos aos estudos do autor sobre aforizações. Na terceira parte, apresentamos alguns conceitos de título embasados em teorias da comunicação e teorias discursivas. A quarta parte traz a metodologia de nosso trabalho e a análise do *corpus*. Por fim, apresentamos as considerações finais que chegamos com base nas análises.

## 2. Cena enunciativa

Como afirma Maingueneau (2008a, p. 93), “enunciar não é somente expressar ideias, é também tentar construir e legitimar o quadro de sua enunciação”. Esse quadro é construído pela cena da enunciação que, conforme o autor, associa três cenas de fala: a) a cena englobante; b) a cena genérica e c) a cenografia (MAINGUENEAU, 2008a; 2008b).

“A **cena englobante** é a que corresponde ao tipo de discurso” (MAINGUENEAU, 2008a, p. 86, grifo do autor). Os tipos de discurso são aqueles que englobam em seu interior diversos gêneros de discurso<sup>6</sup>. Em nosso *corpus*, por exemplo, quando tratamos do debate televisivo e dos jornais, tratamos do tipo de discurso *mediático*, que constitui diversos gêneros,

---

<sup>3</sup> Seguindo Charaudeau (2006, p. 131, grifos do autor), “propomos chamar ‘notícia’ a um conjunto de informações que se relaciona a um mesmo *espaço temático*, tendo um caráter de *novidade*, proveniente de uma determinada *fonte* e podendo ser diversamente tratado”.

<sup>4</sup> Não desconsideramos os outros elementos que compõem a página do jornal, mas, por uma necessidade de recorte elegemos, para esta discussão, os dois elementos apresentados: títulos e aforizações.

<sup>5</sup> A diagramação/paginação de um jornal diz respeito à distribuição/organização dos elementos gráficos no espaço delimitado da página.

<sup>6</sup> “Alguns autores empregam indiferentemente ‘gênero’ e tipo de ‘discurso’, mas a tendência dominante é a de distingui-los. [...] Os gêneros de discurso pertencem a diversos *tipos* de discurso associados a vastos **setores de atividade social**” (MAINGUENEAU, 2008a, p. 61, grifos originais).

como o debate e a notícia e, ao mesmo tempo, do tipo de discurso *político*, principalmente no caso dos debates.

Esses gêneros constituem a cena genérica, na qual cada gênero define seus próprios papéis: num debate televisivo, em geral, trata-se de um candidato dirigindo-se a outro candidato e a eleitores/telespectadores, sob a figura de um mediador.

O autor afirma, ainda, que as cenas englobante e genérica definem o quadro cênico do texto. “É ele que define o espaço estável no interior do qual o enunciado adquire sentido” (MAINGUENEAU, 2008a, p. 87), embora não seja com ele que o leitor se confronta, mas com uma cenografia. Esta não é um cenário dado pronto para receber um discurso, “é a enunciação que, ao se desenvolver, esforça-se para constituir progressivamente o seu próprio dispositivo de fala”. Portanto, a cenografia e o discurso se constroem e se constituem mutuamente.

[...] a cenografia é *ao mesmo tempo a fonte do discurso e aquilo que ele engendra*; ela legitima um enunciado que, por sua vez, deve legitimá-la, estabelecendo que essa cenografia onde nasce a fala é precisamente a cenografia exigida para enunciar como convém, segundo o caso, a política, a filosofia, a ciência, ou para promover certa mercadoria... (MAINGUENEAU, 2008a, p. 87-88, grifo do autor).

Maingueneau (2008b) cita o exemplo de um debate, que coincide com uma das cenas genéricas de nosso *corpus*. O autor assevera que os debatedores dificilmente podem enunciar por intermédio de suas próprias cenografias: “eles não têm o controle da enunciação e precisam reagir imediatamente a situações imprevisíveis suscitadas pelos interlocutores” (MAINGUENEAU, 2008b, p. 118).

O autor complementa que o discurso político é um tipo de discurso propício à diversidade das cenografias: “um determinado candidato poderá falar a seus eleitores como um jovem executivo, como tecnocrata, como operário, como homem de grande experiência etc.” (MAINGUENEAU, 2008a, p.89). Para legitimar-se, uma cenografia pode apoiar-se em cenas validadas, ou seja, cenas cristalizadas na memória coletiva, a título de modelos que se rejeitam ou de modelos que se valorizam (MAINGUENEAU, 2008a).

Considerando as teorizações de Maingueneau, podemos observar, no caso das notícias dos jornais impressos que compõem nosso *corpus*, que a cena englobante é o discurso midiático/jornalístico; a cena genérica são as coerções do gênero notícia e a cenografia é a de uma contextualização, um panorama geral sobre o debate televisivo. Ressaltamos que a notícia apresenta um recorte do debate, e por meio desse recorte, ou seja, considerando o que foi excluído

e o que foi mantido é que vamos observar quais as cenografias construídas e se elas coincidem ou se divergem nos dois jornais.

### 3. Aforizações<sup>7</sup>

Segundo Motta (2009b, p. 122, grifo da autora), a lógica da aforização foi retomada por Maingueneau na conferência de 2007, “como uma proposta do autor de descrever o funcionamento dos enunciados destacados, fenômeno que considera não ter sido explicado suficientemente com o conceito de *sobreesseveração*”<sup>8</sup>.

