



LARA RAFAEL LAGE

**DO JORNALISMO AO ENTRETENIMENTO: UMA ANÁLISE DO
DISCURSO DO MEDO**

**LAVRAS – MG
2019**

LARA RAFAEL LAGE

**DO JORNALISMO AO ENTRETENIMENTO: UMA ANÁLISE DO DISCURSO DO
MEDO**

Trabalho de conclusão de curso apresentado à Universidade Federal de Lavras, como parte das exigências do Curso de Graduação em Letras – Português/ Inglês e suas licenciaturas, para a obtenção do título de Licenciada.

Prof. Dr. Márcio Rogério Cano de Oliveira
Orientador

LAVRAS – MG

2019

LARA RAFAEL LAGE

**DO JORNALISMO AO ENTRETENIMENTO: UMA ANÁLISE DO DISCURSO DO
MEDO**

**FROM JOURNALISM TO ENTERTAINMENT: AN ANALYSIS OF THE FEAR
SPEECH**

Trabalho de conclusão de curso apresentado à
Universidade Federal de Lavras, como parte das
exigências do Curso de Graduação em Letras –
Português/ Inglês e suas licenciaturas, para a
obtenção do título de Licenciado.

Prof. Dr. Márcio Rogério de Oliveira Cano

Profa Dra. Márcia Fonseca Amorim – UFLA

Profa Mestranda Luana Nayara Pena –UFLA

Prof. Dr. Márcio Rogério de Oliveira Cano

Orientador

**LAVRAS – MG
2019**

AGRADECIMENTOS

A Deus, pelas oportunidades que foram dadas em minha vida, por me tornar persistente e pela força diária.

Aos meus pais, Antônio e Lúcia, minhas inspirações, por todo amor, compreensão, incentivo e apoio durante toda a minha vida, em especial, nesse momento tão importante.

Às minhas irmãs, Lauriê e Samara, que tanto me incentivaram nessa jornada acadêmica, pelo companheirismo e pela ajuda nos momentos difíceis.

Às minhas sobrinhas, Eduarda e Melina, por fazerem meus dias muito mais felizes e leves, agradeço, principalmente, pelo carinho, amor e compreensão.

Ao meu orientador, Prof. Dr. Márcio Rogério de Oliveira Cano, pela orientação, pelos ensinamentos e pela paciência comigo na elaboração desse trabalho.

A todos meus amigos que percorreram essa trajetória comigo, em especial, Beatriz, Camila, Letícia, Maria Eduarda, Victória e Vinícius, pelos momentos indescritíveis durante a graduação.

A todos que, de alguma forma, contribuíram para esse dia e torceram por mim, muito obrigada!

*“‘Medo’ é o nome que damos a nossa
incerteza: nossa ignorância da ameaça e
do que deve ser feito.”*

Zygmunt Bauman

RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo analisar a relação interdiscursiva entre o discurso jornalístico e o discurso do medo em interface com o entretenimento, tendo como *corpus*, as primeiras páginas dos jornais: *Folha de S. Paulo*; *Estado de S. Paulo*; *O Globo*, *O Dia* e *Estado de Minas*. Além desses, também foi usado a página inicial do site de propagandas da Netflix. Os jornais e a internet são ferramentas muito utilizadas pela sociedade, pode-se dizer que se tornaram práticas sociais. Além disso, são veículos de informação e comunicação que atingem uma grande massa, conseqüentemente, atingem também, o modo de pensar e agir dos sujeitos na sociedade. Contudo, com a “revolução gráfica”, tornaram-se necessárias algumas modificações no jornal para competir com o mercado gráfico, e essas adaptações continuam progressivamente, de acordo com a necessidade do mercado. Dessa forma, para competir com o cinema, a TV e a internet, entre outros, o jornal se aproximou e tornou também, entretenimento, observamos isso pelos temas abordados e pela forma como são abordados, como o exemplo, aqui discutido, o medo. Posto isso, neste trabalho, será discutida a assimilação do jornal com o entretenimento, utilizando, como exemplo, a Netflix, que é uma plataforma provedora de filmes e seriados via *streaming* e, também, o processo da constituição do discurso do medo em ambas as esferas. Essa análise será baseada nos estudos que contribuíram com a proposta teórica da Análise do Discurso, como os trabalhos de Maingueneau (2007) sobre cenas de enunciação, e irá estabelecer um diálogo com os estudos de Bauman (2008) sobre a instauração do medo na sociedade, e com outros teóricos relevantes.

Palavras-chave: Análise do discurso; Discurso jornalístico; Discurso do medo.

ABSTRACT

This paper aims to analyze the interdiscursive relationship between journalistic discourse and fear discourse in interface with entertainment, having as its corpus the front pages of newspapers: Folha de S. Paulo; State of S. Paulo; The Globe, The Day and State of Minas. In addition to these, the homepage of the Netflix advertising site was also used. Newspapers and the internet are tools widely used by society, it can be said that they have become social practices. Moreover, they are vehicles of information and communication that reach a great mass, consequently, also reach the way of thinking and acting of the subjects in the society. However, with the “graphic revolution”, some changes in the newspaper became necessary to compete with the graphic market, and these adaptations continue progressively, according to the needs of the market. Thus, to compete with cinema, TV and the Internet, among others, the newspaper approached and also became entertainment, we observe this by the topics addressed and the way they are approached, as the example discussed here, fear. That said, this paper will discuss the assimilation of the newspaper with entertainment, using, for example, Netflix, which is a platform that provides movies and serials via streaming, and also the process of constituting the discourse of fear in both spheres. This analysis will be based on studies that contributed to the theoretical proposal of Discourse Analysis, such as the works of Maingueneau (2007) on enunciation scenes, and will establish a dialogue with Bauman's (2008) studies on the establishment of fear in society. , and with other relevant theorists.

Keywords: Discourse analysis; Journalistic discourse; Discourse of fear.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	10
2	ANÁLISE DO DISCURSO: UMA PROPOSTA INTERDISCIPLINAR	12
3	INTERDISCURSO: A RELAÇÃO ENTRE OS DISCURSOS	14
3.1	Do jornalismo ao entretenimento	16
3.2	Considerações sobre o discurso do medo	20
4	CENAS DE ENUNCIÇÃO: A CONSTRUÇÃO DE SENTIDOS ENTRE OS SUJEITOS.....	23
5	METODOLOGIA DE ANÁLISE	24
6	ANÁLISES DOS DISCURSOS: DO MEDO, DO JORNAL E DO ENTRETERIMENTO	25
6.1	Análises das capas dos jornais..	27
6.2	Análise dos <i>prints screens</i> capturados na plataforma Netflix	38
7	CONSIDERAÇÕES FINAIS	42
8	REFERÊNCIAS	44

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Recorte 1: Capa da Folha de São Paulo - “Esperança piora”	27
Recorte 2: Capa da Estado de São Paulo – “Conflito e violência”	29
Recorte 3: Capa do O Globo – “Destruição e dor”.....	31
Recorte 4: Capa do O Dia – “Das conversas cotidianas à violência e morte”	33
Recorte 5: Capa do Estado de Minas Gerais – “Da saúde à doença e morte”.....	35
Recorte 6: Página inicial, site da Netflix – “O medo de diferentes formas”	37
Recorte 7: Página do site da Netflix – “O medo sobrenatural”.....	38
Recorte 8: Página do site da Netflix- “Ficção, guerra e medo da morte”.....	39

INTRODUÇÃO

A mídia se tornou uma fonte de grande relevância à interação e à prática social, sendo sempre muito utilizada pelos sujeitos na sociedade. Veremos assim, o jornal, como nas análises que serão realizadas neste trabalho, o qual é utilizado com frequência pela população, que sente a necessidade de se informar e de estar ‘por dentro’ dos assuntos do cotidiano. E, também, os filmes e séries *on-lines* via *streaming*, que são utilizados por sujeitos de várias idades, como na plataforma da Netflix.

O interesse pela pesquisa surgiu a partir da participação no Grupo de Pesquisa de Leitura e Produção de Discursos, o qual possibilitou realizar diversas discussões a respeito da mídia e observar como o discurso midiático atinge, de alguma forma, o pensamento e as ações das pessoas na sociedade. Entretanto, neste trabalho, faremos um recorte no campo midiático e vamos analisar o jornal e os filmes e as séries *on-lines* via *streaming*.

Os jornais são por vezes reconhecidos como fonte de informação e de verdade, entretanto esta é uma concepção problemática, pois é sabido que, por trás desse veículo de comunicação, existem grupos de sujeitos com interesses, sendo o interesse mercadológico e os grupos que visam propagar determinada posição ideológica.

Marcondes Filho (1997) afirma que o jornal possui estratégias para manter o público interessado e também para vender, dentre elas, estão as sensações que podem ser despertadas nos leitores. Seguindo essa ótica, podemos relacionar o jornal ao entretenimento. De acordo com os estudos de Gabler (1999), o entretenimento surgiu a partir dessa mesma ideia de venda e de aproximação da vida cotidiana, fazendo com que o interesse e a crença da população na mídia aumentem. Assim, o jornal precisou competir com o cinema, com a TV e, atualmente, com a internet para competir público. Para muitos pesquisadores, tudo se tornou entretenimento, aquilo que está ligado, resumidamente, à busca pela diversão e pelo prazer.

O objetivo deste trabalho é analisar como o discurso do medo se constitui no discurso jornalístico em uma relação interdiscursiva, mesmo aparecendo, às vezes, de modo sutil, e como isso, de certo modo, interfere nas vidas dos sujeitos, na maneira de agir e pensar, tornando-os consumistas, aprisionados e amedrontados. Bauman (2008) postula que, muitas vezes, os sujeitos não passam pelas experiências para sentirem medo, mas, mesmo assim, eles o sentem, pois o medo é algo que é alimentado todos os dias através dos meios de comunicação de massa.

Além disso, também temos como proposta mostrar a semelhança e assimilação do discurso jornalístico com o discurso do entretenimento, em relação, por exemplo, às temáticas

e à linguagem, e como o discurso do medo perpassa o discurso do entretenimento e o jornalístico. Apesar de parecerem distantes, o discurso que se diz realidade (jornal) e o discurso ficcional (entretenimento) possuem uma semelhança significativa, e nessa relação se dá a manutenção do medo.

Para o desenvolvimento da pesquisa, fizemos um estudo teórico de Análise do Discurso com as contribuições de Maingueneau (2007), e também selecionamos como *corpus* cinco capas de diferentes jornais, que são: *Folha de S. Paulo*, *Estado de S. Paulo*, *O Dia*, *Estado de Minas* e *O Globo*. Além das capas, também utilizamos para a constituição do *corpus* a *prints screen* da página no site da Netflix, que é uma plataforma internacional, provedora de filmes e séries via *streaming*, para analisar o modo como o discurso do medo se instaura em uma relação interdiscursiva com os discursos (jornalísticos e do entretenimento).

2. ANÁLISE DO DISCURSO: UMA PROPOSTA TEÓRICA INTERDISCIPLINAR

A análise do discurso (doravante AD) é um ramo da linguística de tradição francesa, que teve seus estudos iniciados a partir da emergência relacionada aos interesses políticos, e, no decorrer do tempo, foi integrando outros campos sociais, como por exemplo, o religioso, o jornalístico, o político, entre outros.

Apesar de a linguística ser uma ciência considerada nova, que se inaugurou no início do século XX, é uma área bastante ampla que envolve muitos aspectos da língua e da mente humana. De acordo com os estudos de Cano (2012), a AD é considerada como uma disciplina própria, dentro da linguística, com objetivos, conceitos e metodologias próprios dela. Apesar de ser uma das áreas mais vastas dentro da linguística, a pesquisa no interior da proposta teórica da AD deve ser concisa e bem definida pelo pesquisador, deve estar de acordo com o seu percurso de pesquisa, para que tanto os objetivos e quanto os seus conceitos para análise sejam bem definidos.

