

**FUNDAÇÃO OSWALDO ARANHA
CENTRO UNIVERSITÁRIO DE VOLTA REDONDA
CURSO DE GRADUAÇÃO EM JORNALISMO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

LEONARA PÓVOA FARIAS

**O DISCURSO DAS MÍDIAS E AS RELAÇÕES DE PODER – O CASO
RYAN LOCHTE**

VOLTA REDONDA

2018

**FUNDAÇÃO OSWALDO ARANHA
CENTRO UNIVERSITÁRIO DE VOLTA REDONDA
CURSO DE GRADUAÇÃO EM JORNALISMO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

**O DISCURSO DAS MÍDIAS E AS RELAÇÕES DE PODER – O CASO
RYAN LOCHTE**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado ao Curso de Jornalismo do
UniFOA como requisito à obtenção do título
de bacharel em Jornalismo

Aluna:

Leonara Póvoa Farias

Orientadora:

Profa. Dra. Claudia Maria Gil Silva

VOLTA REDONDA

2018



Fundação Oswaldo Aranha



FOLHA DE APROVAÇÃO

Trabalho de Conclusão de Curso intitulado: O discurso das mídias e as relações de poder – O Caso Lochte, elaborado por Leonara Póvoa Farias, apresentado publicamente perante a Banca Avaliadora, como parte dos requisitos para conclusão do curso de Jornalismo.

Aprovada em 01 de Novembro de 2018.

Banca Avaliadora:

Professora Orientadora

Profª Claudia Maria Gil Silva, Doutora, Centro Universitário de Volta Redonda - UniFOA

Professor Avaliador

Prof Rogério Martins de Souza, Doutor, Centro Universitário de Volta Redonda - UniFOA

Professor Avaliador

Profª Angélica Aparecida Silva Arieira, Mestra, Centro Universitário de Volta Redonda - UniFOA

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho a todos que me ajudaram e me apoiaram durante esta jornada, principalmente aos meus pais, meu namorado e também àqueles que, infelizmente, não puderam me ver chegar até aqui.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus pela oportunidade de realizar este curso, e por me dar forças para que eu não desistisse. A meus pais, Maurício e Delizete, por nunca desistirem de mim e me darem todo apoio e compreensão no decorrer desses quatro anos, pois sem eles isso não seria possível. A meu namorado, Filipe, por me aturar, apesar de todo o estresse, dar forças e motivar pra que eu continuasse seguindo meus sonhos. A todos os meus familiares que de alguma forma me ajudaram a chegar aqui. Agradeço também às minhas amigas, Camilla, Lorena e Laressa, que estavam sempre disponíveis a me ajudar, e fizeram com que as responsabilidades da faculdade parecessem mais leves. A todos professores, em especial à minha orientadora Claudia Gil e coorientadora Rebeca Baltazar por terem aceitado o desafio e me dado todo suporte necessário para concluir este trabalho. Meu mais sincero muito obrigada! Amo todos vocês.

“A beleza começa no momento que você decide ser você mesma”

(Coco Chanel)

RESUMO

A Olimpíada é um evento com reconhecimento mundial, em que são realizadas competições de aproximadamente trinta esportes, com mais de quarenta modalidades. Nos Jogos Olímpicos Rio-2016, um fato que chamou a atenção foi a alegação de assalto, feita pelo nadador americano Ryan Lochte, o que, posteriormente, revelou-se ser uma mentira. No presente trabalho, busca-se realizar um levantamento e análise dos títulos e subtítulos selecionados das notícias divulgadas nos jornais *online* O Globo e *The New York Times* no período de agosto a setembro de 2016, sobre o chamado Caso Lochte, com intuito de observar a maneira como cada jornal retratou o ocorrido, apontando os diferentes enfoques e possíveis leituras, mediante os recursos linguísticos selecionados, o que possibilita a percepção de que o que é dito não possui apenas caráter informativo, ou seja, traz junto da informação uma opinião que pode influenciar a leitura.

Palavras-chave: *Webjornalismo*; Jornalismo Esportivo; Recursos de Linguagem;

ABSTRACT

The Olympiad is a world-class event, in which competitions of approximately thirty sports are held, with more than forty modalities. At the Rio 2016 Olympic Games, a fact that caught the attention was the claim of assault, made by the American swimmer Ryan Lochte, which later proved to be a lie. In the present work a survey and analysis of the selected titles and sub-titles of the news published in the online newspapers O Globo and The New York Times during the period from August to September of 2016, on the so-called Lochte Case, with the purpose of observing the way in which each newspaper portrayed what happened, pointing out the different approaches and possible readings, through the selected linguistic resources, which allows the perception that what is said is not only informative, that is, it brings with the information an opinion that can influence reading.

Key words: *Webjornalismo*; Sports Journalism; Language Resources;

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	10
2 HISTÓRIA DA INTERNET	12
2.1 História do Webjornalismo	16
3 A RELAÇÃO ENTRE O JORNALISMO E O ESPORTE	19
3.1 Jornalismo Esportivo	20
3.2 Jornalismo Esportivo e o Infotainment	21
3.3 Jornalismo Esportivo no Brasil	22
3.4 Jornalismo Esportivo nos EUA	24
4 OS RECURSOS LINGUÍSTICOS NO JORNALISMO	30
4.1 Um Breve Histórico.....	30
4.1.1 <i>The New York Times</i>	30
4.1.2 O Globo	31
4.2 Os Títulos	31
4.3 A Argumentação	33
5 ANÁLISE	37
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	52
7 REFERÊNCIAS.....	54
8 ANEXOS	58

LISTA DE ANEXOS

Anexo 1: Título publicado no jornal <i>online</i> O Globo em 20 de agosto	58
Anexo 2: Título publicado no jornal <i>online</i> O Globo em 18 de agosto	58
Anexo 3: Título publicado no jornal <i>online</i> O Globo em 18 de agosto	58

1 INTRODUÇÃO

É cada vez mais comum ver o esporte presente na vida das pessoas, seja pela busca por uma vida saudável, ou apenas como uma paixão. Quando ocorre um megaevento esportivo, como a Copa do Mundo ou os Jogos Olímpicos, por exemplo, é comum que os olhares do público se voltem a isso, Tal fato se reflete também no jornalismo, já que a seção dedicada aos esportes vem crescendo e aparecendo cada vez mais e ao se cobrir um evento de proporções mundiais, não poderia ser diferente.

Neste trabalho serão estudados títulos e subtítulos das notícias veiculadas nos jornais *online* O Globo e o *The New York Times*, no período de 14 de agosto a 08 de setembro de 2016, sobre um caso que chamou muita atenção durante as Olimpíadas Rio 2016, o falso assalto do nadador americano Ryan Lochte. Levando em consideração que a análise dos títulos do *The New York Times* será feita com base em suas tradições, realizada pela autora.

O atleta alegou que ele e mais três companheiros de equipe teriam sofrido um assalto à mão armada, enquanto voltavam para a Vila dos Atletas, após uma festa, na madrugada do dia 14 de agosto. No entanto, alguns dias depois, devido às investigações e divergências nos depoimentos dos atletas, foi descoberto que a história havia sido inventada, com o objetivo de encobrir atos de vandalismo que teriam sido cometidos em um posto de gasolina local.

No decorrer do trabalho, buscar-se-ão as respostas para as seguintes perguntas: Como os jornais O Globo e *The New York Times* trataram o assunto “Caso Lochte” nos títulos de matérias publicadas em seus sites? Quais leituras sobre Brasil, país sede das Olimpíadas, na época e dos atletas americanos essas manchetes podem provocar?

A produção do trabalho tem por objetivo geral discutir a linguagem dos títulos e subtítulos como construtores de diferente. Realizando também análises sobre as formas com que o fato ocorrido foi abordado em cada jornal, comparando suas manchetes, levando em conta os usos dos modalizadores textuais usados nos diferentes veículos.

A discussão será realizada depois de um levantamento teórico sobre esses modalizadores, de modo a trazer maior compreensão sobre o tema de modo que se

possa observar a forma como se dá a manipulação da notícia, por meio da seleção vocabular eleita nos títulos das matérias jornalísticas escolhidas, o que justifica a elaboração deste trabalho.

O presente trabalho será dividido em quatro capítulos. O primeiro capítulo trará um histórico da internet e a maneira como ele afetou o jornalismo com o surgimento do webjornalismo. Seguido no segundo capítulo pelos conceitos de jornalismo esportivo, além de seu histórico no Brasil e nos Estados Unidos.

O terceiro capítulo consiste em um breve histórico dos jornais utilizados, além da explicação sobre os títulos e suas funções, um levantamento e explicação dos recursos de linguagem, e a forma que podem ser usados dentro do jornalismo, para afetar o público leitor e, de que maneira isso pode se encaixar no que se denomina manipulação.

O último capítulo do trabalho traz a análise dos títulos das matérias divulgadas nos jornais O Globo e The New York Times para poder responder as perguntas levantadas no decorrer do trabalho.

2 HISTÓRIA DA INTERNET

A história da *internet* começou no período da Guerra Fria, após a antiga União Soviética colocar em órbita o primeiro satélite artificial, o *Sputnik*, em 4 de outubro 1957. Segundo Castells (2002, p. 82), a *internet* “teve origem no trabalho de uma das “mais inovadoras” instituições de pesquisa do mundo: a Agência de Projetos de Pesquisa Avançada (ARPA)¹ do Departamento de Defesa dos EUA”, fundada quatro meses após o lançamento do *Sputnik*. Pinho (2003) ressalta que a ARPA tinha por missão a pesquisa e desenvolvimento de alta tecnologia para uso militar.

Temendo que a Guerra Fria se tornasse uma guerra nuclear, o Pentágono buscava maneiras para arquivar informações, a fim de que “pudesse sobreviver à retirada ou destruição de qualquer computador ligado a ela e, na realidade, até à destruição nuclear de toda a “infra-estrutura” de comunicações” (BRIGGS; BURKE, 2006. p. 301).

Até que em 1962, Joseph Carl Robnett Licklider foi escolhido para liderar as pesquisas realizadas pela ARPA, já que se um atentado com bomba nuclear ocorresse, o Pentágono poderia perder o controle e comando sobre as instalações militares. Acreditando em uma “simbiose entre o homem e a máquina” (Pinho, 2003, p.22), Licklider previu que o computador poderia funcionar como um aliado na solução de problemas.