Maingueneau (2008b) utiliza o termo aforização para designar o regime enunciativo específico dos enunciados destacados, focalizando suas propriedades enunciativas, pragmáticas e antropolinguísticas, que implicam descontextualização. Conforme o autor, existe uma “tensão entre a aforização e o texto que a acolhe”, uma vez que, ao contrário da enunciação textual, que inscreve cada enunciado no horizonte global de um gênero de discurso, a enunciação aforizante não se deixa enquadrar em um gênero. Isso não significa, no entender de Benites (2009), que ela seja proferida fora de qualquer gênero, sendo absoluta em si, mas, simplesmente, que ela tem a pretensão ilocucionária de ser uma palavra absoluta.

Maingueneau (2008b) identifica dois tipos de aforização: sentenciosa e pessoal. A primeira diz respeito aos enunciados já destacados, facilmente memorizáveis e sem identificação do texto de origem. “Referem-se a provérbios, ditados, adágios e *slogans*, enunciações generalizantes, naturalmente autônomas e basicamente polifônicas, cujo responsável, um ‘hiperenunciador’, encontra-se em uma instância anônima” (BENITES, 2009, p.4). Já a aforização pessoal evoca um autor particular; não é, portanto, generalizante, e tem um funcionamento semelhante ao da citação de fidelidade, como é o caso de nosso *corpus*.

A aforização, conforme concebida por Maingueneau (2008b), aproxima-se consideravelmente da citação, já que se caracteriza por ser a repetição de uma fala. Isso fica evidente tanto nos enunciados sentenciosos, voltados à repetição, quanto nos pessoais, que exibem claramente seu estatuto de citação (BENITES, 2009, p. 21).

---

<sup>7</sup> Não desconsideramos, aqui, os conceitos de destacabilidade, citação e sobreesseveração propostos por Maingueneau. Entretanto, devido à necessidade de um recorte teórico, optamos por iniciar esse tópico já falando diretamente sobre a aforização, foco de nosso trabalho.

<sup>8</sup> Maingueneau (2010, p. 11) define brevemente a sobreesseveração como “uma modulação da enunciação que formata um fragmento como candidato à destextualização”.

Quanto ao uso dos discursos direto e indireto nas citações, Maingueneau (2010) afirma que enunciados em discurso indireto podem ser aforizações quando retomam outras aforizações que tiveram destaque prévio na mídia, mas afirma também que a aforização decorre efetivamente de uma lógica de discurso direto, entre aspas ou em itálico, como ocorre no nosso *corpus* deste trabalho.

#### 4. Títulos de notícia

Conforme o manual da Folha de São Paulo (1992, p.168), 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”. Sendo assim, podemos dizer que o título da notícia tem grande poder de persuasão, pois, é por meio dele que o leitor seleciona o que vale a pena ou não ler. Portanto, a leitura do texto na íntegra depende da atração que seu título exerça sobre o leitor.

Nesse sentido, Gradim (2000, p. 68) afirma que “os títulos anunciam o texto jornalístico que encabeçam, e são aquilo que em primeiro lugar o leitor apreende quando se debruça sobre as páginas de um jornal”.

No campo da comunicação, os títulos são estudados sob diferentes perspectivas, abordando os aspectos técnicos de diagramação (GRADIM, 2000; PINTO, 2002) e as estratégias de captação do leitor (BERTOQUE, 2010; FOLHA, 1992; GRADIM, 2000; PINTO, 2002, entre outros), que são de extrema importância em um estudo sobre títulos de notícias. Apesar de incluirmos esses aspectos, abordamos os títulos por um viés discursivo, ou seja, consideramos os aspectos técnicos como parte do funcionamento discursivo dos títulos na produção de sentidos.

Discursivamente, “o título é, sem dúvida, um enunciado que se coloca como a porta de entrada para um outro texto, um outro enunciado, do qual faz parte e cujo sentido integra” (BRAIT, 2006, p. 69). Sendo assim, a cenografia construída na página do jornal pelas aforizações, corpo de texto, destaques, ilustrações, fotografias, entre outros, é antecipada para o leitor pelo título da notícia. Em outras palavras, o título fornece ao leitor indícios da cenografia a ser construída pelo conjunto de elementos da página. Esse funcionamento discursivo é o que pode despertar ou não o interesse do leitor pela notícia, ou seja, o interesse do leitor pela notícia depende de sua identificação ou não com a cenografia antecipada pelo título.

## 5. Percurso de análise

Iniciamos nossa pesquisa com a coleta dos jornais *Folha de S. Paulo* (FSP) e *O Estado de S. Paulo* (ESP) em suas versões impressas, a fim de observarmos a(s) página(s) dedicada(s) à notícia sobre o debate, mais especificamente, os títulos e as aforizações. Para isso, foram incluídas as notícias sobre debates do segundo turno das eleições presidenciais 2010 veiculados por duas emissoras: Band e Globo. A seleção dessas duas emissoras teve como critério representarem, respectivamente, o primeiro e o último debate televisivo das eleições 2010.

Visando alcançar nossos objetivos, organizamos nosso *corpus* em tabelas que trazem os títulos que circularam em cada jornal e duas aforizações atribuídas a cada candidato veiculadas em posição de destaque.