O estudos da AD são oriundos da relação teoria-prática, tendo um caráter empírico, já que o seu funcionamento consiste em buscar nas teorias embasamento para compreender a prática discursiva dos sujeitos no social, uma vez que a própria AD coloca questionamentos para o próprio analista. A AD tem como seu objeto o (inter)discurso, o qual é concebido como efeitos de sentidos nas relações entre os próprios discursos e também entre sujeitos. O sujeito tem seu papel social significativo dentro da AD, pois para além do discurso, ela também analisa e questiona sobre o espaço e tempo que determinado sujeito ocupa no social. Dessa forma, Maingueneau (2007) destaca a possibilidade de extensão da linguística pela AD, pela sua condição no que diz respeito à reconfiguração no conjunto de saberes, pois é a partir desse ciclo de pesquisa e vínculo com outras disciplinas que foi e/ou é possível desenvolver novas teorias.

Para compreender a AD, é necessário entender que o discurso é algo que está além da língua, ou seja, em outra dimensão. Segundo Cano (2012), *“o que orienta o uso linguístico não está no linguístico estritamente, como um sistema, mas em algo que o envolve”*. Sendo assim, observamos que o contexto em que o discurso é proferido, assim como o sujeito que está

inserido em determinada prática discursiva, é um assunto importante dentro da AD. E isso, faz a AD buscar em outras disciplinas contribuições para fundamentar alguns conceitos dela própria, como, por exemplo, na Sociologia e na Psicologia, entre outros diversos campos das ciências humanas, o que a torna *interdisciplinar*. Como destaca o autor:

[...] quando propomos um trabalho *interdisciplinar*, o propomos no interior de uma disciplina. Não se trata de uma justaposição, mas trazer essa ou aquela disciplina, seus conceitos e metodologias, para o interior da AD, para favorecer aos nossos objetivos (CANO, 2012, p.9).

Para se caracterizar como interdisciplinar, a disciplina deve contar com a colaboração de outras disciplinas para os seus objetivos próprios, sendo assim, apesar de ter traços da Psicologia e da Sociologia, a AD usa desses conhecimentos para formular e fundamentar sua proposta teórica.

Maingueneau (2007) discute em seu texto sobre a visão de muitos pesquisadores ao considerar a AD mais sociológica do que epistemológica, pois ela é vista como uma forma de entender questões discursivas no meio social. O teórico concebe a AD como a disciplina que preocupa com o uso real da linguagem em situações reais, a qual analisa a interação dos sujeitos na sociedade. Assim, o autor explica que:

O interesse que governa a análise do discurso seria o de apreender o discurso como intricação de um texto e de um lugar social, o que significa dizer que seu objeto não é nem a organização textual, nem a situação de comunicação, mas aquilo que as une por intermédio de um dispositivo de enunciação específico (MAINGUENEAU, 2007, p. 19).

Ou seja, a AD analisa o que está além daquilo que está sendo dito e/ou escrito, está em outra dimensão, em um dispositivo de enunciação específico. O analista não só observa o uso da língua na sua estrutura, mas também, a condição de produção em que tal dizer foi dito. Uma vez que o discurso ocorre na enunciação, o papel da AD, como dito anteriormente, é de analisar além daquilo que está sendo falado, ou melhor, as entrelinhas, tanto do dizer quanto da escrita.

No decorrer da história da AD, houve transições de perspectivas em que, primeiramente, ela era reconhecida, para alguns pesquisadores, pelo seu objetivo de analisar a língua em uso e, posteriormente, com o seguinte questionamento: para que a língua é usada? Assim, a AD foi pensada enquanto proposta teórica, com interesses na demanda social, a fim de compreender situações comunicacionais que estavam além do dito e do escrito. É notável que a área da AD possui diversas abordagens e componentes que fazem parte das interações comunicacionais e cabe ao analista escolher as abordagens que suprem as necessidades de cada pesquisa. Dessa

forma, como já destacado por muitos pesquisadores, a AD, como postula Maingueneau, tem como objeto de pesquisa o *interdiscurso*, conceito que será discutido no próximo tópico.

3. INTERDISCURSO: ESPAÇO DE TROCA ENTRE OS DISCURSOS

Como a própria palavra presume, o interdiscurso pode ser definido como a relação entre os discursos, podendo ser entre dois ou mais. O interdiscurso é concebido como objeto de pesquisa da AD; e, para os analistas, os discursos são atravessados e constituídos uns pelos outros, ou seja, em um discurso existe a presença de outro discurso, pois para que um exista, há a necessidade da existência do outro. Sendo assim, o objeto propício para a análise não é o discurso, mas sim o espaço de troca entre os discursos.

Para explicar a vinculação interdiscursiva, Maingueneau (2007) propõe a perspectiva de heterogeneidade enunciativa, isto é, do Mesmo do discurso e seu Outro, no qual pode ser feito de forma mostrada, isso ocorre quando é possível ver marcas explícitas do discurso do Outro no discurso do Mesmo. E também ocorre de forma constitutiva, a qual não deixa marcas visíveis, mas sabe-se que esse discurso é constituído pelo Outro. Na AD, segue-se a perspectiva de heterogeneidade constitutiva, a qual um discurso está intrincado ao Outro de forma implícita. Deste modo, Maingueneau afirma que:

No espaço discursivo, o Outro não é nem um fragmento localizável, uma citação, nem uma entidade exterior; não é necessário que seja localizável por alguma ruptura visível da compacidade do discurso. Encontra-se na raiz de um Mesmo sempre já descentrado em relação a si próprio, que não é em momento algum passível de ser considerado sob a figura de uma plenitude autônoma. (MAINGUENEAU, 2007, p.13-37)

Para Bakhtin, apud Maingueneau (2007, p.35), “o discurso reencontra o discurso do outro em todos os caminhos que levam a seu objeto, e um não pode não entrar em relação viva e intensa com o outro”, ou seja, o discurso do Mesmo está sempre em uma constante inter-relação com o Outro, pois este está presente na sua constituição.

Ainda assim, Maingueneau (2007), em seus estudos, discute sobre a concepção primária do “fechamento”, que diz respeito à condição do interdiscurso como espaço de trocas, e não de identidade fechada. O autor segue a hipótese de construção de identidade discursiva, em que no momento das trocas discursivas, tal identidade é construída e não há uma presença fechada do discurso do Outro no discurso do Mesmo.

A partir das discussões de Maingueneau (2007), podemos compreender o Mesmo em sua zona de dizível legítimo e o Outro como o interdito, no qual, por mais que o dito não cite e renegue sempre de forma visível o interdito, o Mesmo sempre se opõe ao Outro de forma implícita, colocando o Outro como negativo, pois no interdiscurso existe essa relação de oposição entre os discursos, um discurso só aceita o Outro em sua constituição como ameaça de seus próprios fundamentos. Posto isso, Maingueneau (2007) sugere, para melhor compreensão, uma tríade para tratar o interdiscurso: *universo discursivo*, *campo discursivo* e *espaço discursivo*.

O *universo discursivo* diz respeito ao lugar em que estão presentes todos os discursos existentes, que apesar de ser muito amplo, é finito, pois caminha para uma base comum. É neste universo que há um conjunto de discursos que concorrem e entrelaçam entre si, não há fronteiras entre eles, mas existe uma linearidade. Pela sua amplitude, não é um objeto de interesse para os analistas, assim caminha-se para o que conhecemos por *campo discursivo*.

Para Maingueneau (2007), é dentro do *campo discursivo* que há a perspectiva de que um discurso é constituído por outros já existentes, isso não significa que todos são constituídos da mesma forma dentro deste campo, pois eles seguem uma ordem hierárquica, entre discursos dominantes e dominados. É um campo mais delimitado que o universo discursivo, porém mais amplo que o espaço discursivo.

Seguindo esses recortes, encontra-se o que de fato interessa ao analista, que é o *espaço discursivo*, o qual é proferido de subconjuntos de discursos em que o analista seleciona o de seu interesse para a análise. Uma forma de pensar essa tríade é no *espaço discursivo* como recorte de discursos dentro do *campo discursivo*, que está dentro do *universo discursivo*.

Nessa interação de discursos, observamos o que Maingueneau (2007) trata de *direito e avesso*, isso se refere ao fato de que no interdiscurso existe o discurso direito e o avesso, em que um discurso se opõe e nega ao Outro do espaço discursivo, ou seja, um se refere ao outro de forma negativa. Sendo assim, um discurso sempre retoma o outro, como um ciclo, e não existe um discurso primeiro que o outro, pois pode ser que esse recurso seja produzido esperando o discurso do outro.

Dito isso, para este trabalho foram selecionados o discurso midiático, em que podemos observar tanto o discurso jornalístico, quanto o discurso do entretenimento, e o discurso do

medo, para que, assim, seja analisada a relação interdiscursiva e o efeito de sentido desses discursos.

3.1 Do jornalismo ao entretenimento

Pensar no discurso jornalístico nos remete, até o momento, a pensar em certa objetividade da informação, o que é o problema central sobre o qual iremos discutir. O jornal se tornou uma fonte de grande importância de interação e prática social, sempre muito utilizado pelos sujeitos na sociedade, que sentem necessidade de se informar e de estar por dentro dos assuntos do dia, porém vale ressaltar que existe diferença entre informação e notícia.

Nos jornais, não é apenas exposta uma informação de algum acontecimento, os fatos ocorridos são noticiados, ou seja, são construídos a partir de uma estrutura característica dos jornais e da mídia em geral, que passam de apenas informações dadas, com um propósito que liga a mídia à venda, ao consumo. Dessa forma, concordamos com Cano (2012, p.22) ao mencionar que:

[...] notícia e informação não estão no mesmo patamar. A notícia não tem função primeira de passar uma informação, mas transformá-la em fato noticioso, ou seja, um fato, por si só, não vende jornal, o que vende é a construção noticiosa que se faz dele.

Sendo assim, observamos como o discurso jornalístico não é um discurso imparcial, fiel à “verdade”, mas sim um discurso repleto de intenções mercadológicas e ideológicas, na qual a informação é um produto, pois o jornal precisa vender para a sua sobrevivência.

Então, é possível observar, como mencionado por Marcondes Filho (1997), que o jornal não é visto apenas como fonte de informação, mas também como uma forma de expor interesses, opiniões e de trazer à vigência posicionamentos pessoais de determinados grupos de sujeitos, caracterizando-o como impessoal, e como a verdade, ou seja, a notícia não fala sozinha, tem por trás dela posicionamentos ideológicos e políticos, porém ela é transmitida para a sociedade como a verdade absoluta. Assim Marcondes Filho (1997, p.11) afirma:

Criar jornais é encontrar uma forma de elevar a uma alta potência o interesse que têm indivíduos e grupos em afirmar publicamente suas opiniões e informações. É uma maneira de se dar eco às oposições pessoais, de classes ou nações através de um complexo industrial-tecnológico, que além de preservar uma suposta impessoalidade, afirma-se, pelo seu poder e soberania, como “a verdade”.