No ano de 1964 a Rand Corporation, considerada uma grande empresa de consultoria para o governo e indústria, foi contratada e após um imenso estudo, constatou ser necessária a criação de um sistema de comunicação não-hierárquico, para substituir o tradicional e a realização de redes de pacotes, já que assim os Estados Unidos conseguiriam manter o controle e comando no caso de um ataque nuclear destruir o Pentágono. Com esse modelo de comunicação, qualquer computador poderia se comunicar com outros, sem depender de uma ligação por meio do Pentágono (PINHO, 2003).

Buscando expandir de forma rápida a nova tecnologia, foi decidido associar universidades e institutos de pesquisas e, assim, começar o uso da rede de pacotes. A princípio, o nome escolhido era *ARPAnet*, que em 1969 teve início sua execução experimental. Segundo Prado (2011), a primeira mensagem enviada entre

¹ *Advanced Research Projects Agency*

computadores foi no dia 29 de outubro, entre três computadores no estado da Califórnia e um em Utah. A mensagem continha como texto apenas “Lo”. Segundo Serrano (2009, *apud*, Prado, 2011, p.10) “na verdade, era para ser “Login”, mas a conexão caiu e demorou mais de uma hora para voltar. Pouco mais de um mês depois, era estabelecida a primeira rede estável entre quatro computadores”.

Pinho (2003) relata que no começo “as dificuldades eram grandes” (*idem*, p.25), após os testes, o grupo de pesquisadores e cientistas envolvidos no desenvolvimento do projeto pôde avaliar e buscar as soluções para os problemas encontrados. Foi definido como prioridade a criação de protocolos, como “conjuntos de sinais previamente determinados, que abrissem os canais de comunicação, permitissem a passagem dos dados e, em seguida, fechassem os mesmos canais” (PINHO, 2003, p.25).

Em março de 1972, Ray Tomlinson criava o primeiro programa de envio de mensagem de correio eletrônico. Passados quatro meses, Larry Roberts escreveu um utilitário de correio eletrônico, com objetivo de listar, ler e responder a *e-mails*. A utilização de links de rádios com objetivo de colocar em rede os computadores da Universidade do Havaí, que é separada por quatro ilhas diferentes, foi uma iniciativa isolada que culminou na formação da *ALOHAnet*, que se conectou à ARPAnet no mesmo ano (Pinho, 2003).

Segundo Vieira (2003), o governo americano começou a administrar os pontos da ARPAnet que havia no país no ano de 1973, após as conexões crescerem de forma extraordinária, deixando de ser utilizado somente no meio acadêmico e surpreendendo todo o mundo. Pinho (2003) afirma ainda que a ARPAnet estava prevista para funcionar apenas com 19 servidores, mas ao final do ano de 1974 já possuía 62 servidores e 256 máquinas conectadas, o que fez com que surgisse a necessidade de um aperfeiçoamento no protocolo de comunicação.

Ferrari (2007, p. 15) afirma que “embora a comunidade acadêmica usasse a rede para transferir arquivos extensos por meio de *e-mails*, o foco da ARPAnet era o serviço de informação militar.” Sendo assim, surgiram novas redes, como a *Bitnet* (*Because It's Time Network*) e a CSNET (*Computer Science Network*), que ofereciam o acesso às universidades e organizações do país. Pinho (2003) traz ainda outro sistema, criado em 1978 por Ward Christianson, o *Bulletin Board System* (BBS), um dos precursores dos sistemas de troca de mensagens, permitia que

[...]qualquer pessoa com um micro e um modem possa instalar seu próprio servidor, disponibilizando aos seus usuários arquivos de todo tipo (programas, dados ou imagens), softwares de domínio público e conversas *on-line (chat)*. [...] Os assinantes têm acesso aos serviços por linhas telefônicas (isto é, de voz) utilizadas via computador pessoal e modem (idem, 2003, p. 28).

No início da década de 1980, mais especificamente em 1983, a ARPAnet se dividiu, para se desprender de sua origem militar, sendo criadas a Milnet e uma nova ARPAnet para pesquisas que, mais tarde, começou a ser chamada de *internet*. No ano de 1989 foi ultrapassada a marca de 100 mil *hosts*, quando dez países, entre eles Alemanha, Japão, Itália e Reino Unido, aderiram à rede mundial.

O inglês Tim Berners-Lee idealizou em 1989 a *World Wide Web (WWW)*, ele especulava a possibilidade de programar um computador de forma que pudesse criar “um espaço em que tudo possa ser ligado a tudo. [...] Suponha que toda a informação arquivada nos computadores de todos os lugares estivesse interligada” (BURKE; BRIGGS, 2004, p. 302). Ele tinha o desejo de manter a *Web* livre, aberta e sem proprietários. No ano de 1991 a *World Wide Web* foi oficialmente inventada por Berners-Lee, no

Laboratório Europeu de Física de Partículas (CERN). Um dos mais importantes centros para pesquisas avançadas em física nuclear e de partículas localizado em Genebra, Suíça, a sigla CERN relaciona-se ao seu nome anterior, Conseil Européene pour la Recherche Nucléaire² (PINHO, 2003, p. 33).

A *World Wide Web* é uma outra maneira de organizar informações e arquivos da rede, com um método mais eficiente e simples de sistema de hipertexto distribuído. Os principais padrões que possuem são o protocolo de comunicação *HTTP*, as páginas *HTML* e recursos *URL*, que, respectivamente, são o que define a maneira com que dois servidores ou programas vão interagir, a linguagem padrão de escrita em páginas da *Web*, que podem ter formatos variados como texto, fotos e vídeos e, por último, o localizador que possibilita o acesso e identificação de um serviço (PINHO, 2003).

Devido a um embargo da NSF na proibição do uso comercial da internet em 1991, a “era do comércio eletrônico” teve início. As empresas que possuíam relação

² Organização Europeia para a Pesquisa Nuclear – tradução do nome atual “*Organisation européenne pour la recherche nucléaire*”. Disponível no link < <https://home.cern/fr/about> > Acesso em 04 de Maio de 2018

com a internet se tornaram as mais estimadas pelos investidores de alta tecnologia. No ano seguinte já havia mais e um milhão de *hosts* em todo o mundo.

Assim como aconteceu com a ARPAnet, o uso principal da *internet* no princípio era para troca de mensagens de correio eletrônico entre pessoas. A importância desses *e-mails* para as famílias que possuíam parentes distantes era nítida, já que os aproximavam mais do que os correios. E isso ocorria na mesma época em que começaram a falar do vício em *internet* como se fosse uma doença mental. (BURKE; BRIGGS, 2004, p. 302)

O crescimento do uso da WWW era nítido e rápido, segundo Ferrari

[...] em 1996, já existiam 56 milhões de usuários no mundo. Naquele mesmo ano, 95 milhões de mensagens eletrônicas foram enviadas nos Estados Unidos, em comparação às 83 bilhões de cartas convencionais postadas nos correios, segundo dados da *Computer Industry Almanac* (FERRARI, 2007, p. 17)

No ano de 1997 surgiu o termo “portal” como significado de “porta de entrada”, devido ao interesse no aprimoramento do ambiente gráfico dos sites de busca, que começaram a pesquisar *interfaces* melhores para os sites. O site *Yahoo!* foi um dos que agregaram mais conteúdo e *stick applications*³ à sua página de entrada. Outros sites também buscaram maneiras de manter os usuários em suas páginas, ao invés de conduzi-los para a distração da grande rede (FERRARI, 2007).

Lévy (1999) determina dois tipos de navegações opostas na *internet*: a primeira ele chama de “caçada”, quando se busca uma informação específica e há o desejo de obtê-la rapidamente. Já a segunda, chamada de “pilhagem”, ocorre quando se navega superficialmente interessado em algum assunto e a qualquer instante pode-se desviar o interesse para outro link que chame atenção, “não sabendo exatamente o que procuramos, mas acabando sempre por encontrar alguma coisa, derivamos de *site* em *site*, de *link* em *link*, recolhendo aqui e ali coisas de nosso interesse” (LÉVY, 1999, p.85).

³ Aplicativos que, para prestar serviços ao usuário, obrigam-no a entrar num determinado site, com o intuito de aumentar o número de acessos. (FERRARI, 2007, p. 116)

2.1 História do Webjornalismo

Com o advento da *internet* a imprensa buscou uma maneira de se adaptar à ela e, na segunda metade dos anos 1990, já começou a migrar para esse novo meio. Segundo Prado (2011), o primeiro jornal brasileiro a possuir seu próprio *site* foi o Jornal do Brasil, em abril de 1995 e, nesse mesmo ano, a Folha de São Paulo inaugurou sua primeira página na *web*. No ano seguinte o jornal americano *The New York Times* também lança seu *site*.

Essa migração resultou no surgimento do que Canavilhas (2003) chama de *webjornalismo*, já que, para ele “de certa forma, o conceito de jornalismo encontra-se relacionado com o suporte técnico e com o meio que permite a difusão das notícias. Daí derivam conceitos como jornalismo impresso, telejornalismo e radiojornalismo.” (MURAD, 1999, *apud*, CANAVILHAS, 2003, p. 64).

Já Pinho (2003) afirma que a denominação não importa, seja ela jornalismo digital, *online*, ou *webjornalismo*, o jornalismo marcou presença na *World Wide Web*, levando conteúdo e informação ao público, especialmente com o site dos jornais e revistas que migraram para a *internet*.

Ele declara ainda que a diferença entre o jornalismo digital e o que é feito nas mídias tradicionais é a forma de tratamento dada às informações e a relação que pode ser criada com o público, como será analisada, ainda a diante, e o fato de que as diferenças que há em relação aos meios tradicionais devem ser exploradas e usadas a seu favor.

Silva Júnior (2001) denominou três estágios diferentes durante esta transição, o primeiro é o estágio *transpositivo*, em que “modelo eminentemente presente nos primeiros jornais online onde a formatação e organização seguia diretamente o modelo do impresso”, o segundo é o estágio *perceptivo* em que “há uma maior agregação de recursos possibilitados pelas tecnologias da rede em relação ao jornalismo online”, mas o modelo do estágio transpositivo ainda está presente, já que são realizadas alterações no texto com intuito de potencializá-los. O último estágio é o *hipermidiático* em que as matérias são escritas diretamente para o meio em que será publicada, no caso a *internet*, havendo uma “convergência entre suportes diferentes”.