Nosso percurso analítico foi organizado em duas partes, cada uma representando as aforizações relacionadas ao debate veiculado por cada emissora. Utilizamos uma figura da(s) página(s) dos jornais e uma tabela com o título da notícia e duas aforizações de cada candidato (as duas com maior visibilidade).

### 5.1 Debate transmitido pela Band

O debate transmitido pela Band foi realizado no dia 10 de outubro de 2010. No dia 11 de outubro de 2010, os jornais *Folha de S. Paulo* e *O Estado de S. Paulo* veicularam notícias cujos títulos são, respectivamente, “Dilma e Serra trocam acusações em duelo mais agressivo da campanha”<sup>9</sup> e “No primeiro duelo, Dilma parte para o ataque a Serra”<sup>10</sup>.

A Folha de S. Paulo (FSP) veiculou a notícia sobre o debate da Band em página dupla, conforme demonstramos na figura a seguir.

---

<sup>9</sup> Folha de S. Paulo, 11 de outubro de 2010, Poder, p. A10-A11.

<sup>10</sup> O Estado de S. Paulo, 11 de outubro de 2010, Nacional, p. A10.



Figura 1: Título e aforizações em destaque na *Folha de S. Paulo*.

Apesar de nosso enfoque ser os títulos e as aforizações, observando uma representação ilustrativa como a fig. 1, não podemos deixar de considerar outros elementos relevantes que reforçam a cenografia construída, como, por exemplo, as cores de fundo das aforizações atribuídas a cada candidato. Elas são as cores representativas dos partidos políticos de cada candidato: vermelho - Dilma (PT), e azul - Serra (PSDB). Em um estudo sobre as cores em campanhas eleitorais, Olivo (2006, p. 5) afirma que “quanto mais força determinada cor-informação tiver dentro do repertório (principalmente pela repetição), maior será a sua recuperação pela memória e maior a antecipação no direcionamento da mensagem”.

Tabela 1: título e aforizações na Folha de S. Paulo.

Título	Aforizações - Dilma	Aforizações - Serra
Dilma e Serra trocam acusações em duelo mais agressivo da campanha	“Eu acho, Serra, que você tem que ter cuidado para não ter mil caras”.	“Em relação à questão do aborto, você disse com clareza num debate da Folha, está gravado. Você disse que era a favor da liberação do aborto. Depois, diz o contrário. Se trata de ser coerente, de não ter duas caras”.
	“Você devia responder também sobre Paulo Vieira de Souza, seu assessor, que fugiu com R\$ 4 milhões da sua campanha”.	“Estou surpreso com essa agressividade da Dilma Rousseff que está se mostrando como é de verdade”.

O debate transmitido pela Band foi o primeiro do segundo turno das eleições presidenciais 2010 e marcou uma disputa mais acirrada, na qual havia um único adversário. Portanto, é um momento decisivo na campanha de cada presidencial. O título da notícia na FSP classifica o debate como o mais agressivo da campanha, considerando como elementos de

comparação os debates do primeiro turno que, a nosso ver, não pode ser comparado com os de segundo turno devido às diferentes condições de produção de cada momento da campanha. Além disso, ao adjetivar o debate como “duelo mais agressivo”, esse título deixa subentendido que já houve outros duelos, mas que esses não foram tão agressivos quanto o mencionado nesta notícia.

O uso da palavra duelo, em vez de debate, já instaura, nela mesma, a cenografia de luta construída pelo título. Em decorrência desse título, as aforizações são trechos de acusações de um candidato a outro, pois, por uma questão de coerência, não se poderia veicular esse título juntamente com aforizações amenas, visto que, se assim fosse, essas aforizações não legitimariam a cenografia construída pelo título e construiriam uma cenografia contrária.

Em uma das aforizações atribuídas a DR, ela alerta a possibilidade de JS ter mil caras. No debate, essa fala de DR foi proferida em resposta à fala de JS na coluna direita da tabela 1. Na outra aforização, DR retoma o caso que envolve Paulo Preto, assessor de JS que estava sendo apontado como suposto responsável pela arrecadação, em nome do PSDB e sem registro oficial, de 4 milhões de reais, que jamais teriam chegado aos cofres tucanos.

Na primeira aforização atribuída a JS, ele acusa DR de mudar de opinião em relação ao aborto, tema muito discutido durante a campanha eleitoral 2010. Considerando, segundo dados do IBGE<sup>11</sup>, que a grande maioria dos brasileiros é cristã católica ou evangélica, os religiosos, em geral, tendem a ter um posicionamento contrário ao aborto. Dessa forma, veicular a hipótese de que um candidato é favorável ao aborto pode prejudicar sua imagem com o eleitor religioso, ou seja, a imensa maioria dos eleitores. Além disso, falar em aborto na relação com o PT e com DR em período de eleições expõe negativamente a candidata. Em relação à circulação de discussões sobre esse tema, Rodrigues (2002) afirma que a mídia frequentemente debate acerca das pretensões das instituições religiosas, política e médica, que buscam regular, cada uma a seu modo, o discurso e os comportamentos no domínio do aborto. “Tratando-se de um domínio associado à própria experiência da vida, a apresentação do somatório das suas posições por parte da instituição permite garantir à instituição midiática a sua autonomia institucional de promotora dos valores da visibilidade” (RODRIGUES, 2002, p. 227).