A partir da perspectiva trazida pelo autor, podemos observar que o jornal possui um valor de uso e troca na sociedade. O valor de uso do jornal está no ato de comprá-lo, em que o leitor busca satisfazer a necessidade de se manter informado, atualizado, apto de opinar sobre os acontecimentos da sociedade e, por isso, ele busca sempre pela informação nos jornais. Já a relação de troca ocorre quando o jornal não satisfaz totalmente essa necessidade do leitor e, através de estratégias, faz com que o sujeito busque constantemente (todos os dias) por novas informações, afinal o jornal precisa vender, precisa de assinaturas para a sua sobrevivência. No entanto, vale salientar que essa relação de uso e troca não é feita de forma restrita, esses valores interpelam entre si no que diz respeito à informação e compra. Além disso, podemos dizer que o jornal possui dentro de sua estrutura, características políticas e publicitárias, como ressalta Cano (2012, p.24):

O jornal possui uma relação de interdiscurso complexa, pois, além de servir de portador para os fatos noticiosos dos mais variados discursos, como o policial, o econômico, esportivo, artístico etc, ele tem, na sua base, o discurso publicitário e o discurso político.

Essas características fazem parte da estrutura do jornal, no que diz respeito aos interesses dos grupos (político e econômico) que estão por trás desse jornal, como seus posicionamentos ideológicos, e com teor publicitário, para o jornal se manter e não ir à falência. Apesar de passar uma impressão de que o mercado jornalístico é vasto, e que por isso os sujeitos podem escolher o que ler e o que buscar, a partir dos seus interesses pessoais, essa impressão passada é ilusória. O jornal repassa a notícia para a população com escolhas de interesses de determinado grupo, que atuam atrás do próprio jornal, fazendo isso de maneira intencionada.

Isso nos reporta a analisar as capas de jornais, as escolhas de notícias e manchetes que vão para as primeiras páginas dos jornais, as quais são consideradas como as principais notícias do dia. Toda a escolha, desde a informação que está sendo passada, a escolha lexical, até a imagem utilizada, tem intencionalidade estratégica que tende a despertar uma sensação, uma necessidade, uma curiosidade de buscar mais informações. Para tanto, Frias Filho (1984, p.3-4) faz a seguinte colocação:

“É manchete aquilo que na sensibilidade jornalística temperada pela experiência institui essa curiosidade num movimento de excitação-saciedade-excitação. É no território capilar do rumor, da fofoca, da reles bisbilhou-see entre vizinhos, que a imprensa arregimenta as energias capazes de mover máquinas, cifrões e massas.” (FRIAS FILHO, 1984, p.3-4)

Considerando isso, observamos nas manchetes a utilização de contraste como estratégia de sensação. Apesar de essa ser uma forte característica de jornais sensacionalistas, vale salientar que todo jornal possui um *tom* de sensacionalismo, e isso irá variar, dependendo da intenção de cada jornal. A utilização do contraste é percebido no modo como as palavras são colocadas, cujos significados são de pólos distantes um do outro, compondo a mesma manchete. Por exemplo, ao mesmo tempo que expressa algo rotineiro, expressa-se também o inesperado, o público e o privado, o próximo e o distante, entre outros contrastes que despertam sensações nos leitores. Essa distância alimenta a curiosidade do leitor, e o marketing da notícia não está na manipulação em si, como é de se pensar, mas sim na curiosidade do leitor, como destaca Frias Filho (1984, p.5):

O marketing jornalístico não manipula a curiosidade do público, pois lhe falta poder para tanto. Manipula, sim, a atribuição de uma curiosidade ao público e fica à espera da sua resposta, que será um convite ou uma proibição.

Além disso, observamos que com a modernização da sociedade, ao jornal se tornar um meio de comunicação de massa, tornou-se necessário ir além, para isso, o incluíram e o aproximaram do entretenimento como uma maneira de despertar o interesse dos leitores para ler, rir e se divertirem, tornando o aproximado do mundo da ficção. Assim, a linguagem do jornal se aproximou da literária e também do apelo de temas sexuais, ficcionais, violentos, entre outros.

De acordo com Gabler (1999), foi a partir da Revolução Gráfica que os jornais e a imprensa, de modo geral, se modificaram e obtiveram novas versões, as estratégias para manter o público e vender tiveram que passar por mudanças. Os jornais começaram a investir em questões visuais, e em alguns momentos, foi até substituindo a escrita, tal processo foi denominado por muitos pesquisadores de “cromocivilização”. O que captava e prendia a atenção do público não eram mais notícias globais, cujos conteúdos eram questões mundiais que ampliavam a capacidade argumentativa e o intelecto dos sujeitos, mas, sim, notícias cotidianas próximas das vidas dos sujeitos. Com isso, o jornal passou a explorar temas como sexo, violência, entre outras manchetes consideradas “escandalosas”, se aproximando mais da ficção, com o objetivo de divertir, dar prazer e despertar paixões, tornando aquilo que chamamos de entretenimento. Assim, Gabler (1999, p. 55) postula que:

“O desejo de entretenimento - como instinto, como rebelião, como forma de obter o poder, como maneira de preencher um tempo livre cada vez maior, ou simplesmente como meio de usufruir o prazer puro - já era tão insaciável no

século XIX que os americanos começaram rapidamente a inventar novos métodos para satisfazê-lo. (GABLER, 1999 p.58)

A principal estratégia dos jornais e de tudo o que foi desencadeado a partir da Revolução Gráfica era o entretenimento, era a forma de manter o público interessado e manter as vendas dos jornais e a imprensa. Como apontou Vanity Fair e Frank Crowninshield (1914 apud GABLER, p.59), o entretenimento iria se beneficiar com “uma crescente devoção ao prazer, à felicidade, à dança, ao esporte, às delícias do país, ao risco e a todas as formas de alegria”. Assim, o entretenimento tomou espaço e alguns pesquisadores começaram a apontar que o jornal tornou-se entretenimento, deixando de ser apenas veículo de notícias e propagandas, passando a operar com o propósito de despertar sensações e sentimentos nos leitores.

Apesar de a primeira ferramenta propulsora do entretenimento ter sido os jornais, como primeiro veículo de propagação, como afirmou Gabler (1999), no decorrer do tempo, com a modernização, a televisão e o cinema começaram a abrir espaço para serem esse veículo de propagação. Com a “revolução do entretenimento”, o filme foi a maneira mais eficiente de se aproximar da realidade dos espectadores, de forma que, esse, ganhou uma proporção de moldar o comportamento e expectativa de vida dos sujeitos. Dessa forma, os filmes começaram a suprir a realidade, e os sujeitos se interessavam pela ficção, pela paixão de querer viver o ficcional.

Além disso, Gabler (1999) afirma que nós, enquanto sujeitos, permitimos que o poder do entretenimento opere sobre nós, especialmente aqui apontado, aos filmes, pela função da arte em driblar a morte, além da possibilidade que temos, de concomitantemente aproximar a ficção das nossas vidas, e também de nos projetar nela, de forma que imaginamos e desejamos as histórias dos filmes para a nossa realidade. Desse modo, Bazin, apud Gabler (1999, p.60) afirma que: “Os filmes acabariam por se aproximar mais da realidade do que qualquer outro veículo anterior, mas o processo não seria impelido por nosso desejo de imortalidade”. Ou seja, nós permitimos essa aproximação dos filmes às nossas vidas pelo nosso medo da morte, por nosso desejo de imortalidade.

Tomando esse percurso, se pensarmos no contexto atual, com o advento da internet que produz e registra uma série de linguagens para o entretenimento, como filmes, vídeos e textos, a concorrência pelo entretenimento se tornou mais acirrada. Com isso, o jornal se configura em função desses outros usos e tende a continuar. Desse modo, o jornal tenta ocupar um lugar que se apropria dessas linguagens para poder se manter como um espaço de entretenimento também.

Assim, neste trabalho, mostraremos essa relação do discurso jornalístico com a Netflix, em que adentra na questão do filme, da TV, do seriado, porém em plataformas via *streaming*.

3.2 Considerações sobre o discurso do medo

Nosso trabalho visa a relação interdiscursiva entre o discurso jornalístico e o discurso do medo, no *espaço discursivo*, mostrando que os dois têm uma relação estreita em função de se aproximar do discurso do entretenimento, por isso torna-se relevante tecer algumas considerações sobre a definição de *medo*.

Quando pensamos na palavra *medo* e perguntamos para algum sujeito sobre quais são os medos dele, provavelmente, ele responderá citando alguns que são comuns de ouvirmos, como, por exemplo: medo do escuro, medo de lugares altos, medo de bichos venenosos ou medo de lugares perigosos. A questão aqui a ser pautada é: “o que são esses medos?”, “de onde eles vêm?”, e a partir disso, mostrar que, na verdade, os nossos medos têm um ponto em comum.

Para falar sobre o *medo*, Bauman (2008) nos faz refletir em seu livro sobre o que tememos e como esse sentimento implica as nossas vidas. O *medo* é um sentimento natural de todo ser vivo, até mesmo dos animais, e, ao nos depararmos com ameaças, estamos destinados a agir de duas formas: fuga ou agressão. Porém, nossos medos deixaram de se manifestarem por questões diretas e físicas e passaram a ser relacionados às inseguranças. Assim, podemos apontar que o medo está ligado à incerteza. Portanto, Bauman (2008, p.8) afirma:

O medo é mais assustador quando difuso, disperso, indistinto, desvinculado, desancorado, flutuante, sem endereço nem motivo claros; quando nos assombra sem que haja uma explicação visível, quando a ameaça que devemos temer pode ser vislumbrada em toda parte, mas em lugar algum se pode vê-la. “Medo” é o nome que damos a nossa incerteza: nossa ignorância da ameaça e do que deve ser feito - do que pode e do que não pode - para fazê-la parar ou enfrentá-la, se cessá-la estiver além do nosso alcance.

Bauman (2008) divide a noção de medo em duas vertentes: o *medo primário* e o *medo secundário*. O *medo primário* é o medo que temos da morte, algo que não prevemos e nem podemos nos preparar, um medo que está interiorizado, de modo que, podemos, aqui, refletir sobre a dificuldade que existe na sociedade de lidar com a morte, o que, por consequência, faz com que os sujeitos façam de tudo para evitá-la ou banalizá-la.

Podemos observar que alguns sujeitos usam como estratégia para lidar com a morte, é considerar a vida não como algo finito, literalmente, mas, muitas vezes, como uma passagem

para um lugar melhor, uma continuidade da vida, ou, dependendo da religião, acreditar na existência da reencarnação. Dessa forma, observamos que a alma é “imortal” para muitos sujeitos na sociedade. Outro exemplo é de quando os sujeitos que tiveram uma boa índole durante a vida são consideradas como aqueles que “nunca morrem”, já que deixam legados e ensinamentos importantes. Além disso, de acordo com Bauman (2008), há uma banalização da morte, de forma que o mercado consumista busca passar uma imagem de que a morte pode ser evitada ou adiada. Tudo isso, como estratégias para vislumbrar o medo *primário da sociedade*.

Já o *medo secundário* diz respeito ao que se deriva do *medo primário*, o qual está ligado à insegurança e à vulnerabilidade, que é sobre não saber o que pode acontecer, não poder se preparar para o que está por vir, e sobre as poucas e/ou nenhuma chances de fugir e se defender. O *medo secundário* acontece mesmo que não pensamos no *medo primário*, que ao estar interiorizado em nós, estará sempre ligado e desenvolvendo outros medos, que são os *medos derivados*. Um exemplo disso é o *medo do perigo*, algumas vezes nem passamos pelo perigo, alguns sujeitos evitam até mesmo sair de suas casas, pegar estrada com o carro, passar pela favela, porque tais ações lhes parecem perigosas. Mas, isso suscita a seguinte questão “por que esse medo sem nunca ter passado pela experiência?”. Isso retoma ao primeiro medo, o primário, o medo da morte, que está interiorizado em nós, e que desenvolve outros medos, os quais interferem no nosso modo de agir, de querer, e de ser como sujeitos no mundo. Assim sendo, Bauman (2009, p. 9) faz a seguinte afirmação:

Uma pessoa que tenha interiorizado uma visão de mundo que inclua a insegurança e a vulnerabilidade recorrerá rotineiramente, mesmo na ausência de ameaça genuína, às reações adequadas a um encontro imediato com o perigo; “o medo derivado” adquire a capacidade de autopropulsão.