Barbeiro e De Lima chamam atenção para o fato de que “as plataformas tradicionais, como papel, aparelhos de rádios e TVs perderam espaço para a comunicação via *web*” (2003, p.30). Afirmam ainda, que o jornalista precisa se atualizar em relação às diversas mídias disponíveis e estar capacitado a usá-las nas etapas do processo de produção de notícia como, por exemplo, a apuração, redação, edição, apresentação entre outras.

Com a possibilidade de o público dar um *feedback*, seja por meio de rankings de notícias mais lidas, de enquetes ou espaço para comentários, eles ressaltam que o texto jornalístico pode ser enriquecido utilizando *links* que direcionam a outros textos, artigos ou até mesmo vídeos e que isso faz com que o público tenha poder de decisão no que vai ler ou não.

Palácios (2002) traz algumas características para o webjornalismo, como a multimídia/convergência, personalização, hipertextualidade, interatividade e memória. Sendo que “cabe ainda acrescentar a instantaneidade do acesso, possibilitando a atualização contínua do material informativo” (2002, p. 75).

Começando pela *multimídia/convergência*, dentro do jornalismo online a multimídia diz respeito à junção dos formatos das mídias chamadas tradicionais, ou seja, fotos, vídeo e áudio. Já a convergência só é possível por causa da digitalização, já que assim as informações podem ser divulgadas em diversas plataformas, “numa situação de agregação e complementaridade” (PALÁCIOS, 2002, p.77)

A *interatividade* se dá pelo fato de o leitor se sentir mais próximo de todo o processo jornalístico, já que pode trocar *e-mails* com o jornalista, criar fóruns de discussões. Machado (1997, *apud*, PALÁCIOS, 2002, p. 77) destaca que “a interatividade ocorre também no âmbito da própria notícia, ou seja, a navegação pelo hipertexto também pode ser classificada como uma situação interativa”.

A *hipertextualidade* ocorre devido à possibilidade de conexão dos textos por meio dos *links*. Pode-se levar às diversas outras notícias, assim como textos complementares, *sites* pertinentes ao assunto e até publicidades. A *customização do conteúdo* ou *personalização* se refere à possibilidade de o usuário poder personalizar as notícias que receberá, de acordo com seus próprios interesses, o que pode ser feito em sites especializados para que, ao abri-lo, receba somente o

que foi pré-definido. Essa característica também pode ser chamada de individualização.

A *memória* é autoexplicativa, já que essa característica se deve ao poder da *internet* de manter um grande número de notícias armazenadas em um site. O que pode afetar inclusive a produção de novas notícias. As últimas características citadas por Palácios são a *instantaneidade*, e *atualização contínua*. Essas características só são possíveis devido à rapidez de acesso que o usuário possui e a facilidade de produzir e divulgar notícias. Sendo assim, há a possibilidade de atualizar as notícias no momento em que novas informações surgem (PALÁCIOS, 2002).

Barbeiro e De Lima (2003) ao comentarem sobre algumas dessas características ressaltam a multimídia, já que as fotos, vídeos e infográficos presentes na notícia podem ajudar a divulgá-la, alcançando maior público, o que pode provocar o “compartilhamento de opiniões, ideias, experiências, perspectivas e permitem que o público possa atualizar as informações e interagir instantaneamente entre si” (BARBEIRO; DE LIMA, 2003, p.32).

Os autores também afirmam que não há maneira de se fazer jornalismo sem o uso da *internet* nos dias atuais, já que o fluxo de informações existente é intenso, porém é preciso estar ainda mais atento às notícias que circulam na rede, devido à quantidade de notícias falsas, pois, tanto os jornalistas, quanto o público podem produzi-las e divulgá-las. Para eles, essa abrangência pode gerar um jornalismo mais crítico, por possuir uma maior fiscalização do público (idem, 2003).

Assim como no jornalismo impresso, para rádio ou televisão, o webjornalismo também possui dentro dele diversas áreas específicas, como o jornalismo internacional, de celebridades e o jornalismo esportivo.

3 A RELAÇÃO ENTRE O JORNALISMO E O ESPORTE

A invenção da prensa gráfica, aproximadamente em 1450, por Johann Gutenberg de Mainz foi um marco para que o jornalismo surgisse. Com a expansão do uso de técnicas como da prensa na Europa, ocorreu um grande aumento no número de cópias das edições de livros. Porém, somente no século XVII que surgem os jornais, que, com o passar dos anos e a melhora das tecnologias, tornaram-se uma forma de comunicação de massa.

Segundo Oliveira (2004), o discurso jornalístico representa um domínio discursivo por onde transitam diferentes gêneros e seus respectivos subgêneros, como por exemplo, o gênero notícia (seus subgêneros notícia esportiva, econômica, policial etc.), o gênero crônicas (seus subgêneros crônica esportiva, política etc.), o gênero cartas (seus subgêneros cartas de leitor, ao leitor), o gênero artigo (seus subgêneros editorial e comentário), charges, entre outros.

Neste capítulo será tratado, primeiramente, o gênero notícia e o seu desdobramento no subgênero notícia esportiva, que faz parte do que se aponta por jornalismo esportivo. Serão realizadas ponderações que envolvem as diferenças e semelhanças com outros subgêneros. Tratar-se-á, também, de um breve histórico do jornalismo esportivo no Brasil e nos Estados Unidos, a fim de contextualizar a escolha dos jornais *O Globo* e *The New York Times*.

Segundo Beltrão (1969, p. 82, *apud*, LOPEZ; DA MATA, 2009, p.3) notícia pode ser definida como “a narração dos últimos fatos ocorridos ou com possibilidade de ocorrer, em qualquer campo de atividade e que, no julgamento do jornalista, interessam ou têm importância para o público a que se dirigem”. Ou seja, tem o objetivo de informar as pessoas sobre o que ocorre no meio social. De Melo (1994) diz ainda que é uma narração completa de um fato, cujo público já possui conhecimento. Fontcuberta (1993, p.12, *apud*, JUNIOR, 2005, p.64) afirma que “a notícia é uma forma de ver, perceber e conceber a realidade. É um autêntico sintoma social e a análise de sua produção lança muitas pistas sobre o mundo que nos cerca”.

Segundo Silva (1990), não só a estrutura das notícias, mas todo o jornalismo brasileiro sofreu e sofre, até hoje, grande influência do modelo jornalístico americano. Sobre o modelo jornalístico, ele afirma ainda que

[...] o americano, comparado ao europeu, é um tipo de jornalismo que melhor se adapta às necessidades do público e da sociedade brasileira. Se for preciso seguir algum modelo, antes ele do que os outros [...] essa influência é fundamental, é a mais importante, pelo menos desde a segunda guerra mundial, é a que maiores repercussões teve sobre a prática do jornalismo brasileiro (*ibidem*, 1990, p. 22).

3.1 Jornalismo Esportivo

O jornalismo esportivo é a área responsável por tratar de todo e qualquer evento relacionado ao esporte. Para Pena (2000, p. 81) “a característica fundamental do jornalismo esportivo, e que diferencia essa editoria de qualquer outra, é a paixão que o esporte desperta no público”. Paulo Vinícius Coelho, ao falar sobre o assunto, enfatiza:

[...] talvez não haja área do jornalismo tão sujeita a intempéries quanto a cobertura de esportes. O profissional enfrenta o preconceito dos próprios colegas, que a consideram uma editoria menos importante, e também do público, que costuma tratar o comentarista ou repórter esportivo como mero “palpiteiro” (COELHO, 2003, contracapa).

Pena (2000) afirma, ainda, que no Brasil o futebol é o tema mais recorrente em todo tipo de mídia, embora os outros esportes também ganhem destaque, dependendo dos bons resultados obtidos pelos atletas, ou mesmo pelos resultados muito ruins. Já nos Estados Unidos, é mais comum encontrar notícias sobre beisebol, basquete, futebol americano e hóquei no gelo. Ainda assim, os jornais americanos têm o costume de acompanhar com regularidade os esportes olímpicos.

Coelho (2003, p.12) conta que no início os jornais “dedicavam aos esportes o espaço que lhes era possível [...] havia pequenas colunas, mais por questão de espaço do que por falta de interesse”. Borelli (2002, p.7) ressalta que “o espaço dedicado todos os dias ao esporte é fruto de negociações, de disputas, de jogos de interesse travados dentro e fora das mídias”.

O jornalismo esportivo tem por principais características textuais o fato de ser simples e direto, por se tratar de um tema considerado mais leve e usar uma linguagem mais coloquial. Nelson Rodrigues eternizou ainda uma forma diferente de falar de esporte, a crônica esportiva (PENA, 2000).

Segundo Messa (2005), 80% das matérias de esporte giram em torno do futebol, sendo a maior parte delas o que ele chama de “notícia-entretenimento”, que faz uma abordagem sobre os jogos, agenda de campeonatos, trazem dados factuais

ou tentam “mitificar” personagens do esporte, como jogadores, técnicos etc., além de chamar atenção para o fato de a nataçãõ, um dos mais famosos esportes olímpicos, não possuir grande destaque nos jornais.

Barbeiro e Lima (2013, p.167) afirmam que “não há boa cobertura esportiva sem emoção, mas o jornalista não pode se deixar levar por ela, pois o exagero é um passo para a desinformaçãõ”. Coelho (2003) ressalta ainda que no jornalismo esportivo sempre houve uma mistura de realidade e emoção em proporções equivalentes.

Barbeiro e Lima (2013) reiteram que é preciso sempre ter em mãos dados históricos sobre as competições e atletas como uma forma de enriquecer a reportagem. Principalmente para grandes competições e eventos esportivos, como Olimpíadas e Copa do Mundo de Futebol, que exigem uma maior preparaçãõ, podendo-se consultar além de jornais e revistas, bibliografias especializadas.

3.2 Jornalismo Esportivo e o Infotainment

O gênero jornalismo esportivo já sofreu e ainda sofre muito preconceito, não só dentro das redações, mas também do público. Segundo Barbeiro e Rangel (2006), até hoje, muitas pessoas não o consideram uma área do jornalismo, mas o confundem com puro entretenimento.

Barbeiro e Rangel declaram ainda que

jornalismo é jornalismo, seja ele esportivo, político, econômico, social. Pode ser propagado em televisão, rádio, jornal, revista ou internet. Não importa. A essência não muda porque sua natureza é única e está intimamente ligada às regras da ética e ao interesse público (2006, p. 13).