Na segunda aforização, JS acusa a adversária de apresentar um comportamento agressivo no debate, acrescentando a hipótese de que DR é agressiva por natureza.

---

<sup>11</sup> Segundo o Censo 2010, a população católica é de 64,6% e a evangélica é de 22,2%.

Portanto, consideramos que os elementos que compõem as páginas da FSP, principalmente as aforizações atribuídas aos candidatos, reforçam a cenografia antecipada pelo título. Em outras palavras, o leitor do jornal tem acesso a essa cenografia e pode, na maioria das vezes, aceitá-la como uma representação “fiel” do que foi o debate. Além disso, a cenografia de “duelo” construída nas páginas da FSP constrói também uma imagem de agressividade para DR, por meio das aforizações atribuídas a ela, principalmente a primeira, que acusa JS de forma enfática, e também por meio da segunda aforização de JS que legitima a imagem agressiva construída para DR.

Observemos a cenografia construída no ESP.



Figura 2: Título e aforizações em destaque em *O Estado de S. Paulo*.

O ESP veiculou a notícia sobre o debate em página única. As duas aforizações atribuídas a cada candidato foram as que estão debaixo da foto e a que está em destaque num quadro intitulado “polêmica” (em vermelho).

Tabela 2: título e aforizações em *O Estado S. Paulo*.

Título	Aforizações - Dilma	Aforizações - Serra
No primeiro duelo, Dilma parte para o ataque a Serra	“Ela (Monica Serra) disse que a Dilma é a favor da morte de criancinhas”.	“Eu nunca defendi a liberação do aborto. Você defendeu e de repente muda”.
	“Acho gravíssima a fala de sua senhora [Monica Serra], que me acusa de uma coisa antiga. coisa antiga que é contra o que o Brasil pensa”.	“Você disse que era a favor da liberação do aborto, depois, disse que era contra. Aí se trata de ser coerente, de não ter duas caras”.

Como podemos observar, o título veiculado no ESP, não só constrói a cenografia de duelo, como aponta para uma cena enunciativa em que DR ataca mais que JS, o que poderia dar a entender que teria “vencido” o duelo, já que o imaginário na cenografia de duelo/luta é o de que vence quem ataca mais. Todavia, essa imagem combativa construída para DR pode produzir efeitos de sentido opostos, pois, conforme Charaudeau (2008, p. 93, inserção nossa), essa imagem poderá “ser apreciada positivamente por aqueles que têm necessidade de identificar-se com um *ethos*<sup>12</sup> de ‘poder’ (‘ele sabe lutar’[ou ‘não foge à luta, enfrenta o adversário’]), mas será rejeitada por aqueles que preferem um *ethos* de ‘inteligência’ (‘aqui está um debatedor sutil e elegante’)”. Essa identificação com um dado *ethos* e com a cenografia construída em torno dele se dá pelo fato de que “todas as *cenografias* possibilitam um processo de identificação do coenunciador com a pluralidade de identidades” (MUSSALIM; FONSECA-SILVA, 2011, p. 147, grifo das autoras). De qualquer forma, o subtítulo ou a linha fina mostra que JS revidou, ou seja, também atacou, e o leitor, que se quiser saber a quem o jornal atribuirá a vitória no debate, precisará ler o texto todo.

Na cenografia do duelo, faltava a descrição de como foi a agressão, no caso verbal, feita pelos sujeitos políticos. As aforizações funcionam, então, como síntese dos pontos esperados pelos leitores na perspectiva de sumarização do debate pela mídia impressa. Assim, a primeira aforização atribuída a DR, “Ela (Monica Serra) disse que a Dilma é a favor da morte de criancinhas”, refere-se ao fato de que Monica Serra, esposa de JS teria dito que DR era a favor da morte de criancinhas, se referindo ao aborto. Essa aforização traz a memória do comunismo, mais especificamente da frase “Comunistas comem criancinhas”. Durante o período de campanha, o programa de JS associou a imagem de DR ao comunismo, apresentado por ele

<sup>12</sup> O *ethos* é a imagem de si que se constrói dentro da instância enunciativa, no momento em que o enunciador toma a palavra e se mostra por meio de seu discurso (MAINGUENEAU, 2008c). Consideramos que o conceito de *ethos* é relevante para a compreensão do funcionamento do discurso político-eleitoral. Entretanto, devido à necessidade de recorte, não utilizaremos esse conceito na análise do *corpus* deste trabalho.

como sinônimo de baderna, desordem, ilegalidade. A outra aforização atribuída a DR retoma o mesmo caso da primeira. Importante observar que DR ataca justamente no ponto em que estava sendo mais criticada e perdendo votos, ou seja, ela precisava se defender das acusações, mas o fez em um tom de agressividade e de indignação interpelando o telespectador a aderir ao lugar de vítima que constrói para si, porque esse é o tom exigido para se vencer um duelo.

As duas aforizações atribuídas a JS também trazem o tema aborto, mais especificamente o fato de que DR teria mudado de opinião em relação a esse tema por questões eleitoreiras. Vê-se, então, o “contra-ataque” de JS, ao construir uma imagem negativa para DR, ou seja, o de que ela não teria palavra.