Ainda sobre o *medo derivado*, Bauman (2008) aponta que existem três tipos: (i) o medo de não conseguir garantir o futuro, que está relacionado à segurança do sustento e sobrevivência; (ii) o medo de não conseguir se fixar na estrutura social, o qual diz respeito a posição do sujeito no mundo, na hierarquia social; e (iii) o medo em torno da integridade física.

O medo de não conseguir garantir o futuro contempla diversos medos, o medo de não conseguir um emprego, de não conseguir sobreviver por falta de dinheiro, de não ter uma profissão e um salário garantido, entre outros, o que desencadeia a busca por uma sensação de segurança. Assim o sujeito, por exemplo, busca um emprego de carteira assinada, um contrato, uma dedicação aos estudos para ter uma profissão, que leva ao consumo de apostilas, de

cursinhos estudantis, cursos técnicos, entre outras coisas que trazem o aconchego da sensação de segurança para os sujeitos.

O medo em relação à integridade física, tanto se refere à pessoa física quanto aos pertences do sujeito, sendo: o medo de ser roubado, de ser agredido, violentado de várias formas, de perder os bens conseguidos, o que leva os sujeitos ao mesmo ponto em comum de todos os medos: procurar segurança. Os sujeitos buscam essa segurança no mercado consumista que está sempre prometendo isso, através de vários tipos de planos de seguros, como por exemplo, seguros de carro, seguros de vidas, seguros de pertences, além de casas em bairros considerados “menos perigosos”, com muros altos e com vários dispositivos de segurança, shopping centers com lojas seguras, carros blindados, etc.

Já o medo de não se fixar na estrutura social pode se associar ao medo da exclusão social, de não ser aceito pelos sujeitos, ou por grupos de classes sociais. Um exemplo que Bauman (2008) apresenta são os *reality shows*, no qual os participantes estão sempre se esforçando, buscando táticas para se manterem no programa, para serem aceitos tanto pelo público, quanto pelos participantes, mesmo que a sociedade financia seus posicionamentos como um todo, tais sujeitos ainda possuem o medo da exclusão. Além disso, de acordo com os estudos de Ferreira (2012, p.14):

“O discurso amedrontador, que sempre encontra espaço no cotidiano, pode surgir como produto de ato retórico constituído a partir da concepção de medo como um fenômeno que atua, sobretudo, no fluir do próprio tempo (o medo sempre se projeta para o futuro).”

Dessa forma, podemos observar o modo como o medo nos leva ao consumo, como uma forma de escape, de proteção, de garantia do futuro, e o mercado consumidor tem esse consentimento de que pode passar esse conforto para a sociedade de que o sujeito “não precisa ter medo”. Porém, é esse mercado (a mídia, os noticiários, as propagandas) que utilizam do viés discursivo para alimentar esse sentimento de medo, como destaca Ferreira:

É a eficácia do discurso que ocupa um espaço antes impensado, capaz de dominar os fios tênues da razão, abalar a confiança para, como efeito patêmico, fazer aflorar o medo em seres mais suscetíveis à opinião alheia. (2012, p.12).

Feita estas as considerações, é importante lembrar que o medo nunca é associado ao presente, mas que sempre se projeta para o futuro, e a necessidade que sentimos de precaver às incertezas do futuro é o que nos leva ao consumo. Dessa forma, o mercado capitalista tem como

interesse despertar sentimentos no público-alvo, e um desses sentimentos, que é tido como estratégia de venda, e é a proposta de análise deste trabalho, o medo. Sendo assim, é comum conter nos meios midiáticos discursos e mecanismos linguísticos convincentes que manipulam os corpos, mentes e sentimentos nossos enquanto sujeitos, levando-nos ao consumo.

4. CENAS DE ENUNCIÇÃO: A CONSTRUÇÃO DE SENTIDOS ENTRE SUJEITOS

Para compreender a relação entre o discurso do medo e o discurso jornalístico e a interface do discurso do entretenimento, vamos buscar elementos nas cenas de enunciação para analisar como que isso emerge. Para isso, usaremos os estudos de Maingueneau (2013) e Cano (2012) para entender melhor as situações de enunciação dos discursos que contribuem para a construção dos sentidos. Assim, será discutida a teoria da cena de enunciação e suas subcategorias. A cena de enunciação trata das situações de enunciação em que os discursos se situam. Cano (2012, p. 61) afirma que:

[...] a cena de enunciação é vista do seu interior, por meio de um dispositivo que une o texto a essa situação, que é o gênero do discurso. Localiza-se nesse dispositivo, os traços que o analista do discurso vai levantar, a fim de explicar os efeitos dos sentidos possíveis que emergem da cena.

Assim sendo, a cena de enunciação é tripartida, em: *cena englobante*, *cena genérica* e *cenografia*. Segundo Cano (2012), a *cena englobante* não permite aos analistas analisarem o interdiscurso, já que esse é um campo muito disperso e faz-se necessário um recorte dentro do campo discursivo para ser analisado. A *cena englobante* é a primeira cena que nos deparamos no discurso. Dessa forma, o autor postula:

“[...] é uma porta de entrada para a cena de enunciação, pois ela tem a eficiência de colocar em termos bem gerais o papel dos gêneros e dos coenunciadores. Por meio dela, podemos ter a expectativa de encontrar papéis típicos que existem nessa cena, assim como gêneros típicos”. (CANO, 2012, p.63)

Os elementos que a *cena englobante* oferece não são suficientes para a AD, sendo necessário adentrar em outra discussão para ser levada à análise: a *cena genérica*. A cena genérica condiz aos gêneros dos discursos, socialmente legitimados, na qual está o enunciado para ser interpretado. Essa cena se revela por meio de um dispositivo de enunciação, esse dispositivo é o gênero do discurso. Segundo Maingueneau (2013, p.96), “é necessário que saibamos situar qual é o discurso que estamos observando, assim como suas características, as pessoas envolvidas, o público e, também, o enunciador e coenunciador do discurso”.

Ou seja, a partir da cena genérica, pressupomos que o analista saiba o papel do gênero discursivo que está sendo analisado, as características desse gênero, e também, o papel do enunciador e coenunciador dentro dessa cena, visto que todo gênero possui uma cena genérica própria.

No entanto, é na cenografia que os coenunciadores interagem de fato e ela vai se legitimando na medida em que a cena vai acontecendo. “Cada cena genérica possibilita a construção de uma cenografia que é aquela ligada ao acontecimento de fato e que revela os posicionamentos que os enunciadores assumem e os sentidos que circulam na interação” (CANO, 2012, p.68).

Mainueneau (2013, p.97-98) ressalta que “o discurso busca convencer a partir da cenografia e a fala vai sendo legitimada progressivamente”. Desse modo, observamos que de acordo com a institucionalidade da cena de enunciação, que engloba seus enunciadores, a fala passa por um processo no espaço social até se tornar validada.

Assim sendo, podemos analisar neste trabalho que a cena englobante é o discurso jornalístico, a cena genérica é a primeira página do jornal, o qual pressupõe as principais notícias do dia, em que o enunciador é o jornalista, e o coenunciador é determinado sujeito leitor, que lê o jornal para se informar. No entanto, a cenografia é o acontecimento, o momento que o discurso é proferido, a qual, neste trabalho, se aproxima mais de uma história fictícia e de entretenimento, pois, as emoções dos leitores são exploradas, bem como, o discurso do medo, o qual perpassa os outros discursos.

5. METODOLOGIA DE ANÁLISE

O processo metodológico deste trabalho consistiu em fazermos levantamentos sobre as questões teóricas, as quais nos permitiram construir um embasamento para a constituição de um *corpus* que direcionou as discussões propostas. Para proceder essa pesquisa, optamos por um recorte no *campo discursivo* jornalístico, e escolhemos analisar a relação interdiscursiva do discurso jornalístico com o discurso do medo e a interface do discurso do entretenimento. Assim, utilizamos das contribuições da Análise do Discurso para entender como o discurso do medo atravessa esses discursos e se interfere nos efeitos de sentidos.

Para isso, escolhemos como *corpus* os veículos de informação de grande inserção na sociedade, que possuem uma dimensão de alcance significativa, que são os jornais: *Folha de S. Paulo*, *O Estado de S. Paulo*, *O Globo*, *Estado de Minas*, *O Dia* e a plataforma da internet Netflix, com o objetivo de comparar e explicitar a assimilação entre o discurso jornalístico e o discurso do entretenimento, e analisar como o discurso do medo se constitui e/ou se materializa em ambos discursos.

Para constituirmos o *corpus*, acompanhamos as primeiras páginas dos jornais durante a semana do dia 8 de abril de 2019 ao dia 12 de abril de 2019, e, a cada dia, selecionamos a capa de um jornal diferente dentre os cinco citados anteriormente. Vale salientar que o foco de análise não são as notícias em si, mas sim o primeiro contato do leitor com as páginas iniciais dos jornais.

A Netflix é uma plataforma internacional provedora de filmes e séries via *streaming*, que possui mais de 100 milhões de assinantes, e tem sido cada vez mais utilizada em vários países como forma de entretenimento. No que diz respeito à escolha dos enunciados na Netflix para compor o *corpus* deste trabalho, realizamos um acompanhamento de apresentações na página do site da Netflix, que possui cartazes de vários filmes e séries como propaganda. Desse montante, para uma análise mais detalhada, selecionamos dois cartazes, de um filme e uma série, que são indicados pela própria plataforma aos sujeitos, antes da efetivação do cadastro.

A seleção das imagens, tanto do filme, quanto da série foram feitas sem o cadastro na plataforma, por considerarmos a existência de algoritmos, que fazem com que a Netflix indique aos seus telespectadores o que assistir, baseando-se nas pesquisas e séries e filmes assistidos em outros momentos pelos assinantes. Assim, por se tratar de uma pesquisa de cunho acadêmico, optamos por essa forma impessoal, e a partir dessa observação dos anúncios na página da plataforma, entramos em uma conta pessoal, com objetivo de capturar fotograficamente a página (*print screen*) das sinopses selecionadas para a análise.

A pesquisa segue as aspirações feitas anteriormente. Serão analisados os títulos retirados da Netflix e as cinco respectivas capas de jornais, para observarmos a aproximação e semelhança das características do jornal atual com o entretenimento. Para isso, a pesquisa está sendo baseada nos estudos de Maingueneau (2008) sobre cena de enunciação, em específico a cenografia, para analisar o discurso jornalístico e o discurso do medo em interface do entretenimento.

6. ANÁLISES DOS DISCURSOS: DO MEDO, DO JORNAL E DO ENTRETENIMENTO

Ao analisar o discurso no viés jornalístico, entendemos que a *cena englobante* é uma cena que coloca o sujeito em um lugar que busca se informar, a partir do interesse público, ou melhor, a partir daquilo que é considerado relevante para a sociedade, para os sujeitos se manterem atualizadas, com temas ligados à política, à segurança, à economia, à artes, entre outras, sendo comum esperar da primeira página do jornal as principais notícias do dia.