Dejavite (2008) afirma que a junçãõ do entretenimento e da informaçãõ surge como um dos valores em crescimento do cenário atual, já que a mídia gerou formas de escolhas mais amplas para o consumidor e essa junçãõ aparece como um dos “valores emergentes” nos dias atuais. Ela ressalta que

por mais que o entretenimento horrorize os críticos considerados politicamente corretos, as notícias que entretêm ganham cada vez mais espaços nos veículos jornalísticos. [...] Esse conteúdo tem sido denominado jornalismo de INFOtenimento (uma das mais recentes especialidades jornalísticas). (2008, p. 40).

Para Dejavitte (2003, *apud*, Padeiro, 2015) o infotimento só se tornou popular na década de 1990 e era considerado pelo acadêmicos e profissionais um sinônimo do jornalismo que traz a informação associada ao divertimento e o define ainda como uma “especificidade do jornalismo de conteúdo estritamente editorial voltado à informação e ao entretenimento (matérias jornalísticas), tais como: comportamento, hobbies, esporte, moda, celebridades...” (*ibidem*, 2003, p. 173, *apud*, PADEIRO, 2015, p. 11).

Gabler (1999, *apud*, SOUZA, 2005, p. 69) afirmou que a tendência do infotimento não é atual nem uma invenção contemporânea, mas que ela já vem do século XIX da Europa e dos EUA, com o surgimento da *penny press*, sobre o que será abordado mais adiante, e da imprensa sensacionalista, que fez com que o jornalismo se tornasse em um meio de divulgação daquilo que interessa à massa trabalhadora.

3.3 Jornalismo Esportivo no Brasil

Coelho (2003) conta que no começo das coberturas esportivas, no início do século XX, não havia destaque para os esportes nos jornais.

Pouca gente acreditava que o futebol fosse assunto para estampar manchetes. A rigor, imaginava-se que até mesmo o remo, o esporte mais popular do país na época, jamais estamparia as primeiras páginas de um jornal. Assunto menor. Como poderia uma vitória nas raias – ou nos campos, nos ginásios, nas quadras – valer mais do que uma importante decisão sobre a vida política do país? (2003, p. 7-8).

Muitas pessoas duvidavam de que o jornalismo esportivo desse certo, até mesmo jornalistas experientes que escreviam para cadernos especializados na metade do século XX. João Saldanha⁴ afirmou, no fim dos anos 1960, que a revista *Placar* não passaria dos primeiros números. No entanto, a revista ainda é publicada atualmente e já teve João Saldanha como um de seus colunistas (COELHO, 2003).

Na década de 1910, no entanto, o *Fanfulla*, jornal paulistano voltado para os imigrantes italianos, já trazia algumas páginas de divulgação esportiva. O jornal possuía alguns relatos de páginas completas sobre o futebol, mesmo não sendo ainda um esporte com muitos fãs. Devido a uma carta publicada no jornal em 1914,

⁴ Militante político, jornalista, comentarista, técnico de futebol e escritor. Apelidado por Nelson Rodrigues de “João Sem Medo”

que chamava o público a criar um time de futebol, foi fundado o Palestra Itália, que, durante a Segunda Guerra Mundial se tornaria a Sociedade Esportiva Palmeiras, popularmente conhecida apenas como Palmeiras. Apesar desses relatos, de acordo com Coelho (2003, p. 8), ainda “não existia o que se pode chamar de jornalismo esportivo”.

Na mesma época, os jornais cariocas dedicavam cada vez mais espaço ao futebol. Quando o Vasco venceu a segunda divisão, em 1923, contando com a presença de jogadores negros no time, a popularização do esporte aumentou. No ano de 1931 foi criado o *Jornal dos Sports*, o primeiro diário do país que tratava somente de esportes. Anos antes, em 1928, o jornal *A Gazeta* já havia lançado o *Gazeta Esportiva*, mas apenas como um complemento do jornal principal e somente em 1947 ele se tornou um diário esportivo.

No final da década de 1960, surgiram grandes cadernos esportivos, como o *Caderno de Esportes*, que mais tarde deu origem ao *Jornal da Tarde*. O Rio de Janeiro e São Paulo tiveram cadernos esportivos nos seus grandes jornais, mas a produção rapidamente foi interrompida (COELHO, 2003).

Para Coelho (2003, p.9), dirigir uma redação esportiva era considerado “tourear a realidade”, pois, segundo ele, havia um enorme preconceito de que apenas as classes sociais mais baixas poderiam ler sobre esportes. Entretanto, isso era um contrassenso porque também se considerava que essas mesmas classes também possuíam pouco poder cultural, e sendo assim, não eram todos que sabiam ler, precisando, portanto, ir ao estádio – no caso do futebol. Em vista disso, não sobraria dinheiro para compra de diários esportivos, fazendo com que diversos jornais surgissem e desaparecessem rapidamente (*ibidem*, 2003).

As revistas esportivas só teriam uma “vida regular” nos anos 1970, até mesmo no Brasil, considerado já o “país do futebol”. Na época, acreditava-se que “gastar papel com gols, cestas, cortadas e bandeiradas nunca foi prioridade” (COELHO, 2003, p. 10). No entanto, já no ano de 1927, Itália e Argentina publicavam revistas voltadas exclusivamente para esporte.

Coelho (2003, p. 38) destaca ainda que o mercado do jornalismo esportivo “só permite a criação de jornalistas de futebol, de automobilismo, por vezes de tênis”, ou seja, é difícil encontrar nos outros esportes um profissional especializado, o que

ajuda no surgimento de ex-atletas como comentaristas quando se faz necessário para escrever ou comentar sobre alguma competição.

Com o passar do tempo, as crônicas esportivas conquistavam cada vez mais leitores para a seção esportiva dos jornais, principalmente as escritas por Mário Filho e Nelson Rodrigues. “Essas crônicas motivavam o torcedor a ir ao estádio para o jogo seguinte e, especialmente a ver seu ídolo em campo. A dramaticidade seria para aumentar a idolatria em relação a este ou àquele jogador” (COELHO, 2003, p. 18).

Nos anos 1970 a imprecisão presente nas crônicas diminuiu bastante devido ao compromisso de contar a verdade que a imprensa possui. Coelho afirma que

a noção de realidade que o jornalismo esportivo carrega nos tempos atuais torna a cobertura esportiva tão brilhante quanto qualquer outra no jornalismo. O ponto-chave é que, muitas vezes, tal cobertura exige mais do que noção da realidade” (2003, p. 22).

Na televisão há um debate que “implica o que é jornalismo e o que é show” (COELHO, 2003, p. 64), já que há emissoras que durante uma transmissão não apresentam críticas, “tudo é absolutamente lindo”. No entanto, outras mostram o extremo oposto. Coelho afirma que “todos os elementos para construir uma boa matéria jornalística estão ali, à disposição das câmeras, dos locutores, comentaristas e repórteres. É só usar o microfone e salientar o que há de bom, mostrar o que há de ruim” (2003, p. 64).

Muitos profissionais do jornalismo esportivo deixaram o jornal impresso para se aventurar pela *internet* na virada dos anos 1990 para 2000, no entanto, mesmo com a “febre da *internet*” muitos *sites* esportivos não foram para frente devido à perda de interesse de alguns dos investidores publicitários, nesse veículo.

3.4 Jornalismo Esportivo nos EUA

McChesney (1989, *apud*, RANEY; BRYANT, 2009) afirma que a criação do que hoje é conhecido por jornalismo esportivo, chamado por ele de “relação esporte-mídia de massa”⁵ nos Estados Unidos está completamente ligada ao crescimento do capitalismo americano nos anos 1830. Primeiro pelo fato de que “muito do esporte e praticamente todos os meios de comunicação de massa foram criados como empreendimentos comerciais ao longo da história”, e segundo, porque para ele o

⁵ No original “*sports-mass media relationship*”

esporte teria surgido, inicialmente, como uma instituição que se adequa cultural e ideologicamente ao emergente capitalismo e depois à “sociedade capitalista corporativa”⁶ do Século XX.

Raney e Bryant ressaltam ainda que

muitas forças culturais e movimentos sociais, além o capitalismo, ajudaram a moldar a complexa e mutuamente interdependente relação entre mídia e esporte nos Estados Unidos. [...] é importante reconhecer que alguns dos elementos essenciais da união entre esporte e mídia [...] foram derivados muito antes dos anos 1890 (2009, n.p.)

Uma das primeiras notícias esportivas publicadas naquele país, no jornal *Boston Gazette*, foi no período do que se denominou era agrícola, no dia 05 de Março de 1733, que descrevia uma luta com premiação, realizada na Inglaterra. No entanto a notícia era uma cópia da que fora publicada em Londres, uma prática que era comum na época. E mesmo sendo sobre um esporte, a publicação foi colocada na categoria geral (ibidem, 2009).

Os esportes que possuíam maior cobertura jornalística na época eram “corridas de cavalo, que era o esporte mais popular da época, e o boxe, um esporte que, naqueles dias, era popular entre o povo comum e a elite” (BRYANT; RANEY, 2009, n.p). Buscando suprir a falta de cobertura esportiva dos jornais, algumas revistas esportivas surgiram precocemente e se tornaram bastante popular. Em meados dos anos 1830 já havia sete revistas esportivas, porém, algumas encerraram as atividades pouco tempo após seus lançamentos.

As revistas mais populares da época eram *American Turf Register* de John Stuart Skinner, fundada em 1829 e *Spirit of the Times*, fundada em 1821 por William T. Porter. As duas revistas ajudaram não apenas a popularizar ainda mais a corrida de cavalos, mas buscaram padronizar o esporte em todo o país, trazendo em detalhes as regras e apostas. No final da década de 1940 o interesse não apenas por esporte, mas também por jornalismo esportivo, cresceu significativamente. A revista *Spirit of the Times* chegou a atingir cem mil leitores, contribuindo para que outros esportes menos conhecidos ganhassem espaço na revista (RANEY; BRYANT, 2009).