Considerando discursivamente o título e as aforizações em destaque, observamos que o título buscou construir uma cenografia de duelo sobre o tema aborto, que esteve presente nas quatro aforizações destacadas pelo ESP. Nesse “duelo”, segundo a cenografia construída pelo título da notícia do jornal, DR foi quem mais atacou e, em um duelo, quem mais ataca, vence. Portanto, a cenografia construída no título produz no leitor o sentido de que DR teria se saído melhor do que JS no debate transmitido pela Band. Entretanto, podemos observar que o sentido apontado pelo título vai numa direção, mas à medida que o leitor vai adentrando nas linhas finas ou nos subtítulos o direcionamento pode ser para outro sentido.

## 5.2 Debate transmitido pela Globo

A Globo transmitiu no dia 29 de outubro de 2010 o último debate das eleições 2010, que teve um formato diferenciado, mais parecido com o de uma sabatina. Os títulos das notícias veiculadas no dia seguinte pelos jornais FSP e ESP foram, respectivamente, “No último embate, Dilma e Serra evitam **confronto** direto”<sup>13</sup> (grifo do jornal) e “Candidatos fazem debate burocrático”<sup>14</sup>.

O público foi composto por eleitores tidos como indecisos. Esses faziam perguntas para ambos os candidatos responderem. Não houve perguntas diretas de um candidato para outro. O palco em formato de círculo sugeriu que os candidatos andassem, se virassem o tempo todo, pois em toda a volta do palco havia eleitores indecisos. No painel, localizado no fundo do círculo, havia o mapa do Brasil com as divisões estaduais. Cada estado foi representado com

---

<sup>13</sup> Folha de S. Paulo, 30 de outubro de 2010, p. Especial 8 e 9.

<sup>14</sup> O Estado de S. Paulo, 30 de outubro de 2010, p. A10.

uma pergunta de um eleitor tido como indeciso e, ao final, o mapa foi completado com todos os estados. Vejamos a notícia no jornal.



Figura 3: Título e aforizações em destaque na *Folha de S. Paulo*.

É comum nos debates televisivos que o candidato, ao fazer uma pergunta, lance acusações (diretas ou indiretas), na tentativa de desqualificar o adversário, dando início ao confronto característico dessa cena genérica (o debate). No debate transmitido pela Globo, quem fez as perguntas foram eleitores, o que evitou um confronto direto entre os candidatos. Discursivamente, podemos pensar que, na construção e no funcionamento da cena enunciativa desse debate, os participantes do debate com perguntas funcionam como porta-vozes da sociedade, diferentemente do mediador, que funcionava como um juiz numa luta, estando ali para garantir a integridade da disputa. Diante dessa situação, caso os candidatos quisessem ser agressivos, o poderiam fazer de forma indireta, mas correriam grandes riscos, considerando-se o fato de ser véspera da eleição e, portanto, a construção de imagens negativas poderia influenciar significativamente nos resultados da eleição.

O título da notícia, ao inserir a palavra confronto, ao mesmo tempo em que traz à memória a cenografia da luta, do duelo, como prevista/esperada, a nega ou, pelo menos, a desqualifica enquanto tal. Vejamos os títulos e as aforizações na tabela 3.

Tabela 3: título e aforizações na *Folha de S. Paulo*.

Título	Aforizações - Dilma	Aforizações - Serra
No último debate, Dilma e Serra evitam o <b>confronto</b> direto	“Malfeito vai ocorrer em qualquer lugar em que houver impunidade ou não houver investigação. Tem de investigar e punir do a quem doer e atinja quem atingir”.	“A corrupção no Brasil chegou a níveis insuportáveis. Tanto do ponto de vista de desvio do dinheiro, como do ponto de vista do amor próprio da sociedade”.
	“Não se pode estabelecer com o professor uma relação de atrito quando eles pedem melhores salários. [Nem] recebê-los com cassetetes ou interromper o diálogo”.	“[Na educação] temos que ter um entendimento que passe por cima de partidos, de sindicatos, que, muitas vezes são meros instrumentos partidários”.

A primeira aforização atribuída à DR faz parte de um trecho do debate em que ela fala sobre o caso Erenice Guerra, que foi sucessora e braço-direito de DR na Casa Civil da Presidência da República. Dentre as principais acusações que pesavam sobre ela estavam tráfico de influência e nepotismo. A ex-ministra teria atuado para viabilizar negócios nos Correios intermediados por uma empresa de consultoria de propriedade de seu filho Israel Guerra e tinha três irmãos em cargos públicos federais comissionados. Novamente, a aforização tematiza um ponto fraco suscetível de ataque pelo adversário, e mostra a forma como DR dele se defende, ou seja, ela está a serviço de sumarizar a cenografia para o leitor e, assim, cumprir com os objetivos comunicacionais desse tipo de notícia.

A segunda aforização aborda a relação do governo com os professores e retoma a memória negativa da relação do PSDB-SP com os professores estaduais. Em março de 2010, iniciou-se uma greve dos professores do estado de São Paulo e, durante esse movimento político, houve momento em que os manifestantes foram recebidos por policiais com cassetetes. Essa situação produziu um efeito bastante negativo para JS, então governador do estado e essa aforização de DR relembra o eleitorado sobre o ocorrido (MARECO; PASSETTI, 2010).