A manchete suscita no sujeito leitor uma curiosidade que o envolve de tal modo, o que leva ao desejo de querer saber das notícias do dia, a fim de se informar sobre que está acontecendo, pois umas das coisas que lhe prende a atenção é a foto estampada no jornal. Assim, a cena genérica do gênero do discurso jornalístico, com todas as suas configurações, pressupõe uma notícia, tendo como enunciador o jornalista que redigiu tal texto, e o coenunciador, sendo o sujeito leitor, que efetua leitura a fim de se informar.

Entretanto, quando olhamos atentamente para o jornal, percebemos que ele está organizado de uma forma, que não visa apenas a transmissão de informação (daquilo que é urgente), mas ele se organiza de modo que faz com que os seu público de leitores adentrem a partir de uma cena dada, e os insere num lugar que explora mais as suas emoções e sensações, do que, efetivamente, transfere uma informação.

Essa cena é denominada de cenografia, que desloca a cena genérica para segundo plano e se coloca em primeiro plano, levando o sujeito para uma cenografia que possui um apelo emocional, como veremos nos destaques (em vermelho) das capas selecionadas.

6.1 Análise das capas dos jornais

Recorte 1: Capa da Folha de São Paulo – “Esperança piora” (08/04/19)

FOLHA DE S.PAULO

DESDE 1921 ★★ ★ UM JORNAL A SERVIÇO DO BRASIL

ANO 99 * Nº 32.877

SEGUNDA-FEIRA, 8 DE ABRIL DE 2019

EDIÇÃO NACIONAL * CONCLUÍDA ÀS 21H16 * R\$ 5,00



Esperança na economia do Brasil piora depois da posse

Otimismo da população em relação à situação do país e ao próprio bolso recua, mostra Datafolha

Depois de atingir níveis recordes às vésperas da posse de Jair Bolsonaro (PSL), a porcentagem de brasileiros que acreditam na melhora da situação econômica nos próximos meses caiu de 65%, em dezembro, para 50%, mostra o Datafolha.

A parcela dos que esperam piora foi de 9% para 18%. O otimismo do brasileiro também caiu em relação a sua própria situação econômica. Os que confiam em melhora foram de 67% para 59%, e os que creem em piora subiram de 6% para 11%.

Acreditam em mais desemprego 47% dos entrevistados —antes, eram 29%. O humor mudou também em relação ao comportamento da inflação: a confiança na queda do índice recuou de 35% para 22%. Já os que esperam alta passaram de 27% para 45%.

A pesquisa mostra, porém, melhora de imagem: 72% têm mais orgulho que vergonha de ser brasileiro, parcela que cresce desde os 50% registrados em junho de 2017, após divulgação de conversa entre o presidente Temer e o empresário Joesley.

Dois terços dizem que o Brasil é um lugar bom ou ótimo para viver, contra 55% em dezembro. Mercado A16

Bolsonaro exhibe gráfico de pesquisa dos cem dias e ironiza comparação com Dilma e Lula Poder A6



CONFUSÃO ENTRE APOIADORES E CRÍTICOS DE LULA MARÇA ATOS EM SP

Mulher é cercada e agredida por homens contrários a Lula; avenida Paulista foi palco de ato em defesa do ex-presidente, cuja prisão completou um ano, e de manifestação para apoiar a Operação Lava Jato e a condenação do petista Poder A10

Militar em cargo de governo tem apoio de 60% no país

Pesquisa Datafolha aponta que 60% dos entrevistados consideraram positiva para o país a atuação de militares em cargos no governo Jair Bolsonaro, ante 36% que julgam o fato negativo.

Além do presidente e do vice, Hamilton Mourão, integrantes das Forças Armadas chefiam 6 dos 22 ministérios. Poder A8

Presidente não cumpriu até agora maioria das metas

O Palácio do Planalto estabeleceu 35 objetivos para os primeiros cem dias. Segundo levantamento feito pela Folha, 20% das metas não têm previsão de serem alcançadas. No restante, 34% já foram realizadas e anunciadas, e 46% estão em fase final e têm chance de serem cumpridas até quarta-feira (10). Poder A4

Tabata Amaral: Estou além da polarização entre esquerda e direita

Tentam me rotular, e dizer que sou progressista nunca é suficiente. Minha visão é humanista, mas pragmática, e tenho compromisso com educação de qualidade. Não importa se a pauta é de "direita" ou "esquerda". Poder A11

ENTREVISTA DA 2ª Fernando Holiday

Ver o professor como inimigo foi um grande erro. O Escola sem Partido ficou estigmatizado por tratar o professor como inimigo, na autocrítica do vereador Fernando Holiday (DEM). "Muitos se deve à comunicação equivocada pela direção da escola. Eu sou da direita e membro do Movimento Brasil Livre. A16

Shows de artistas coadjuvantes levam a melhor no Lollapalooza C1

Anitta se entrega à cartilha latina e quebra recordes com novo álbum visual C4

Folhainvest A17
Tesouro reduz taxa de compra e venda de título que rende Selic

MPME A22
O que acontece quando o sucesso do negócio depende de uma receita secreta

ATMOSFERA B2

São Paulo hoje

23° / 17°

Hoje Amanhã

Cidade	Hoje	Amanhã
Rio	21 33	22 28
Brasília	18 28	17 28
Ribeirão	21 26	20 28

Fonte: www.ilmatempo.com.br

AUDIÊNCIA/MÊS
PÁGINAS VISTAS 254.809.691
VISITANTES ÚNICOS 32.903.666



O goleiro Volpi, do São Paulo, celebra defesa do último pênalti

Nos pênaltis, São Paulo vence o Palmeiras e vai para a final do Paulista

Saúde B5
França proíbe tipo de implante de silicone que é associado a câncer

Fraude leva a mudança em cadastro de usuário de celular

Para evitar a habilitação de celulares em nomes de terceiros, operadoras que atuam no país serão obrigadas pela Anatel a mudar o sistema de cadastro de usuários. Hoje, é possível registrar um pré-pago no nome de qualquer um, basta ter seu CPF. Inocentes que têm dados usados por bandidos sofrem até prisão. Cotidiano B1

Após ONU pedir trégua, milícia ataca capital líbia

Milícias ligadas ao general Khalifa Haftar continuam avançando em direção a Trípoli, capital da Líbia, e realizaram ontem seu primeiro bombardeio contra a cidade, apesar do apelo da ONU para que os combates sejam interrompidos. Ao menos 21 pessoas foram mortas. Mundo A12

EDITORIAIS A2

Prestígio militar
Sobre endosso a ministros da caserna, no Datafolha.

Mortes demais
Acerca de ação policial que matou 11 em Guararema.

CAOA HYUNDAI

INSUPERÁVEL EM SATISFAÇÃO DO CLIENTE.

VEJA NA PÁGINA 5.

ISSN 1648-5725
9 771414 572025

Nessa reportagem, percebemos que, embora a cena genérica do discurso jornalístico seja de um jornal com um jornalista que passa uma informação para o leitor, os termos utilizados na manchete, como por exemplo, “esperança” e “piora”, com uma estratégia de contraste, que Frias Filho (1984) considera como características jornalísticas, podem ativar, ou melhor, despertar no leitor a sensação de uma situação pior do que realmente está acontecendo.

O jornal não apenas informa de forma detalhada os acontecimentos do dia, mas ele nos insere em uma cena de um pessimismo, de que a situação do país tende a piorar e que não há mais esperanças sobre a economia, que o país não possui e nem terá dinheiro. Essa cenografia deixa de ser de uma informação, e se aproxima às cenas cotidianas, como uma conversa informal do dia-a-dia, e desperta no leitor um desejo e/ou uma curiosidade de buscar mais informações sobre o assunto.

Por decorrência, isso faz com que o medo venha à tona no discurso de modo intenso. Como bem apontou por Bauman (2008), que um dos medos do sujeito está em relação à economia, ao sustento e a sobrevivência; e a manchete explora esse sentimento no leitor pelo viés do discurso.

Ao buscar mais informações nos elementos da capa, o discurso do medo toma uma maior proporção, pois, são exploradas outras formas de medos, como por exemplo, medo da instabilidade política e da integridade física. Isso pode ser observado na imagem exposta na reportagem, na qual, uma mulher está sendo imobilizada e atacada por três homens. Há a ocorrência do discurso do medo, com relação às outras personagens na cena, como o policial e o público em volta olhando, e ninguém reage ao acontecimento, que de certo modo, evoca uma sensação de confusão, violência, que complementa a ideia do medo.

Recorte 2: Capa do Estado de São Paulo – “Conflito e violência”

O ESTADO DE S. PAULO

FUNDADO EM 1872 JULHO MESQUITA (1864-1947) EDIÇÃO DE 0M30 **estadao.com.br**

Terça-feira 9 DE ABRIL DE 2019 R\$ 5,00 ANO 140 Nº 45829



Fuzilamento. Carro de Evaldo Rosa dos Santos, atingido por mais de 80 tiros no Rio

Exército prende 10 militares por morte de civil no Rio

Dez militares do Exército foram presos ontem em flagrante pelo envolvimento no fuzilamento de um carro domingo na zona norte do Rio. O músico Evaldo Rosa dos Santos, de 46 anos, morreu ao ser atingido por três tiros nas costas quando o carro que dirigia foi alvo de por mais de 80 disparos pelos militares. Ele levava a família para um chá de bebê. O sogro dele, Sérgio Araújo, de 59 anos, e um morador local também foram feridos. O caso será investigado na Justiça Militar. METRÓPOLE / PÁG. A13

'Não ia imaginar que iam atirar em nós'

• "Eu vi os militares, mas não ia imaginar que iam atirar em nós. Eu perdi o meu marido e o meu melhor amigo", disse ontem Luciana Nogueira, que estava no carro. PÁG. A13

Bolsonaro demite Vélez e põe economista no MEC

Abraham Weintraub diz que fará gestão técnica, mas não se descolará da 'ideologia clara' do presidente

O presidente Jair Bolsonaro anunciou ontem o número dois da Casa Civil, Abraham Weintraub, para ser o ministro da Educação em substituição a Ricardo Vélez Rodríguez, demitido depois de uma crise na pasta. Próximo ao ministro Onyx Lorenzoni, Weintraub é economista e trabalhou no mercado

financeiro, mas não tem experiência em políticas educacionais. Em entrevista ao Estado, Weintraub disse que fará uma gestão técnica, mas não se descolará das convicções do presidente Bolsonaro que, para ele, tem uma "ideologia clara". "Minha missão é cumprir o que foi escrito no programa

de governo de forma serena, tranquila e eficiente, de forma a gerar bem-estar ao cidadão", afirmou. Por Weintraub ser um admirador do escritor Olavo de Carvalho e defender o combate ao "marxismo cultural" nas universidades, os especialistas temem Vés ideológico na pasta. POLÍTICA / PÁG. A4

• Ameaça de demissões
O presidente Jair Bolsonaro disse ontem que outros ministros podem ser demitidos em "caso de problemas". A declaração foi feita após a demissão de Ricardo Vélez Rodríguez do Ministério da Educação, "por questão de gestão". PÁG. A4

INSS paga acima do teto a 5.239 beneficiários

O INSS paga por mês a 5.239 brasileiros benefício maior que o teto de R\$ 5.839,45, uma fatura que pode chegar a R\$ 639,2 milhões por ano, indica levantamento feito a pedido do Estado/Broadcast. Entre esses pessoas, estão anistiados políticos, com benefícios superiores a R\$ 50 mil, ex-combatentes da 2ª Guerra, ex-aeronautas, mas também aposentados que teriam de atender ao limite do regime. ECONOMIA / PÁG. B1