Nos anos de 1830 e 1840 houve mudanças marcantes para o jornalismo, como a chamada “*Penny Press*”⁷, que além do preço baixo, possuía notícias de

⁶ No original “corporate capitalistic society”

interesse popular, atingindo o público de classe média e moradores urbanos. Algumas das inovações para o jornalismo esportivo surgiram por conta dos jornais *New York Herald*, fundado por James Gordon Bennett, *New York Tribune* de Horace Greeley e *New York Times* de Henry Raymond, agora conhecido como *The New York Times*. No entanto, a cobertura esportiva ainda era algo ocasional, não se aproximando de um uma página ou coluna esportiva.

Após a invenção e adaptação completa das máquinas a vapor ocorreu a Revolução Industrial, ainda nos anos 1700, mas os EUA só adentraram completamente nessa Era em meados do século XIX. No fim do século XIX, já era considerado um líder industrial global em transporte e manutenção e isso ficou conhecido como a Segunda Revolução Industrial. Nesse período, houve uma facilitação no desenvolvimento de meios de comunicação, como telefone, rádio e televisão, além de equipamentos de impressão e composição (*ibidem*, 2009).

Durante a revolução americana, os esportes se tornaram cada vez mais populares, assim como mais bem organizados e comercializados. “Os eventos esportivos tornaram-se o caso de amor de fim de semana de todos aqueles cuja jornada de trabalho era estritamente regulada por cronogramas de produção” (PAULUS; ZILLMANN, 1993, p.601, *apud*, RANEY; BRYANT, 2009, n.p).

Não foi apenas a revolução que contribuiu para os desenvolvimentos da comunicação esportiva, a Guerra Civil também ajudou. “A Guerra Civil introduziu o beisebol a toda uma geração de americanos, pois as tropas de ambos os lados praticavam o esporte quando o tempo permitia” (MCCHESENEY, 1989, p. 52, *apud*, RANEY; BRYANT, 2009). A primeira liga nacional do esporte foi criada após o fim da guerra, e assim como com a corrida de cavalos, os escritores esportivos tiveram grande participação na organização. Esse esporte era considerado perfeito para os jornais que estavam buscando sua expansão para o público de classe média e trabalhadora.

Com isso, veio o que Bryant e Raney chamaram de “diversos primeiros”, em referência aos primeiros repórteres especializados em esportes, a primeira mulher jornalista esportiva, primeiras páginas dedicadas a esporte dentro de jornais e os primeiros editores esportivos.

⁷ Jornais eram vendidos por um centavo americano, abaixo da média de seis centavos, e por isso atingiam maior público

As revistas esportivas continuavam sendo importantes para o desenvolvimento de alguns esportes. A publicação rotineira sobre esportes em jornais ou revistas especializadas ajudou a mudar a cultura nacional em relação ao esporte, fazendo com que nos anos de 1870 a 1890 a paixão pelo esporte começasse, e com isso a crença de que a prática de esportes era importante para a mente, corpo e a sociedade.

As leis de obrigatoriedade da educação, que entraram em vigor em Massachusetts no ano de 1851, também ajudaram no desenvolvimento do jornalismo esportivo no país, já que os cidadãos “comuns” também estavam sendo alfabetizados e, assim, conseguiam ler também as revistas e jornais esportivos. Além disso, o grande número de imigrantes no país contribuiu para a formação do meio cultural americano, ajudando a impulsionar uma nova expansão industrial e contribuindo para a urbanização que faltava, de modo que as equipes esportivas obtivessem maior apoio da massa crítica. Além disso, o fato de grupos étnicos diferentes escolherem cidades ou bairros diferentes para morarem ajudou a aumentar o leque cultural de fãs, criando personalidades bastante distintas (RANEY; BRYANT, 2009).

No entanto, não foi só o leque cultural que aumentou a concorrência e competitividade entre eles, pois o consumo do esporte também aumentava. A quantidade de textos esportivos cresceu e isso fez com que não apenas o beisebol, mas diversos outros esportes se expandissem e conquistassem cada vez mais o interesse dos torcedores nas transmissões e coberturas pelos meios de comunicação emergentes.

Michener (1976, p. 355, *apud*, RANEY; BRYANT, 2009) afirma que “um dos relacionamentos mais felizes na sociedade americana é o esporte e a mídia [...] nos primeiros anos deste século⁸, o beisebol prosperou principalmente porque recebia, sem nenhum custo, publicidade no jornal diário e nos jornais dominicais”. Seymour (1690, *apud*, RANEY; BRYANT, 2009) completa ainda que o melhor aliado e defensor que o esporte já encontrou são os repórteres.

No final do século XIX ocorreram diversas mudanças no jornalismo esportivo, e algumas delas foram realizadas para um novo público de massa, a elite. “Como as

⁸ Século XIX

faculdades matriculavam os filhos dos bem-sucedidos, os jogos intercolégiais se transformavam em eventos sociais de elite” (RANEY; BRYANT, 2009). Com isso, diversos jornais realizavam matérias relatando os nomes presentes na torcida em vez de relatar o que ocorria nos jogos, como, por exemplo, nos de futebol americano. Em decorrência disso, o público que buscava uma ascensão se interessa pelo esporte, aumentando ainda mais a demanda de ingressos e coberturas dos jogos universitários nos jornais de massa (*ibidem*, 2009).

A cobertura esportiva não se restringia apenas aos esportes coletivos. Os individuais também possuíam seu espaço. Mott relata que

durante a febre da bicicleta dos anos noventa, muitos dos principais jornais mantinham departamentos especiais para os “*wheelman*”⁹, as vezes editados por autoridades no ramo, dando notícias de ciclistas, das atividades dos clubes de *wheelmen* e dos novos modelos dos fabricantes (1950, p. 579, *apud*, RANEY; BRYANT, 2009).

No final do século XIX e início do XX, o esporte passou a se tornar muito comum nos jornais diários. Quando ocorreu o primeiro *World Series*¹⁰, em 1903, jornais tradicionais e antigos começaram a se interessar mais por esportes até chegar ao patamar atual.

Mott (1950, p.579, *apud*, RANEY; BRYANT, 2009) ressalta que “a ênfase do esporte era característica da imprensa amarela, que desenvolveu para esse departamento um estilo relaxado e divertido. Essa exploração fez com que houvesse interesse nacional na liga de beisebol e no boxe”. McChesney (1989, p. 54, *apud*, RANEY; BRYANT, 2009) acrescenta ainda que “a nacionalização do esporte foi grandemente encorajada por melhorias no transporte, comunicação e mobilidade social”. Para Mott (1950, *apud*, RANEY; BRYANT, 2009), o jornalismo esportivo teve, durante esse período, um desenvolvimento significativo e passou a ser divulgado em páginas especiais, com diagramação, fotos e estilos de notícias próprios.

Durante o mesmo período, houve o surgimento dos “escritores estrelas”, que traziam em seus textos o fervor jornalístico somado ao amor pelo esporte e uma linguagem mais alegre que, combinados, fizeram com que esse jornalismo esportivo

⁹ Gíria americana para quem anda de bicicleta, triciclo, ou piloto de fuga. Disponível em <<https://www.dictionary.com/browse/wheelman>>. Acesso em 03 de Setembro de 2018

¹⁰ A World Series (“série mundial”, em português) é a série final do campeonato de beisebol da Major League Baseball. Disponível em <https://pt.wikipedia.org/wiki/World_Series>. Acesso em 11 de setembro de 2018.

se tornasse muito reconhecido e celebrado no meio da comunicação e entretenimento, como por exemplo, Joe Vila, do *New York Sun* e Damon Runyon, do *Denver Post* e *New York American*.

De certa forma, a Primeira Guerra Mundial também colaborou para o desenvolvimento do jornalismo esportivo, já que os líderes acreditavam que seria bom para os soldados saberem o que ocorria nos esportes como uma forma de distração. Algumas publicações militares cobriam esportes e faziam com que os militares debatessem entre si sobre o tema tratado. Quando retornaram para casa ao fim da guerra e encontraram os jornais com mais cobertura esportiva e mais sofisticada, o interesse pelos esportes aumentou ainda mais.

Alguns jornalistas, como Charley Dryden e Grantland Rice, que fizeram de suas colunas esportivas as mais lidas e divertidas dos jornais da época, deixaram sua marca no jornalismo esportivo norte americano. Segundo Raney e Bryant (2009, n.p), Rice

era o evangelista da diversão, o portador de boas notícias sobre os jogos. Ele estava sempre procurando jovens talentos do esporte, ajudando-os, erguendo-os e compartilhando-os com o resto de nós como nossos heróis. Ele tornou os campos de jogo respeitáveis [...] pelo puro contágio de sua alegria de viver [...].

Desde então, o jornalismo esportivo começou inclusive a estampar a primeira página dos jornais, após um claro amadurecimento dos comentários e textos. A década de 1920 foi considerada inclusive a Era de Ouro dos Esportes, com um crescente amor pelo atletismo, e com a ascensão das páginas esportivas como uma seção central e indispensável até os dias atuais (RANEY; BRYANT, 2009).

4 OS RECURSOS LINGUÍSTICOS NO JORNALISMO

Nos últimos tempos, a internet cresceu muito como meio de comunicação, tornando-se facilitadora do acesso às notícias, que até a época em que havia somente jornais e revistas impressos era impensável. Hoje, um número grande de pessoas opta pelas leituras de versões virtuais online ou web blogs, como meio de consumir as notícias (Mitchelstein and Boczkowski 2009, Tewksbury 2005), inclusive por conta do baixo custo. Esses mesmos motivos justificam a escolha pela versão online dos jornais que serão fonte desta pesquisa.

No entanto, para melhor situar o leitor, apresenta-se, antes, um breve histórico dos respectivos jornais, seguido pelos conceitos de título e suas funções.

4.1 Um Breve Histórico

4.1.1 *The New York Times*

O jornal *The New York Times* é considerado um jornal de referência mundial e um dos maiores do mundo¹¹. Sua primeira publicação ocorreu em 18 de setembro de 1851, por seus fundadores Henry Jarvis Raymond e George Jones. No início, recebeu o nome *New-York Daily Times* e suas edições eram publicadas apenas de segunda a sábado. No ano de 1861, durante o período de guerra civil americana e devido à sede de notícias, o jornal ganhou sua edição dominical.

Em 1896, passou por uma situação financeira ruim e, em agosto desse mesmo ano, Adolph S. Ochs, um editor de jornais decidiu comprá-lo, adotando, logo em dezembro, o nome pelo qual é conhecido até hoje. Ochs fez com que o *Times* se tornasse um diário respeitado mundialmente, criando, inclusive, uma revista dominical e se empenhando na tentativa de eliminar a ficção das notícias.