As duas aforizações atribuídas a JS, que foram destacadas pela FSP abordaram os mesmos temas que as atribuídas a DR. Isso porque os candidatos responderam às mesmas perguntas. Observamos que o jornal selecionou para as posições em destaque aforizações de trechos de respostas de uma mesma pergunta, produzindo, assim, um efeito de imparcialidade, ou seja, o jornal deu voz a ambos os candidatos.

Discursivamente, observamos que o título - No último debate, DR e JS evitam o **confronto** direto – constrói uma cenografia pacífica, de um debate “civilizado”, no qual *os candidatos* tiveram atitude de não atacar, de falar de suas propostas em vez de desqualificar o adversário. Entretanto, não foram DR e JS que construíram essa cenografia, como sugere o título. O formato do debate é que não propiciou o confronto. Tanto que, mesmo não confrontando diretamente, os candidatos tentam desqualificar o outro, retomando memórias que constroem imagens negativas para seu adversário. Na segunda aforização de DR e JS, em que eles falam de educação, DR retoma a memória da greve, explicada anteriormente, e JS se defende com um discurso que produz um efeito de que os sindicatos responsáveis pela organização da greve podem ter sido utilizados como um instrumento partidário.

Vemos, portanto, que os candidatos, dadas as condições de produção do debate na véspera da eleição em uma emissora massificante como a Globo, optaram por construir uma cenografia de confronto de forma indireta e mais discreta. Só não houve maior embate porque o formato do debate engessou o confronto, ou seja, porque não foram eles que fizeram as perguntas um para o outro. Além disso, o formato desse debate fez com que o sujeito político falasse para o público e não para o adversário, como o usual. Essa mudança de interlocutor foi um dos fatores para amenizar a cenografia de confronto, visto que criticar, acusar o adversário, na presença dele, para uma terceira pessoa (no caso, o público) poderia construir uma imagem deselegante para o político que assim o fizesse.

A nosso ver, o título da notícia constrói, contraditoriamente, uma cenografia de duelo pacífica, que não é legitimada pelas aforizações em destaque. Para que essa cenografia fosse legitimada, as aforizações atribuídas os candidatos deveriam tratar de temas diferentes. Assim, produziria um efeito de que não houve confronto. Entretanto, ao trazer aforizações sobre o mesmo tema, é possível observar uma cenografia de confronto, de acusação, de indiretas, mesmo que mais sutil se comparada a de outros debates, pois produzem efeitos de sentido de resposta às indiretas do adversário.

Charaudeau (2006, p. 59) também comenta sobre a alteração na imagem ou cenografia pretendida. Para o autor, a informação midiática pode ficar prejudicada “porque os efeitos visados, correspondentes às intenções da fonte de informação, não coincidem necessariamente com os efeitos produzidos no alvo, pois este reconstrói implícitos a partir de sua própria experiência social, de seus conhecimentos e crenças”. O autor afirma, ainda, que se os enunciados destacados em cada um dos jornais são diferentes, é porque, para se diferenciar do

concorrente, cada jornal deve produzir efeitos diferentes. Isso pode produzir no leitor certa predileção por este ou aquele jornal, considerando, segundo Mariani (1998), que o “jornal preferido” é aquele cujos sentidos vão ao encontro da formação discursiva<sup>15</sup> do leitor.

Vejamos como foi a veiculação dessa mesma notícia sobre o debate da Globo em *O Estado de S. Paulo*.



Figura 4: Título e aforizações em destaque em *O Estado de S. Paulo*.

O título da notícia qualifica o debate como “burocrático”, termo que segundo o Dicionário Eletrônico Houaiss (2010), no sentido pejorativo, significa “sistema encarado como estrutura ineficiente, inoperante, morosa na solução de questões e indiferente às necessidades das pessoas”. Outro sentido possível e que, na nossa compreensão, seria o mais adequado à cenografia que a notícia constrói, é o do senso comum que trata “burocrático” como sinônimo de “chato”, “enfadonho”. Qualquer que seja o efeito de sentido produzido, ele não é positivo.

<sup>15</sup> A formação discursiva é um conceito polêmico, abordado por Pêcheux, Foucault e Maingueneau de maneiras diferentes. Nesta nota, optamos pela definição de Pêcheux, por saber ser esta a que Mariani (1998) se filia. Portanto, Para Pêcheux (1988, p. 160), a Formação Discursiva é definida como “aquilo que, numa conjuntura dada, determinada pelo estado de luta de classes, determina o que pode e deve ser dito (articulado sob a forma de uma arenga, de um sermão, de um panfleto, de uma exposição, de um programa, etc.)”.

Constrói uma cenografia de inadequação, de um debate que não ocorreu como se esperava. Vejamos a relação do título com as aforizações na tabela 4.

Tabela 4: título e aforizações em *O Estado S. Paulo*.

<b>Título</b>	<b>Aforizações - Dilma</b>	<b>Aforizações - Serra</b>
Candidatos fazem debate burocrático	“Você tem de investigar e punir do a quem doer e atinja quem atingir”.	“O que espanta no Brasil não é só o nível de corrupção, é o grau de impunidade”.
	“Professor para garantir qualidade tem de ser bem pago e tem de ter formação continuada”.	“Sem combater o contrabando de armas e de drogas, o resto é fantasia”.