Núcleo da Alesp fez 1 audiência em 4 anos

Núcleo para avaliar desempenho do governo, com 32 funcionários e salário médio de R\$ 17 mil, foi criado em 2015 e fez apenas uma audiência. Entre seus membros, nomeados pela Mesa Diretora da Assembleia, está uma estudante de 20 anos em ex-jogador de handebol. POLÍTICA / PÁG. A10

'Estadao' vai checar dados no Facebook

O Estado Verifica passa a integrar o programa de verificação de fatos do Facebook no Brasil. Os checadores analisarão conteúdo que for denunciado como suspeito pelos usuários da rede social. As publicações marcadas como falsas terão menor exposição. POLÍTICA / PÁG. A10



Corinthians vai à final. Timão bateu o Santos nos pênaltis no Pacembu e fará a final do Paulista contra o São Paulo. ESPORTES / PÁG. A16

Ajuda a Estados prevê abertura do setor do gás

O plano de socorro do governo federal a Estados terá como contrapartida para acesso a ajuda financeira a abertura do mercado de distribuição de gás. A medida faz parte da estratégia que o ministro Paulo Guedes, da Economia, chama de "choque de energia barata". ECONOMIA / PÁG. B5

Eliane Cantanhêde
Assim como Ricardo Vélez, há uma fila de embaixadores esperando o "bilhete azul" que não vem. POLÍTICA / PÁG. A8

Ana Carla Abrão
São nossos jovens os que farão a diferença, convencidos de que querem viver em um outro Brasil. ECONOMIA / PÁG. B5

NOTAS & INFORMAÇÕES

Clima favorável à reforma

Crescimento na Câmara do apoio à reforma da Previdência é uma ótima notícia em meio à incerteza gerada pela desarticulação política do governo. PÁG. A3

A lição dos 100 dias
A queda da popularidade do presidente mostra que a população não quer desculpas, mas resultados. PÁG. A3

Tempo em SP 30° Máx. 22° Mín.

Safrapay

A única máquina que você não compra nem paga aluguel e ainda tem 100 dias de taxa zero.

Máquina grátis: sem custo e sem aluguel.
100 dias com taxa zero nas suas vendas.
Após esse período: a menor taxa do mercado.

Quem compra escolhe o SafraPay. Pague lá e sua máquina grátis em safrapay.com.br

Safra

Mudança de estatuto aumenta crise na Apex

POLÍTICA / PÁG. A4

Premiê de Israel busca hoje o quinto mandato

INTERNACIONAL / PÁG. A11



Caderno2 Reis da comédia De Pernas pro Ar 3 estreia com Ingrid Guimarães. PÁG. C1

Revista de notícias e entretenimento. FSC® C113256

Embora permaneça a mesma cena genérica, podemos perceber uma cenografia diferente nessa capa. Quando atentamos aos detalhes da capa do jornal, podemos perceber que ele nos remete a uma cenografia diferente da esperada pelo jornal enquanto gênero na sua primeira página. A cena genérica é colocada em segundo plano e somos levados para um primeiro plano, uma cena de violência típica de um bairro considerado violento.

A cenografia, aqui, se aproxima a uma cena de guerra, de conflito e violência. O ângulo da foto, as cores, o modo que os sujeitos estão posicionados, instaura uma cenografia que faz com que o leitor almeje efetuar uma busca por essa informação com afinco. A partir dessa cenografia percebemos que o texto jornalístico, ou melhor, o modo da enunciação, evoca um tom literário, como se fosse contar uma história e o leitor quisesse saber mais sobre o que aconteceu nessa história.

O medo se constitui no discurso jornalístico, na manchete, e nas imagens, pois ele perpassa os temas que exploram a questão da morte, uma vez que, segundo Bauman (2008) a morte é o nosso medo primário. Deste modo, percebemos então, novamente, o medo em relação à economia e o medo em relação à segurança, pois a imagem denuncia um conflito.

Na fotografia, podemos observar um prédio desgastado, que passa uma ideia de um lugar decadente, o que na memória coletiva remonta à estrutura de uma prisão, os sujeitos que saem para assistir à confusão, os militares fardados, o homem sem camisa, a faixa de impedimento da segurança pública, o carro todo aberto. Isso suscita a sensação de conflito e de tensão.

Além disso, o título no lado esquerdo “Exército prende 10 militares por morte de civil no Rio” parece se referir ao acontecimento da imagem, o exagero ao relatar os 80 tiros, o que, também, remete à ideia de que, além de termos medo dos bandidos, dos sujeitos em volta, de lugares perigosos, temos que ter medo da polícia e do exército também.

Isso faz com que o medo seja comum, e, ao retomarmos aos outros elementos da capa, o medo continua inserido em relação aos problemas com falta da educação, segurança, economia, entre outros.

Recorte 3: “Capa do O Globo – Destruição e dor” (10/04/2019)

Paz no MEC: Ministro toma posse e promete afastar quem não estiver alinhado à cúpula PÁGINA 39

Motorista: Governo quer dobrar limite de pontos para suspensão de carteira PÁGINAS

O GLOBO



Início Marinho (1876-1925) — (1904-2003) Roberto Marinho

RIO DE JANEIRO, QUARTA-FEIRA, 10 DE ABRIL DE 2019 ANO XLIV - Nº 31.292 - PREÇO DESTA EXEMPLARINO RJ - R\$ 5,00

DESTRUIÇÃO E DOR

TEMPORAL NO RIO
DEIXA 10 MORTOS, 6
DELES SOTERRADOS

CIDADE TEM VIAS
INTERDITADAS E
RUAS DEVASTADAS

PREFEITURA NÃO
INVESTIU, ESTE ANO,
EM PREVENÇÃO



Tragédia. Amigo da família de avó e neta que morreram soterradas em um táxi na Avenida Carlos Peixoto, atrás do shopping Rio Sul, desespera-se durante o resgate, que contou com a colaboração de voluntários. O motorista também faleceu

O temporal que castigou o Rio por mais de 24 horas deixou, até a noite de ontem, dez mortos e um rastro de destruição nas zonas Sul, Norte e Oeste. Bairros inteiros ficaram sob água, casas foram inundadas por verdadeiras cachoeiras, e ruas amanhorraram devastadas, com carros empilhados. Houve ainda vários deslizamentos de terra. Em Botafogo, uma pedra roçou sobre um táxi, matando o motorista, uma avó e sua neta de apenas 6 anos, que ficaram desaparecidos por mais de 12 horas. No Morro da Babilônia (Leme), duas irmãs e um homem morreram soterrados. A forte tempestade teve

efeitos ampliados por falhas em série da prefeitura, que demorou a acionar servidores, equipamentos e seu próprio protocolo de emergências. Também contribuiu decisivamente a falta de investimentos. Este ano, o município não desembolsou um único centavo em drenagem e contenção de encostas, e foram gastos só R\$ 208 mil com prevenção de enchentes. O prefeito Marcelo Crivella admitiu a resposta ineficaz da administração: “Infelizmente, não fomos prudentes”. Niterói também sofreu com alagamentos e desmoronamento de encostas. PÁGINAS 14 e 27



ARTIGO
WASHINGTON FAJARDO
Sem planejamento, perderemos o Rio
PÁGINA 25

ANÁLISE
BERENICE SEARA
Crivella, inépcia e impeachment
PÁGINA 27

EDITORIAL
COM PREFEITURA INERTE,
RIO FICA REFÉM DA CHUVA PÁGINA 2

SOB NOVA DIREÇÃO



DIAS DOS NOVOS GOVERNOS

Hoje, quando as novas gestões completam a marca de cem dias no poder, O GLOBO apresenta um diagnóstico detalhado do andamento das políticas públicas no governo de Jair Bolsonaro e em dez estados. Foram avaliadas áreas essenciais, que vão de saúde e segurança à economia e educação. **CADERNO ESPECIAL**

EM AGORA, BRASIL?

Diálogo pela Previdência

Em evento dos jornais O GLOBO e “Valor”, Paulo Guedes e Rodrigo Maia debatem a reforma que visa economizar R\$ 1 trilhão. PÁGINAS 33 e 36

Após parecer favorável, reforma deve ser votada na CCJ no dia 17

Em sessão tumultuada, relator da reforma da Previdência na CCJ, deputado Delegado Marcelo Freitas, dá aval para proposta ir ao colegiado. PÁGINA 32

TIGGO 7 PREMIUM.
A TECNOLOGIA DO CONFORTO,
DO REQUINTE E DA SOFISTICAÇÃO.

5 ANOS GARANTIA **0800-772.4379**
www.chevrolet.com.br

VEJA NA PÁGINA 7. **CADA CHEVY**
MERCADO, TECNOLOGIA E PRAZER

Na terceira capa selecionada para a análise, do jornal O Globo, percebemos uma cenografia que se aproxima a um gênero ficcional, que se assemelha a uma narrativa de terror, de medo. Diferentemente da cena genérica do discurso jornalístico, que visa informar o leitor, podemos perceber na manchete analisada que o modo como o discurso é propagado faz com que desloque o sujeito a vivenciar as sensações de apelo emocional, sendo o medo.

Nessa capa, a própria manchete “Destruição e dor” já inicia essa sensação do medo, já que é uma sentença com um peso forte que remete ao sofrimento, às mortes, à tristeza, e que vai sendo alimentado a cada vez que buscamos mais informação no jornal que explique esse acontecimento.

Aqui, podemos perceber que trata-se de um acontecimento, no qual é passado uma impressão de ser devido às causas naturais, que o ser humano não pode prever e se prevenir, pois, tal prevenção, está fora de seu alcance. Entretanto, percebemos que o jornal tende a criar textos que fomentam a hipóteses, nas quais os motivos estão relacionados às causas naturais e não às políticas públicas, o que deixa o sujeito com medo das coisas que acontecem no mundo, como se ele fosse uma vítima, e que no momento que ele sair de casa, estaria correndo perigo.

E, ao mesmo tempo, há uma manipulação dos fatores que acontecem na realidade, pois, uma vez que o sujeito é interpelado por esse medo, isso o impede de enxergar os verdadeiros culpados pela situação. Como fomenta Ferreira (2012), o medo é sempre projetado para o futuro, pois está ligado às coisas que não podemos precaver e se preparar, às incertezas, e a capa do jornal explora isso.

O jornal possui vários elementos relacionados a esses medos, como a *impossibilidade de prevenção*, o *sofrimento* e a *morte*. As frases escolhidas para compor a notícia exaltam esse sofrimento, assim como a imagem dos sujeitos desesperados procurando os corpos das vítimas na chuva, soterrados, perdendo bens materiais e as próprias vidas. O tamanho da imagem e o fato de ser apenas um acontecimento noticiado nesta primeira página. O exagero dos números de mortos e soterrados, as complicações causadas na cidade, é perceptível, o modo como o discurso do medo atravessa o discurso jornalístico.

Contudo, é válido ressaltar que é a notícia com maior destaque no jornal, o que passa a ideia de ser a mais relevante do dia. Ao se inteirar nessa cena genérica, pode causar no leitor uma sensação de que, ao mesmo tempo, possa parecer que estamos seguros, também podemos não estar, pois não sabemos o quê e quando pode acontecer, tanto em vida, quanto, além da

morte, pois a existência parece estar ligada ao sofrimento e à dor. Por isso, estamos sempre à procura de mais notícias que possam amenizar as incertezas e nos deixar mais seguros.