A exploração imaginativa e arriscada do jornal e de todos os recursos disponíveis para relatar todos os detalhes do naufrágio do Titanic em abril de 1912 aumentou muito seu prestígio. Em sua cobertura sobre as duas guerras mundiais, o *Times* continuou melhorando sua reputação de excelência em notícias mundiais.

O *NY Times* já ganhou 125 prêmios Pulitzer¹² desde 1918, sendo premiado

¹¹ Segundo a *Encyclopædia Britannica*. Disponível em < <https://www.britannica.com/topic/The-New-York-Times> > Acesso em 15 de Outubro de 2018

¹² Instituído em 1917, após a morte de seu criador, jornalista e editor, Joseph Pulitzer, o Prêmio Pulitzer é o mais importante concedido ao jornalismo norte-americano, pela Universidade de Columbia. É entregue aos profissionais que se destacam nos campos do jornalismo, da literatura e da

mais vezes do que qualquer organização de notícias. No final dos anos 1990, mais especificamente em janeiro de 1996, o jornal americano ganhou sua versão *online* com o site *www.nytimes.com*, possibilitando seu acesso em todo o mundo.

4.1.2 O Globo

O jornal O Globo foi fundado em 29 de julho de 1925, com sede no Rio de Janeiro, pelo jornalista Irineu Marinho, que anteriormente já havia criado o jornal “A Noite”, em 1911. Embora tenha vendido seu controle para um dos sócios, com o acordo de recomprar as ações posteriormente, isso não ocorreu e, assim, perdeu o título do jornal. Retornando de uma viagem à Europa, Irineu Marinho se dedicou à criação de um novo jornal, surgindo, então, O Globo.

Marinho só comandou seu jornal por 23 dias, pois nesse mesmo ano, em 21 de agosto, veio a falecer, deixando Eurycles de Mattos à frente do periódico, já que seu filho, Roberto Marinho, ainda era muito novo. Eurycles consolidou o vespertino num trabalho incansável e Roberto só assumiu a direção em 1931, após o falecimento de seu antecessor.

Em 1962 o jornal começou a ser publicado pela manhã e no dia 02 de julho de 1972 iniciou suas edições dominicais, tornando-se o primeiro jornal brasileiro a circular aos domingos¹³, sendo hoje um dos jornais com maior tiragem do país. Em 29 de julho de 1996, O Globo lançou seu site, como uma das comemorações do seu aniversário de 71 anos e, ao longo dos anos, continuou aderindo às novas tecnologias com versões *mobile* e aplicativos para celular.

4.2 Os Títulos

O título de uma notícia, normalmente é a primeira informação a ser lida, seja nos jornais impressos ou online e é um grande determinante para que o leitor decida se prosseguirá lendo, ou não, além de estar cada vez mais simples e eficiente ao falar sobre o assunto abordado (Comasseto, 2001). Douglas (1966, p. 24) afirma

música. Disponível em < <https://www.infoescola.com/jornalismo/pulitzer/>> Acesso em 15 de outubro de 2018

¹³ Segundo o site PROPMARK. Disponível em <<http://propmark.com.br/premios/confira-as-40-empresas-premiadas-com-o-marketing-best-edicao-especial-20-anos>> Acesso em 16 de Outubro de 2018

que “a vista do leitor percorre rapidamente a página, detendo-se momentaneamente em cada título. Quase instantaneamente ele decide, com fundamento nesse relance, se lerá ou não o texto”.

As manchetes e títulos se tornaram as grandes responsáveis pela venda dos jornais, pois além de uma tipografia maior do que o dos textos das matérias que anunciam, elas são elaboradas de forma criativa, fazendo uso de elementos linguísticos especiais e capazes de imprimirem a marca do veículo em que estão inseridas – os quais serão abordados nas análises que se pretendem neste trabalho – para obterem a atenção do leitor.

Guimarães (1990, p. 50) ressalta que, como o título é parte importante da mensagem a ser passada, é considerado “um fator estratégico da articulação do texto, podendo desempenhar função factual e de chamada como função poética e expressiva”. É considerado factual ou de chamada quando resume as principais linhas do texto, no caso de uma notícia, destaca o “acontecimento principal, história, antecedentes, consequências ou expectativas”. Já o poético e expressivo, resume o texto, explica-o, e deixa a possibilidade de uma leitura interpretativa (idem, 1990).

Sales (2008, p.6), afirma que “ao se escrever um texto torna-se obrigatório organizá-lo de maneira que se torne compreensível para quem lê. A leitura é individual, ou melhor, pessoal e nela sua compreensão”, ou seja, deve-se facilitar a leitura para que o leitor entenda exatamente o que o texto pretende passar, destacando-se, portanto, a necessidade de que ele seja claro, objetivo, resuma a notícia e que atraia o leitor, persuadindo-o a ler a matéria, ou, pelo menos, a comprar o jornal.

Luiz Amaral (1987) afirma que para se resumir a notícia, deve-se conter a “ideia central”, “a mais jornalística possível do assunto que ele assinala”, para isso, é necessário que se utilizem “palavras curtas, usuais, colocadas em estilo correto”. Bahia (1974), especifica que uma das funções do título no jornalismo moderno é a de extrair do texto “essência, interesse, objetividade, atualidade, novidade; transmitir o impacto da notícia; reunir concisamente o conteúdo da notícia; informar, sintetizando e valorizando a notícia.”

Decorrente disso, portanto, o título não pode ser inexpressivo ou confuso, uma vez que ele deve dar ao leitor uma ideia denotada do acontecimento anunciado,

já em sua primeira leitura e a localização das páginas em que estão inseridos, como também os diversos tamanhos dos tipos empregados em sua escrituração irão permitir que se deduza qual a relevância das notícias divulgadas.

No jornalismo moderno, a concepção de objetividade segue o modelo norte-americano, responsável pela introdução do *lead* e do *copydesk* na imprensa brasileira, a partir dos anos 50, em que o redator prima por ofertar um texto objetivo e conciso, cujo início deveria conter um parágrafo (*lead*) com as informações mais relevantes da notícia, respondendo às perguntas básicas sobre o fato: Quem? O quê? Quando? Onde? Como? Por quê?

Douglas (1966, p.24) afirma que as características principais que distinguem o *lead* do título é que uma das principais características do *lead* é falar por meio de orações e períodos organizados livremente, já o título é expresso com um número limitado de palavras, cuidadosamente escolhidas, de modo que se possa extrair delas o máximo efeito. Conclui, ainda, ser o título, portanto, um *super-lead*, ou ainda, a condensação do *lead*.

Considera Burnett (1976, p.37) que o título é mais importante que o *lead*, ao se considerar o ponto de vista do consumidor, dado que se não houver um título atraente, o leitor jamais chegará à leitura do *lead*. Para ele, “a notícia, como os homens, vale pelos títulos.”

Bertolini (2014) propõe uma diferença nos títulos das notícias divulgadas em jornais impressos e *online*, já que, segundo ele, neste último, a quantidade de palavras tende a ser maior, o que pode indicar que o título seja mais completo, com maior quantidade de informação. Faria (2001) afirma que “o texto de manchetes e títulos inclui uma sintaxe específica”, e que se soma ao uso das funções de linguagem, cujo papel é fundamental no texto jornalístico:

(...) a presença das várias funções combinadas nos títulos e manchetes, determinam aquilo que vai atingir o leitor: o denotativo ou referencial, com os elementos básicos do fato (o que, quem, quando, onde etc.); o conotativo, no conteúdo ideológico, claro ou subtendido da informação [...]; a função poética, [...] como jogo de palavras e sons, imagens, enfim, o uso de figuras de retórica presente na linguagem escrita (2001, p.197).

4.3 A Argumentação

Ducrot e Todorov (*apud* Citelli, 2002, p. 8), relatam que “o aparecimento da retórica como disciplina específica é o primeiro testemunho, na tradição ocidental,

duma reflexão sobre a linguagem. Começa-se a estudar a linguagem não enquanto ‘língua’, mas enquanto ‘discurso’¹⁴. Os artifícios retóricos que podem ser utilizados para cobrir o texto com um caráter de objetivação se delimitam no que é conhecido como manipulação dialética, ou seja,

operação que consiste em utilizar o discurso cognitivo (enunciador) para transformá-lo em discurso referencial (enunciado – transferência de ideias), proposto com a finalidade de se constituir um novo discurso cognitivo (texto decifrado pelo enunciatário) (Sales, 2008, p.16).

Aristóteles define a retórica como

a faculdade de ver teoricamente o que, em cada caso, pode ser capaz de gerar a persuasão. Nenhuma outra arte possui esta função, porque as demais artes têm sobre o objeto que lhes é próprio, a possibilidade de instruir e de persuadir; por exemplo, a Medicina, sobre o que interessa à saúde e à doença, a Geometria, sobre as variações das grandezas, a Aritmética, sobre o número; e o mesmo acontece com as outras artes e ciências. Mas a Retórica parece ser capaz de, por assim dizer, no concernente a uma dada questão, descobrir o que é próprio para persuadir. Por isso dizemos que ela não aplica suas regras a um gênero próprio e determinado. (Aristóteles, s.d., p. 33)

Desde os gregos, a argumentação se dava de modo convincente, uma vez que praticavam uma forma de democracia e expunham suas ideias publicamente. De acordo com Citelli (2007, p. 6) cabe à retórica mostrar as maneiras de organizar as palavras a fim de convencer alguém sobre determinada verdade. Em vista disso, para o autor a neutralidade jornalística é um mito, já que “o elemento persuasivo está colado ao discurso, como a pele ao corpo”, portanto, difícil encontrar algum tipo de organização discursiva que consiga fugir da persuasão.

Com o passar do tempo, a retórica passa a ser vista apenas como uma forma de embelezar o discurso, ganhando inclusive um tom pejorativo e perdendo sua importância. Até que, na segunda metade do século XX, ela passa por uma renovação por meio dos estudos direcionados para Análise do Discurso, Semântica Argumentativa, entre outros, responsáveis por sua restauração (Citelli, 2007).