As primeiras aforizações atribuídas a DR e a JS são trechos da resposta dos candidatos a uma mesma pergunta, assim como ocorreu na veiculação da notícia na FSP. Entretanto, no ESP, os recortes aforizados, apesar de tratarem do mesmo tema não produzem um efeito de sentido de resposta a indiretas ou acusações. O efeito de sentido produzido é o de que responderam a uma mesma pergunta, feita por um eleitor, sem nenhum confronto entre os candidatos.

As segundas aforizações tratam de diferentes temas: a atribuída à DR, educação e a JS, contrabando. O efeito produzido por temas diferenciados é o de que não houve confronto, não houve embate. Houve apenas respostas a perguntas de eleitores. Observamos, também, que, assim como a FSP, o ESP também atribui aos candidatos a “burocratização” do debate, e essa cenografia foi legitimada, validada, reforçada por meio do modo de construção das aforizações selecionadas para ocupar posições de destaque.

Devemos considerar que as emissoras de TV e os jornais estão atentos à legislação eleitoral, cercando-se de precauções para evitar processos. A resolução 067/2010<sup>16</sup>, esclarece que propaganda eleitoral é permitida somente até a antevéspera das eleições e o debate da Globo foi transmitido na antevéspera das eleições. A ciência a essa resolução que justifica a ansiedade do jornalista Bonner, mediador do debate, para que este não ultrapassasse a meia noite, pois caso contrário, dependendo do que os candidatos dissessem, principalmente nas considerações finais de cada um, poderia ser considerado como propaganda eleitoral, prejudicando o veículo de comunicação. Diante dessa informação e considerando que os jornais foram veiculados no dia seguinte ao debate, ou seja, na véspera das eleições, podemos observar, também, a

<sup>16</sup> Capítulo V, Art. 27.

precaução dos jornais de não veicular aforizações que pudessem soar como propaganda eleitoral. Por isso, a veiculação de um debate morno pela televisão, e de notícias também mornas nos jornais.

## 6. Considerações finais

Retomando nosso objetivo - observar como os títulos das notícias e as aforizações contribuem para a construção de cenografias - e observando nossa análise, podemos afirmar que os títulos têm a função de antecipar a cenografia a ser construída pelo conjunto de elementos que compõem a página do jornal, e as aforizações, principalmente as que estão em posição de destaque, têm a função de legitimar/confirmar ou não a cenografia apresentada pelos títulos. Podemos afirmar, também, que, em nosso *corpus*, os títulos anteciparam uma cenografia pretendida e que esta nem sempre foi legitimada pelas aforizações em posição de destaque.

Em relação ao debate transmitido pela Band, tanto a *Folha de S. Paulo* como *O Estado de S. Paulo* apresentaram títulos que foram legitimados pelas aforizações atribuídas a DR e JS, produzindo um efeito de “duelo” ao trazer aforizações sobre o mesmo tema, como se fossem respostas às indiretas do adversário. Entretanto, em *O Estado de S. Paulo*, embora os títulos e as aforizações produzissem sentidos que construísem uma cenografia de duelo em que DR seria a “vencedora”, por ter atacado mais, ao adentrar nas linhas finas ou no subtítulo, constrói-se uma cenografia de duelo também, mas na qual JS revida na mesma medida. Portanto, podemos dizer que, nesse caso, as aforizações legitimaram a cenografia antecipada pelo título, mas os outros elementos que compõem a página do jornal a contradisseram.

No que concerne ao debate transmitido pela TV Globo, observamos que em *O Estado de S. Paulo*, o título foi legitimado pelas aforizações, visto que a cenografia “burocrática” construída pelo título foi confirmada com aforizações sobre temas diferenciados, produzindo efeito de sabatina e não de um debate/embate. Já a *Folha de S. Paulo* apresentou um título que não foi legitimado pelas aforizações atribuídas aos candidatos. No título construiu-se uma cenografia de pacificidade que foi contrariada por aforizações com efeito de resposta ao adversário (e não ao eleitor que fez a pergunta). Mesmo contrariando essa cenografia pacífica construída pelo título, não podemos dizer que as aforizações construíram uma cenografia de embate, de confronto, pois essa só poderia ser construída se os adversários falassem e fizessem perguntas um para o outro, o que não foi o caso.

No debate da Globo, houve uma mudança de interlocutor: em vez do sujeito político falar diretamente para o adversário, como o usual, por conta do formato do debate, ele teve que falar para o público. Essa mudança de interlocutor foi um dos fatores para amenizar a cenografia de confronto, visto que criticar, acusar o adversário, na presença dele, para uma terceira pessoa (no caso, o público) poderia construir uma imagem deselegante para o político que assim o fizesse.

Nesse debate da Globo, percebemos uma situação de precaução da parte dos presidenciáveis e da parte dos veículos de comunicação (TV e os jornais). Os candidatos, por estarem às vésperas da eleição, evitaram tecer críticas e acusações diretas para não correrem o risco de construírem uma imagem negativa, pois não teriam tempo para desfazê-la. Quanto aos veículos de comunicação, a Globo teve a precaução de formatar o debate de forma que evitasse um confronto direto, e os jornais evitaram sanções legais por veicularem propaganda eleitoral em época indevida. Esses fatores aqui mencionados (e talvez outros mais) contribuíram para a construção de uma cenografia de um debate pacífico

Quando a cenografia antecipada pelo título é legitimada pelos outros elementos da página do jornal, o leitor “compra” com maior facilidade a cenografia apresentada pelo jornal como se fosse a cenografia do debate em si. Quando ela não é legitimada, o leitor tem maior possibilidade de duvidar da contextualização feita pelo jornal.