Recorte 4: Capa do O Dia – “Das conversas cotidianas à violência e morte” (11/04/2019)

O DIA

odia.com.br | SEXTA-FEIRA, 11/04/2019 | Nº 24.308 | R\$1,50 | 2ª EDIÇÃO

COM UM PÉ NAS OITAVAS
 Mengão atropela o San José por 6 a 1, no Maracanã, e precisa apenas de um empate na próxima rodada com a LDU, em Quito, para avançar na Libertadores

INSS: benefícios por incapacidade vão ser reduzidos
 Objetivo é usar pente-fino para cortar quase à metade valor pago a esse tipo de segurado. Com isso, governo economizaria R\$ 100 bilhões nos próximos 10 anos. ECONOMIA, P. 10

TIROS E MORTES EM NITERÓI E SÃO GONÇALO
 Um dos carros atingidos na perseguição da polícia abandonada, em Niterói
 Perseguição da polícia a criminosos foi de São Francisco ao bairro Vigosa Jardim. Dois deles foram mortos e uma jovem de 21 anos foi atingida por um tiro na cabeça e está em estado grave. Em São Gonçalo, Wimer Nascimento (foto) morreu após ser baleado quando seguia de carro para o chá de bebê do próprio filho. Perto de onde ele estava houve confronto entre traficantes e policiais. P. 4

Juntando esforços para se reerguer
 Em vários bairros do Rio, cariocas continuaram a lutar para tentar resolver os problemas causados pelo último temporal. Foi assim na Tijuquinha, onde um mutirão reuniu os entusiastas nas ruas. Marcelo Crivella acabou decretando estado de calamidade. P. 7

Condenação de Gentil...
 motiva discussão
 Humoristas revidam decisão. Especialistas concordam que houve crime, mas criticam pena de prisão. P. 3

ASTROS E ESTRELAS EM ITAGUAI
 Primeiro festival do S...
 Jono sake terá nomes como Anitta e Naiara Azevedo. Maratonistas de hoje a domingo.

Áudio revela que milícia se uniu a...
 de traficantes para tomar Praça Seca
 RIO DE JANEIRO, P. 4

Nesse recorte, percebemos que o medo está constituído nas três principais manchetes do jornal de formas diferentes. Ao mesmo tempo em que o jornal nos remete a uma cenografia de uma conversa cotidiana com um vizinho, por exemplo, que fala sobre os acontecimentos da cidade, como o motivo e o fato dos sujeitos se juntando para reerguer o que foi destruído, o que causou sofrimento. Ele também diz sobre os cortes do ocasionado pelo respectivo governo, remetendo a uma cenografia de ficção, literária, na qual o leitor deve reorganizar e/ou ajustar o seu próprio papel.

Percebemos na manchete uma cena de perseguição, morte e violência. As imagens contribuem para a formação do sentido nessa relação interdiscursiva da informação atravessada pelo discurso do medo. O carro baleado, o “exagero” na quantidade de tiros, a perseguição da polícia, que remete a uma ideia de que a polícia persegue e isso, de certo modo, transmite a sensação de que não estamos seguros, pois podemos ser mortos pelos próprios policiais.

Outra imagem que reforça essa sensação é a que demonstra os sujeitos tentando construir o que foi destruído; o rosto em destaque na fotografia que faz com que o leitor associe tal imagem à morte do homem que teve o carro baleado com 80 tiros, até mesmo as escolhas lexicais da manchete de forma impactante, reforçam e evidenciam o discurso do medo, assim, o leitor começa a buscar mais informações, e isso o entretém. Observamos também o apelo emocional do discurso do medo relacionado à economia, no impacto das palavras “redução” e “números altos”; como também o contraste das palavras “esforços e reerguer” remetem à ideia de destruição e sofrimento.

Dessa forma, observamos que há componentes na informação que fomentam diferentes medos, o medo em relação à economia, dos cortes governamentais, à segurança, à perda dos bens materiais e o medo da morte. Além disso, vale salientar que esses temas, que fazem apelo às emoções, que são considerados pelo jornal como os mais relevantes para ficarem na capa, são, justamente, os temas violentos e de medo, que retomam a ideia de uma cena genérica fictícia, pois na ficção vemos esses temas sendo explorados.

Recorte 5: Capa do Estado de Minas Gerais – “Da saúde à doença e morte” (12/04/2019)



Goleado, Galo fica quase fora

Em Assaí, o Atlético saiu na frente do Cerro Porteño, com Ricardo Oliveira. Mas completou mais tempo e levou o jogo para o 1-1. Já no primeiro tempo, o time paraguaiense (B) está nos ataques. Após o jogo, o técnico levou disse: "tudo pode acontecer". Porém, como sócio e enviado especial João Vitor Marques, para seguir no Libertadores, terá de vencer os dois últimos jogos e, mesmo assim, pode não se garantir. **FÁBIO N. 20**



Cruzeiro goleia e vai às oitavas

Em noite inspirada, atacante Fred (B) marcou os três gols no primeiro tempo e Dodi, no segundo, completou os 4-0 sobre o Huracán, da Argentina, no Mineirão. O resultado põe o Cruzeiro nos oitavas de final do Libertadores com duas rodadas de antecedência. Além disso, com quatro vitórias em quatro jogos, o Raposo segue firme na briga pelo melhor ranking da primeira fase, que garante vantagem em todos os demais. **FÁBIO N. 19**



EPIDEMIA DE DENGUE ASSUSTA MINEIROS

Minas tem mais de uma centena de municípios, inclusive a capital, com incidência alta ou muito alta de casos da doença. Secretaria de Estado de Saúde publicará decreto de emergência

A dengue avança e o quadro já é considerado epidêmico em 128 municípios, ou 15% do total do estado, entre os quais Belo Horizonte. Em 80 deles, a incidência da enfermidade é considerada muito alta, com o número de casos prováveis acima de 500 para cada 100 mil habitantes. Em outros 80, a incidência é "apenas" alta - mais de 300 casos por 100 mil moradores, caso da capital, cuja taxa é de 312,82. Em 2019, são 99.599 notificações em Minas, número que supera em 30% o total registrado nos dois últimos anos somados. Somente um morto, houve 47.752 registros. O número de mortes confirmadas pela doença já chega a 12. Outras 33 são investigadas.

128

CIDADES DO ESTADO ESTÃO COM INCIDÊNCIA DA DOENÇA, O QUE CONFIGURA QUADRO EPIDÊMICO

Por causa do aumento das notificações, a Secretaria de Estado de Saúde (SES/MG) vai publicar nos próximos dias decreto declarando situação de emergência para a dengue. A cidade com maior ocorrência proporcional de casos é Talus, na Zona da Mata, com índice de 2.649,51 pessoas contaminadas para cada 100 mil. Em BH, até a última sexta-feira, foram registrados 45,36 casos previstos, dos quais 2.368 foram confirmados e 7.138 seguem sob investigação. Outros 3.000 casos foram analisados e descartados. A Região do Barro Preto é a que tem o maior número de confirmações. São 543 moradores acometidos pela enfermidade esta ano. **FÁBIO N. 11**

EDUCAÇÃO
CORTE NA ESCOLA INTEGRAL PODE MINAR NA CONTRAMÃO
O anúncio de que as escolas estaduais em tempo integral terão de 1.640 para 500 - do total de 3.632 - contraria o Plano Nacional de Educação, que prevê o sistema em 50% das até 2024. **FÁBIO N. 14**

BRASIL EM FOCO
MARCELO DE MOURAS
"Tão cedo vez mais distante a possibilidade de o projeto de reforma da Previdência enviado pelo governo chegar à votação pretendida de R\$ 1,1 bilhão em uma década". **FÁBIO N. 6**



LUTO E MEDO EM MINAS

A CARA DO 'MONSTRO'

Grupos de astronomia internacional chamada Event Horizon Telescope (EHT), que reúne radiotelescópios em vários pontos do mundo, astrônomos, apresentaram ontem a primeira imagem de um buraco negro, misterioso corpo celeste chamado de "monstro cósmico". **FÁBIO N. 11**

ENFIM, MACACOS TERÁ ESCOLA

Começou a ser construída no local onde funcionava o antigo Instituto Kavay, na Baixa Jardim Amélia, a escola prevista para os crianças do distrito de Macaócos, em Nova Lima. São 714 alunos de 4 a 15 anos em aulas desde 1º de fevereiro, quando o único colégio foi interditado devido ao risco de rompimento da barragem da Vale. O IM Progresso e construção da escola (Acaem), que, segundo a administração, está sendo erguido com painéis estruturais termoisolantes e deve ficar pronta na início de maio. **FÁBIO N. 13**

● **Liberada a ponte na estrada que liga Brumadinho ao Córrego do Feijão.** **FÁBIO N. 13**

Nesse último recorte de jornal, apesar de o jornal apresentar, inicialmente, uma temática diferente, no caso, o esporte, o que se torna destaque do jornal para o leitor, ainda assim, o discurso do medo o atravessa. A manchete com a qual nos deparamos ao entrar em contato com o jornal é a respeito da dengue, o mosquito portador da doença que pode levar à morte.

O jornal não apenas passa a informação a respeito dessa doença, ele se estrutura de uma forma amedrontadora, evidenciando que as pessoas da região, cujo índice de casos é alto, estão assustadas, estão com medo, estão correndo perigo de morte, e isso nos leva, novamente, a uma cenografia de ficção. Pois o modo como a temática e a estrutura da informação no jornal são apresentadas na realidade muito se assemelha às temáticas da ficção, que são apresentadas nos filmes, nas séries, e nos contos de terror.

Além disso, as imagens trazidas pelo jornal remontam a ideia da morte, do terror, como podemos ver no título “A cara do monstro”, e na imagem que não é possível identificar do que se trata, ou seja, ela é enigmática, a imagem por si só deixa subentendido. Mas, ao mesmo tempo, deixa posto que é algo que não conhecemos, e logo, é uma ameaça. Para um leitor que não está familiarizado com o discurso científico, de antemão, ele se espanta com o título da imagem. As três manchetes desse recorte trazem palavras relacionadas ao *susto*, *medo*, *perigo* e *morte*. As notícias nessa capa não passam uma ideia da realidade em si, mas sim de uma ficção.

Podemos concluir, como aponta Frias Filho (1984), a partir desses recortes trazidos para a análise do trabalho, que o marketing do jornal está na curiosidade do leitor, que procura mais informações a cada dia para se manter atualizado. O jornal não apenas transmite informação, ele explora a curiosidade do leitor, afim que o sujeito busque mais informações, e que, o jornal seja mais vendido. Entretanto, ao buscar mais informações nessas mesmas capas, percebemos que o discurso do medo está instaurado em todas as manchetes, pois são temáticas de *morte*, *perigo*, *cortes em relação à educação e à economia*. Assim, notamos que o medo é um discurso que atravessa o discurso jornalístico, e também, como veremos, do entretenimento.

Dessa forma, concordamos com Gabler (1999) ao dizer que o jornal, ao precisar competir com a televisão e, atualmente, com a internet, precisou se reformular para se manter no mercado, com isso, muito se aproxima do entretenimento, mais do que o cunho jornalístico esperado pelo gênero. Podemos observar isso através dos temas das manchetes e dos apelos ao que se refere à emoção e à sensação do leitor enquanto sujeito coenunciador do discurso. Para

esboçar a semelhança aqui aspirada, serão expostos a seguir os títulos e sinopses retirados da Netflix.

6.2 Análises dos *prints screens* capturados na plataforma Netflix

Para dar sequência à análise do *corpus* da pesquisa, selecionamos alguns títulos que foram apresentados em forma de cartazes na página de anúncio da Netflix, exposto no recorte 6, para discutir a assimilação do entretenimento, suas temáticas, organização dos títulos, sinopses dos filmes e séries, com relação ao discurso jornalístico. Além disso, analisar como o discurso do medo permeia esses discursos.