Ao escolher o ponto de vista sobre como os fatos serão anunciados nos títulos de suas reportagens (como possibilidades ou certezas; o posicionamento dos elementos textuais em seu início, em seu desenrolar ou em seu fim), o jornal

¹⁴ Segundo Maingueneau (2001) são comumente chamados de discursos os enunciados solenes ou falas incosequentes, e que este termo pode denominar qualquer uso restrito da língua. Guimarães (1990) afirma ainda que o discurso e texto são sinônimos, e assim podem ser usados sem distinção.

instaura no texto um nível de atenção e expectativa do leitor diante dos fatos, podendo apresentá-los como já realizados, como prováveis, como ainda em andamento, como possíveis, não sendo, portanto, apenas o fato ocorrido que se torna notícia, mas também o que ainda pode vir a acontecer ou o que é esperado que aconteça. É a arte da retórica que se faz presente, ainda que de forma inconsciente, mas nunca despretensiosa.

Charaudeau (2009) inaugura a teoria dos sujeitos, propondo a existência de uma identidade social e de uma outra discursiva, na elaboração do texto. A social diz respeito a um sujeito com traços biológicos e sociais e depende do reconhecimento de um tu numa determinada situação. A identidade discursiva remete a um sujeito de fala e sua determinação se dá pelos papéis enunciativos que assumem, pelos modos como toma a palavra e é essa identidade que interessa a este trabalho, pois intimamente ligada à argumentação.

A partir da análise das marcas linguístico-textuais que representam o sujeito da enunciação, no caso, os jornais em questão, este trabalho se posiciona como o sujeito destinatário da notícia e também como seu protagonista, ou seja, assume a responsabilidade de sua interpretação, a partir da linguagem colocada em cena, dos valores informativos que acarretam as mudanças na significação dos títulos de uma mesma notícia, compartilhando, portanto, a responsabilidade do ato de comunicação.

Observar-se-ão as escolhas realizadas pelos sujeitos, a fim de alcançarem seus objetivos, considerando que certos elementos da gramática da língua (advérbios, preposições, operadores argumentativos e até palavras que não se ajustam aos parâmetros tradicionais das classes gramaticais) se constituem como marcas linguísticas indicadoras da intencionalidade da notícia e de sua argumentatividade, indicando o sentido para o qual os títulos apontam, ainda que seu conteúdo informativo tome direção oposta, permitindo que se perceba que nem tudo o que é dito tem apenas o caráter informativo, ou seja, argumenta-se já no título, pois junto da informação há uma parcela de opinião capaz de influenciar sua leitura.

Para as análises, foram escolhidas marcas linguísticas específicas, como por exemplo, verbos modais que inserem o discurso relatado (Defesa de James Feigen alega que nadador americano foi vítima de extorsão/ Americanos falam em privilégio

branco/ Lochte pode perder contratos milionários / Polícia brasileira recomenda acusações/ Polícia apura se nadadores americanos inventaram assalto), operadores argumentativos (Comitê dos EUA e Rio-2016, porém, não confirmam informação), nomes modalizadores de possibilidade (A evidência de que Ryan Lochte mentiu / Alegação de roubo dos nadadores americanos) e verbos *dicendi*, que inserem a voz de autoridade (Juíza diz que nadadores americanos não estavam abalados / Testemunha diz que nadadores americanos / Nadadores americanos devem desculpas aos cariocas, diz Chefe da Polícia), no entanto, os outros elementos da língua que tenham importância na construção dos significados não serão excluídos de análise.

5 ANÁLISE

No decorrer deste capítulo será realizada a análise dos títulos e subtítulos das notícias selecionadas sobre o Caso Lochte, no período de 14 de agosto de 2016 a 8 de setembro do mesmo ano, dos jornais O Globo e *The New York Times*, online. Tem-se por objetivo realizar uma comparação das estratégias discursivas e elementos textuais utilizados para divulgação do mesmo fato em seus títulos e que orientam as várias formas de interpretação.

14 DE AGOSTO

The New York Times

Figura 1: título americano publicado dia 14 de agosto



Fonte: Site do *The New York Times*. Disponível em <<https://www.nytimes.com/2016/08/15/sports/olympics/ryan-lochte-and-three-teammates-robbed-at-gunpoint.html>>

Ryan Lochte e três companheiros de equipe são assaltados a mão armada

Nessa edição, tem-se apenas a manchete, em que se topicalizam os personagens, dando ênfase, portanto, a esse elemento da narrativa. Ryan Lochte é o único apresentado pelo nome e sobrenome, o que denota ser ele uma figura que pode ser reconhecida por esse caracterizador. Os demais personagens são modalizados como “três companheiros de equipe”, conotando a menor importância que têm, no cenário em que se dá o fato, ou seja, os Jogos Olímpicos.

Por meio da expressão adverbial de modo “a mão armada” o jornal insere um conteúdo informativo, que amplia o grau de violência em que se deu o fato.

O GLOBO

Figura 2: Título brasileiro publicado em 14 de agosto



Fonte: Site do O Globo. Disponível em <<https://oglobo.globo.com/esportes/campeao-olimpico-ryan-lochte-assaltado-mao-armada-apos-sair-de-festa-no-rio-19920003>>

Campeão Olímpico, Ryan Lochte é assaltado a mão armada após sair de festa no Rio

Comitê dos EUA e Rio-2016, porém, não confirmam informação de jornalista de TV

Na primeira notícia veiculada no jornal O Globo, observa-se a presença de um subtítulo, cujo teor toma direção oposta ao que se anuncia no título.

O título dá ênfase ao modalizador de caracterização “campeão olímpico”, cuja função é informar a importância do personagem, que aparece como única vítima do ocorrido.

A expressão adverbial de modo “a mão armada” continua inserindo um conteúdo informativo, que amplia o grau de violência com que se deu o fato, mas ao ser seguida de outra expressão adverbial, que informa quando esse mesmo fato ocorreu e onde estava o nadador, “após sair de festa no Rio”, inicia-se uma provável desconstrução de sua veracidade, uma vez que depois de uma festa, pode-se questionar a sobriedade dos personagens.

Essa provável desconstrução é ratificada pelo teor do subtítulo, em que dois institutos, cuja seriedade não se questiona, são topicalizados a fim de que se enfatize esses novos personagens que não confirmam a notícia.

O uso do operador argumentativo “porém” introduz uma relação semântica de restrição à tese apresentada no título, deixando o leitor com duas perguntas para o fato: verdade? Mentira?

16 DE AGOSTO

The New York Times

NÃO HOUE NOTÍCIA PUBLICADA

O GLOBO

Figura 3: Título brasileiro publicado em 16 de agosto



Fonte: Site do *O Globo*. Disponível em <<https://oglobo.globo.com/rio/por-versoes-contraditorias-policia-apura-se-nadadores-americanos-inventaram-assalto-19938149>>

Por versões contraditórias, polícia apura se nadadores americanos inventaram assalto

Agentes do FBI acompanham investigações da Polícia Civil

O título começa dando ênfase ao fato, topicalizando o que se considera mais importante, ou seja, que os nadadores se contradisseram em seus relatos, conduzindo o leitor à possibilidade de que o assalto pode ter sido uma mentira. Seguido pelo verbo modal “apura”, que informa a ação da polícia em relação ao caso e insere o discurso relatado, introduzido pelo operador argumentativo condicional “se”, em “se nadadores americanos inventaram assalto”, o jornal ratifica a possibilidade trazida no trecho topicalizado.

Ainda sobre o título, é importante verificar que os personagens se misturam. Todos se tornam “nadadores”. Não há destaque para nenhum deles, nem qualquer outro modalizador que os qualifique.

O subtítulo insere novos personagens modalizados, que trazem para o texto e o caso que será investigado um grau mais elevado de sua importância, por se tratar de uma organização mundialmente reconhecida.

17 DE AGOSTO

*The New York Times***Figura 4:** Título americano publicado em 17 de agosto

Fonte: Site do *The New York Times*. Disponível em <<https://www.nytimes.com/2016/08/18/sports/olympics/ryan-lochte-jimmy-feigen-gunnar-bentz-jack-conger.html>>

Quem são os nadadores que estavam com Ryan Lochte?

Ryan Lochte é o único personagem citado (nome e sobrenome). A abertura do título com a pergunta “quem são os nadadores” denota a menor importância que estes últimos têm em seu próprio país, pois o fato correu dia 14 e no dia 17, o jornal ainda desconhece seus nomes.

O GLOBO

Figura 5: Título brasileiro publicado em 17 de agosto

Fonte: Site do O Globo. Disponível em <<https://oglobo.globo.com/rio/juiza-diz-que-nadadores-americanos-nao-estavam-abalados-quando-chegaram-na-vila-dos-atletas-19940623>>

Juíza diz que nadadores americanos não estavam abalados quando chegaram na Vila dos Atletas

Justiça proibiu Ryan Lochte e James Feigen de deixarem o país

O título enfatiza a voz de autoridade, topicalizando-a. A voz da personagem juíza é introduzida pelo verbo *dicendi* “diz”, que informa o fato.

Os personagens nadadores não foram caracterizados separadamente, não houve distinção entre eles, todos pareciam se comportar da mesma forma, ao chegarem à Vila dos Atletas, pois a informação “não estavam abalados”, traz mais indícios de que o agora já suposto assalto poderia ser uma mentira, já que um

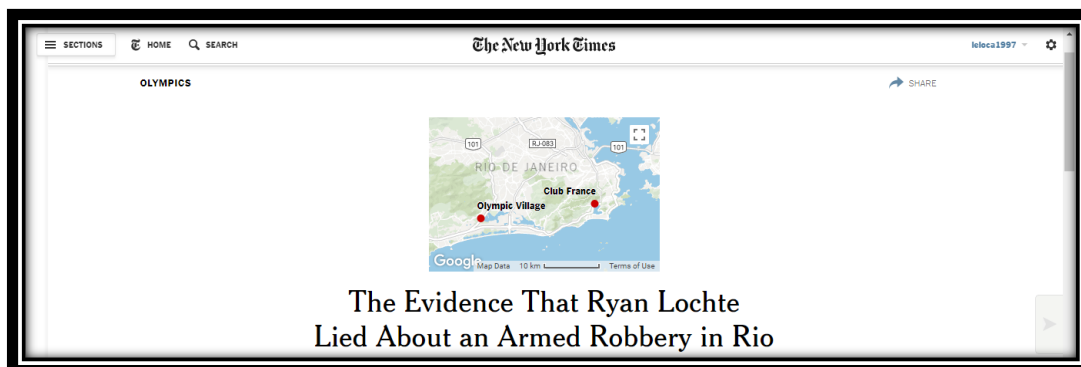
evento violento, como descrito pelos atletas em relatos anteriores, deveria tê-los deixado emocionalmente abalados.