## Referências

BRASIL. **Lei nº 4.737, de 15 de julho de 1965**. Institui o Código Eleitoral. Estabelece normas para as eleições. Presidência da República. Casa Civil. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/14737.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/14737.htm)>. Acesso em: 15 abr. 2013.

BRASIL. **Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997**. Estabelece normas para as eleições. Tribunal Superior Eleitoral. Disponível em: <<http://www.tse.jus.br/legislacao/codigo-eleitoral/lei-das-eleicoes/lei-das-eleicoes-lei-nb0-9.504-de-30-de-setembro-de-1997>>. Acesso em: 15 abr. 2013.

BRASIL. **Resolução nº 067/2010**. Dispõe sobre a propaganda eleitoral e as condutas vedadas em campanha eleitoral (Eleições de 2010). Diário da Justiça Eleitoral do Tribunal Superior Eleitoral. Ano 2010, número 049 Brasília, 12 de março de 2010, p. 51-63.

BENITES, S. A. L. A face do Brasil mostrada nas citações da revista Veja. **Revista Polifonia**. Cuiabá: EDUFMT, nº 19, 2009, p. 1-28.

BERTOQUE, L. **A Funcionalidade de Construções de voz em títulos de notícia e em manchetes de Jornais impressos**. Tese (Mestrado), Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2010.

BRAIT, B.; MELO, R. Enunciado/enunciado concreto/enunciação. In: BRAIT, B (Org.). **Bakhtin: outros conceitos-chave**. São Paulo: Contexto, 2006.

CANDIDATOS FAZEM DEBATE BUROCRÁTICO. **O Estado de S. Paulo**, São Paulo, 30 out. 2010. Caderno Nacional, p. A10.

CHARAUDEAU, P. **O Discurso das Mídias**. São Paulo: Contexto, 2006.

\_\_\_\_\_. **Discurso Político**. São Paulo: Contexto, 2008.

DILMA E SERRA TROCAM ACUSAÇÕES EM DUELO MAIS AGRESSIVO DA CAMPANHA. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 11 out. 2010. Caderno Poder, pp. A10-A11.

FOLHA DE SÃO PAULO. **Novo Manual de redação**. São Paulo: Folha de São Paulo, 1992.

GRADIM, A. **Manual de jornalismo**. Covilhã: Universidade da Beira Interior, 2000.

HOUAISS. **Dicionário eletrônico da língua portuguesa**. Rio de Janeiro: Objetiva; 2010 (CD-ROM).

MAINGUENEAU, D. **Novas tendências em Análise do Discurso**. 3. ed. Campinas: Pontes: Editora da Universidade Estadual de Campinas, 1997.

\_\_\_\_\_. **Análise de textos de comunicação**. São Paulo: Cortez, 2008a.

\_\_\_\_\_. **Cenas da enunciação**. POSSENTI, S.; SOUZA E SILVA, M. C. P. (orgs.). São Paulo: Parábola, 2008b.

\_\_\_\_\_. Situação de enunciação e cena da enunciação em AD. In: MAINGUENEAU, Dominique. **Doze conceitos em análise do discurso**. SOUZA E SILVA, M. C.; POSSENTI, S. (orgs.). São Paulo: Parábola, 2010. p. 199-207.

MARECO, R. T. M. ; PASSETTI, M. C. C . Greve dos professores do estado de São Paulo: efeitos de (im)parcialidade em manchetes de dois jornais paulistas. **Revista NUPEM (Online)**, v. 2, p. 119-131, 2010.

MOTTA, A. R. Enunciação aforizante nos Racionais MCs. **ANAIS DO SETA**, Número 3, 2009a. p. 47-57.

MOTTA, A. R. **Heterogeneidade e aforização: uma análise do discurso dos Racionais MCs**. (Tese de doutorado em linguística) Unicamp, 2009b.

MUSSALIM, F.; FONSECA-SILVA, C. Estereótipos de Gêneros e cenografias em anúncios publicitários. In: MOTTA, A. R.; SALGADO, L. (Orgs.). **Fórmulas discursivas**. São Paulo: Contexto, 2011, p. 139-150.

NO PRIMEIRO DUELO, DILMA PARTE PARA O ATAQUE A SERRA. **O Estado de S. Paulo**, São Paulo, 11 out. 2010. Caderno Nacional, p. A10.

NO ÚLTIMO EMBATE, DILMA E SERRA EVITAM CONFRONTO DIRETO. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 30 out. 2010. Caderno Especial Eleições 2010, pp. 8-9.

OLIVO, J. C. C. A cor na propaganda política: significados e produção de sentidos. **Anais do 6º Encontro Celsul - Círculo de Estudos Linguísticos do Sul**. 2006. Florianópolis: UFSC, 2006.

PINTO, M. J. **Comunicação e Discurso**: introdução à análise de discursos. São Paulo: Hacker Editores, 2002.

Artigo recebido em: 02.10.2013

Artigo aprovado em: 04.03.2014