O medo de diferentes formas



Recorte 6: Página inicial da Netflix

Nessa apresentação, foram expostos os seguintes títulos: *A Maldição da Residência Hil*; *Sierra Burgess é uma fracassada*; *O Plano Imperfeito*, *Tal pai, Tal filha*; *Bright*; *Felicidade por um Fio*. Essas são as traduções das produções filmicas pela qual o coenunciador estará exposto num primeiro momento ao acessar a página.

Apesar de todos os títulos apresentarem em suas constituições a presença do discurso do medo de divergentes formas. Como nas produções cinematográficas *Sierra Burgess é uma fracassada* e em *Felicidade por um fio* é notóri a presença do medo, proposto por Bauman (2008) de não ser aceita pela sociedade por causa da aparência, que apesar de ser representada por personagens fictícias, o expectador se insere nessa cena e compartilha desse medo. No

filme, *O Plano Imperfeito*, apesar de caracterizado como uma comédia romântica, é notório o medo dos personagens em perder o emprego, então, o medo ligado à economia, à sobrevivência. Em *Tal pai, tal filha*, o filme que mostra o medo do abandono, o sofrimento causado por esse abandono e o medo do futuro.

Ressaltamos que optamos por fazer análise com afincos dos títulos: *A maldição da residência Hill* e *Bright*, para verificar a semelhança entre o discurso jornalístico e o entretenimento, nos respectivos filmes e séries. Compreendemos que a cenografia ficcional do discurso jornalístico está em constante relação com o entretenimento na sociedade, *as dores, as tragédias, os medos*, acabam sendo os mesmos.

A primeira análise será do filme *A maldição da residência Hill*, que foi baseado em séries de mistérios, as quais falam sobre o medo relacionado às memórias do lar no local que a família vive.

O medo sobrenatural



Recorte 7: Página do site da Netflix

A série em si apresenta uma história de terror, de maldição, de medo do sobrenatural. O sujeito expectador se envolve nessa história e com todas as informações da sinopse: o título, a imagem escura, os sujeitos com semblante sério, ou seja, essa cenografia contribui para o despertar do discurso do medo, no qual ocorre o sentimento do medo, agonia e terror.

Apesar de ser uma cenografia fictícia, a série se assemelha às temáticas das notícias, que passam a impressão de que estamos em um conto de terror, que a situação tende a piorar, sem possibilidade de melhora, isso é visível também no recorte 1 “esperança piora” deste

trabalho. Assim também é quando observamos o subtítulo da respectiva série: “O medo continua em 2020”, ou seja, mais coisas ruins estão para acontecer, e nós enquanto sujeitos, não podemos prever os acontecimentos futuros, o mundo não irá melhorar, e por isso o discurso do medo fica mais evidenciado.

O ambiente da casa desperta no sujeito o sentimento do medo a respeito do que vai encontrar, podemos perceber isso também no recorte 5 “Da saúde, à doença e morte”, em que na capa, a frase “a cara do monstro” adquire destaque permeando um tom de susto (medo), já quando é retratado sobre o mosquito da dengue vincula na enunciação a noção de doença e morte, isso remete ao susto, ao medo, à ameaça das vidas dos sujeitos, assemelhando ao conto de terror do entretenimento.

Já o recorte 8, o filme *Bright* conta a história de um policial em guerra com personagens sobrenaturais.

Ficção, guerra e o medo da morte

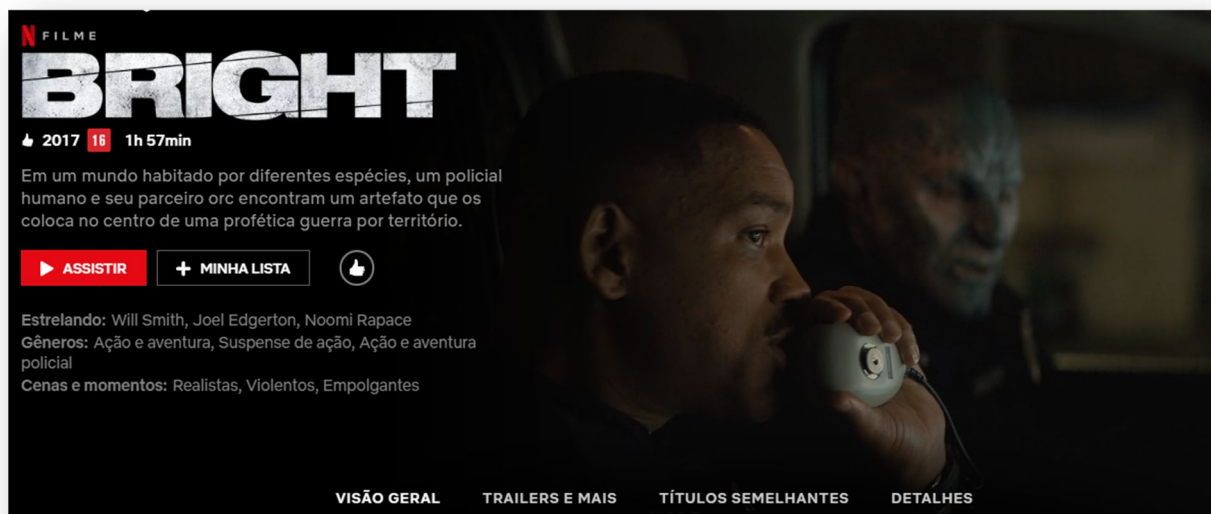


Figura 8: Página do site da Netflix

O respectivo filme conta a história de dois policiais, um humano, outro com os atributos humanos apenas, mas, sobrenatural, que guerreavam contra os personagens sobrenaturais.

No filme *Bright*, podemos perceber a relação do filme com as temáticas de violência presentes nos jornais, como na figura 2 “Conflito e violência” e na figura 4 “Das conversas cotidianas à violência e morte”, os quais exploram, de forma apelativa, inserindo imagens e manchetes impactantes, imagens fotográficas de violência envolvendo policiais e perseguição.

Aqui, podemos relacionar a ficção dos seres sobrenaturais que estão em guerra por território com o medo primário do ser humano da morte, já que os personagens estão em luta pela sobrevivência. Essa sinopse pressupõe que é um filme violento, com conflitos e destruição.

O cartaz do filme possui pouca iluminação, as expressões dos personagens passam a impressão de preocupação e de tensão ao se deparar com o cartaz, o espectador sabe que será um filme de conflitos, mortes, guerra, com elementos sobrenaturais, reafirmando ser uma ficção, uma vez que as cenas englobante e genérica evidenciam a ficção. A sinopse desse filme tem uma semelhança como recorte 4 “Das conversas cotidianas à violência e morte”, a qual diz respeito à perseguição policial, morte, tiros e violência, assim também como no recorte 5, “Da saúde à doença e morte”, que, pelo viés do discurso científico a respeito das pesquisas do *buraco negro*, o enuncia como algo monstruoso e/ou ficcional.

Apesar de os personagens se apresentarem como seres que não existem e de a sinopse possuir uma cenografia ficcional e literária, na qual o medo é muito explorado, podemos comparar com a realidade exposta nos jornais, em que a temática de violência é exibida com o objetivo de causar o sentimento de medo no sujeito leitor, e também, assemelha com as apresentações enunciativas dos filmes, enquanto mecanismo do entretenimento.

Segundo Gabler (1999), os indivíduos possuem uma tendência de projetar a vida real nos filmes, como uma forma de escape. Na ficção, o medo é representado como algo em que o sujeito está preparado para encará-lo. Nos filmes, muitas vezes, há uma representação da morte como algo que pode ser evitado, acredita-se na imortalidade, e isso traz conforto ao espectador. Por isso, os jornais se aproximam cada vez mais da ficção, do entretenimento, como estratégia de venda.

Dessa forma, ao procurar por diversão no entretenimento, como na Netflix, o sujeito continua se deparando com o discurso do medo, o que o torna um sujeito amedrontado, aprisionado, e, na maioria das vezes, consumista, pois ele tende a buscar formas e estratégias de evitar, adiar e se prevenir dos seus medos.

Por fim, durante a pesquisa percebemos, a princípio, que embora o discurso jornalístico e o discurso do entretenimento (Netflix) pareçam estar em universos diferentes, no qual, um está inscrito no universo da realidade, do cotidiano, e o outro está inscrito no universo da ficção, observamos uma retroalimentação de um para com o outro. Ou seja, é como se as temáticas da Netflix estivessem presentes no jornal, e as temáticas do jornal estivessem se transformando na

plataforma da Netflix. Posto isso, constatamos que tanto o jornal, quanto a Netflix podem ser colocados num mesmo patamar, com relação ao processo de manipulação e a dimensão exagerada, utilizando o discurso do medo, os quais exploram mais a emoção do sujeito enquanto coenunciador, do que a razão.

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho buscou uma reflexão sobre as relações interdiscursivas do discurso do medo com o discurso jornalístico em interface com o entretenimento, pelo viés da Análise do Discurso. O intuito deste trabalho é mostrar como o discurso do medo está inserido em outros discursos e o modo como isso implica nas práticas dos sujeitos no social, impactando na forma de pensar e agir dos sujeitos.

Ao analisar as capas de jornal, nos cinco dias da semana, podemos perceber que a temática do medo esteve presente em todas elas. Considerando que a estrutura do jornal persuade o sujeito leitor, ao ponto de este sempre buscar por mais informações de modo monótono, notamos que o medo é instaurado na sociedade todos os dias, o que torna o leitor enquanto sujeito, amedrontado e consumista, uma vez que vive em busca de prevenção e segurança. Observamos também que, mesmo buscando por prazer e diversão no entretenimento, como o caso da Netflix, o sujeito continua sendo alimentado pelo discurso do medo, já que este perpassa tanto o discurso jornalístico quanto o discurso do entretenimento. Como observamos, os filmes e séries possuem temáticas, como por exemplo, de violência, morte e outros medos, que alimentam o medo da sociedade.

Além disso, podemos afirmar que existe uma semelhança entre o mundo ficcional e o mundo real (a informação, a verdade). Ambos estão na mesma dimensão, pois são os mesmos temas e a mesma linguagem. Na cenografia do jornal, observamos que o discurso jornalístico se aproxima mais ainda da Netflix, em relação à ficção e ao entretenimento.

Por fim, constatamos que o discurso jornalístico, ao se utilizar do discurso do entretenimento, permite que as notícias sejam construídas a partir de uma cenografia que pode emergir certas emoções e sensações, e é nessa relação, do real com o ficcional que se dá a manutenção do medo.

REFERÊNCIAS

BAUMAN, Zygmunt. **Medo líquido**. Tradução: Carlos Alberto Medeiros, Rio de Janeiro: Editora: Zahar, 2008.

CANO, Márcio Rogério de Oliveira. **A manifestação dos estados de violência no discurso jornalístico**. São Paulo, 2012. [Tese de Doutorado]

FERREIRA, Luiz Antonio. **A Retórica do Medo**. Organização Ana Lúcia Magalhães, Luiz Antonio Ferreira. 1ª. Ed. São Paulo: Cristal, 2012. Pág. (9-23)

FRIAS FILHO, Otávio. **Vampiros de Papel**. Folhetim, 1984.

GLABER, Neal. **Vida, o filme**. São Paulo: Editora: Companhia das Letras, 1999.

MAINGUENEAU, Dominique. **Análise do Discurso e suas fronteiras**. Rio de Janeiro: Matruga, 2007.

MAINGUENEAU, Dominique. **Gênese dos discursos**. In: Cap.1 “O primado do interdiscurso”. Curitiba: Editora Criar Edições, 2007.

MARCONDES FILHO, Ciro. **O capital da notícia**. 2ª ed. São Paulo: Editora: Ática, 1997.