O subtítulo também topicaliza um novo personagem, introduzido de forma metonímica, ou seja, a autoridade judicial “juíza”, que constitui a parte, foi substituída por “Justiça” que, por sua vez, representa o todo. A ação de proibir também ganha relevância na construção frásica padrão. Dessa vez, não apenas Lochte foi apresentado com nome e sobrenome, identifica-se, também, o nadador James Feigen, conferindo-lhe, assim, um grau de importância semelhante no que tange à responsabilidade pelo fato que foi narrado pelos nadadores às autoridades policiais. Lochte e Feigen ficam proibidos de deixar o país.

18 DE AGOSTO

The New York Times

Figura 6: Título americano publicado em 18 de agosto



Fonte: Site do *The New York Times*. Disponível em <<https://www.nytimes.com/interactive/2016/08/18/sports/olympics/evidence-ryan-lochte-lied-armed-robbery-rio.html>>

A evidência de que Ryan Lochte mentiu sobre assalto a mão armada no Rio

O substantivo “evidência”, topicalizado no título, introduz a ideia de certeza sobre o fato de o nadador ter mentido sobre o “assalto”, modalizando a história, e, dessa forma, percebe-se o quanto há de informação e o quanto há de manipulação da informação no texto informativo, dando condições ao leitor de compreender que junto da informação há uma parcela de opinião.

Os outros modalizadores já foram destacados em análise anterior.

O GLOBO – 1

Figura 7: Título brasileiro publicado em 18 de agosto



Fonte: Site do O Globo. Disponível em <<https://oglobo.globo.com/rio/testemunha-diz-que-nadadores-americanos-nao-queriam-que-policia-fosse-chamada-durante-confusao-em-posto-de-gasolina-19953431>>

Testemunha diz que nadadores americanos não queriam que polícia fosse chamada durante confusão em posto de gasolina

O DJ Fernando Deluz auxiliou na tradução da conversa entre os atletas e os seguranças

O título começa trazendo uma nova personagem, cuja voz é de autoridade, já que é alguém que teria presenciado o ocorrido. O verbo *dicendi* “diz”, que introduz o discurso relatado, isenta o jornal de responsabilidade sobre o que vai ser dito: nadadores americanos não queriam que polícia fosse chamada durante confusão em posto de gasolina.

Os personagens são apresentados de forma generalizada, sem qualquer forma de modalização, passando a ideia da responsabilidade de todos sobre o fato. O modalizador temporal “durante confusão em posto de gasolina” além de situar o momento do fato relatado, confere aos nadadores uma imagem negativa, pois fica implícito, de forma subentendida, que eles foram os causadores da confusão.

O subtítulo é iniciado citando o novo personagem, apresentado com nome e sobrenome e cujo modalizador de caracterização é expresso por sua função: “DJ”.

O GLOBO – 2

Figura 8: Segundo título brasileiro publicado em 18 de agosto



Fonte: Site do O Globo. Disponível em <<https://oglobo.globo.com/rio/lochte-pode-perder-contratos-milionarios-caso-se-comprove-que-assalto-era-mentira-19948884>>

Lochte pode perder contratos milionários caso se comprove que assalto era mentira

Quatro grandes marcas podem se desvincular de nadador americano

A ação apresentada pela locução verbal “pode perder”, tem o verbo modal “pode” como um modalizador de possibilidade, indicando, no entanto, que há chances também de que tal fato não ocorra, pois precisa, antes, ser confirmado, o que se verifica em “caso se comprove que assalto era mentira”.

O subtítulo intensifica a perda de Lochte, quando topicaliza o número dos patrocinadores e utiliza, em concomitância, o modalizador de caracterização “grandes” para defini-los. Tudo colabora para que se enfatize a perda, que no título é descrita sob o nome de “contratos”, modalizado pelo adjetivo “milionários”. O uso do mesmo verbo modal ratifica a ideia de possibilidade.

19 DE AGOSTO

The New York Times

Figura 9: Título americano publicado em 19 de agosto



Fonte: Site do *The New York Times*. Disponível em <<https://www.nytimes.com/2016/08/20/sports/olympics/ryan-lochte-apology-rio-olympics.html>>

Ryan Lochte se desculpa “pelo meu comportamento” após alegação de assalto no Rio

O título é iniciado topicalizando o personagem “Ryan Lochte”, que se torna o foco da notícia, assim como a ação que realiza – “se desculpa” –, que introduz eufemisticamente a voz do personagem “pelo meu comportamento”, deixando implícita a farsa que ele mesmo manipulou. O modalizador adverbial “após alegação de assalto no Rio” retoma o fato que é novamente eufemizado pelo meio substantivo “alegação”, mas que marca, ao mesmo tempo, a pressuposição de que o fato era uma mentira.

O GLOBO

Figura 10: Título brasileiro publicado em 19 de agosto



Fonte: Site do O Globo. Disponível em <<https://oglobo.globo.com/rio/ryan-lochte-pede-desculpas-por-comportamento-por-nao-ter-sido-sincero-19955210>>

***Ryan Lochte pede desculpas por comportamento e por ‘não ter sido sincero’
E tenta se justificar: “traumático estar com seus amigos tarde da noite no exterior, com a barreira do idioma, e ter um estranho com uma arma apontada para você pedindo dinheiro para deixá-lo ir embora”***

O título topicaliza o personagem e traz a ação que realiza acompanhada de uma justificativa, passando a ideia, em um primeiro momento, de que o atleta americano teria se arrependido de sua atitude. A seguir, o jornal insere a voz do personagem no subtítulo, revelando uma outra imagem do atleta, em que se percebe sua tentativa de continuar manipulando o que realmente ocorrera.

22 DE AGOSTO

The New York Times

Figura 11: Título americano publicado em 22 de agosto



Fonte: Site do *The New York Times*. Disponível em <<https://www.nytimes.com/2016/08/23/sports/olympics/speedo-drops-ryan-lochte-as-rio-fallout-continues.html>>

Ryan Lochte é deixado por Speedo USA e outros patrocinadores

Novamente o jornal traz o personagem topicalizado no título. *Dropped by* introduz seu “castigo” pela farsa que orquestrou, pois, as marcas que o patrocinavam estariam deixando Lochte “sozinho”. A presença do nome da *Speedo USA* denota a importância de um de seus patrocinadores, no entanto, ao se referir aos demais, modaliza-os com o pronome “outros” em “outros patrocinadores”, não deixando claro, dessa forma, quantos são ou mesmo se Lochte teria perdido o contrato com todos eles.

O GLOBO

Figura 12: Título brasileiro publicado em 22 de agosto



Fonte: Site do O Globo. Disponível em <<https://oglobo.globo.com/esportes/ryan-lochte-perde-seus-quatro-patrocinadores-19971666>>

Ryan Lochte perde seus quatro patrocinadores ***Prejuízo do nadador americano pode chegar a US\$ 1 milhão***

Assim como no texto do *The New York Times*, o personagem é topicalizado, no entanto, o título deixa claro que o atleta perdeu todos seus patrocinadores, pois estes foram modalizados pelo possessivo “seus” seguido do cardinal “quatro”, em “seus quatro”.

No subtítulo, a ênfase é dada à perda, ao se topicalizar o nome “prejuízo”. O verbo modal “pode” em “pode chegar” insere a perspectiva da possibilidade de que o prejuízo do atleta seja igual ou menor que o valor divulgado.

25 DE AGOSTO

The New York Times

Figura 13: Título americano publicado em 25 de agosto



Fonte: Site do *The New York Times*. Disponível em <<https://www.nytimes.com/2016/08/26/world/americas/ryan-lochte-brazil-charges.html>>

Polícia brasileira recomenda acusações contra Ryan Lochte

Um novo personagem é inserido no contexto e destacado no título, uma vez que topicalizado. A ação modalizada pelo verbo modal “recomenda” em “recomenda acusações”, traz a ideia da possibilidade de que seja feita ou não a acusação contra o atleta, que é citado apenas no final do título.

O GLOBO

Figura 14: Título brasileiro publicado em 25 de agosto



Fonte: Site do O Globo. Disponível em <<https://oglobo.globo.com/rio/lochte-indiciado-pela-policia-por-falsa-comunicacao-de-crime-19995720>>

Lochte é indiciado pela polícia por falsa comunicação de crime ***Nadador americano relatou ter sofrido assalto, mas investigação desmontou farsa***

Sobre o mesmo fato, O Globo traz o personagem em destaque, caracterizado apenas pelo sobrenome, o que denota que seus leitores sabem sobre quem se fala. A ação é introduzida pelo verbo “indiciado”, o que não deixa qualquer dúvida de que as ações do atleta serão apuradas por constituírem prática de infração penal, que, no próprio título já vem definida como “falsa comunicação de crime”.

O subtítulo também topicaliza o personagem, caracterizado pelo modalizador “nadador”. A ação é informada pelo *dicendi* “relatou” que introduz um discurso relatado construído por meio de uma reduzida de infinitivo e que exime o jornal da

responsabilidade do que foi dito pelo personagem nadador. O operador argumentativo de oposição “mas” insere o argumento maior, que desacredita a fala de Lochte, desmascarando-o totalmente.

8 DE SETEMBRO

*The New York Times***Figura 15:** Título americano publicado em 8 de setembro

Fonte: Site do *The New York Times*. Disponível em <<https://www.nytimes.com/2016/09/09/sports/olympics/ryan-lochte-suspended-10-months-for-rio-scandal.html>>

10 meses de banimento para Ryan Lochte após escândalo no Rio é, em grande parte, simbólico

O jornal opta por topicalizar a punição dada ao personagem, citado por nome e sobrenome. Em seguida o trecho “após escândalo no Rio” realiza uma recapitulação do ocorrido, mas deixa implícito e sob forma de subentendido, o fato a que se refere.

Já o trecho final “em grande parte, simbólico” retoma a punição dada ao atleta e a modaliza, pois funciona sintaticamente como predicativo e deixa aberto para o leitor algumas possibilidades de interpretação, sob a forma de subentendido: que a punição deveria ser maior, ou que essa punição foi aplicada apenas com intuito de servir de exemplo, ou “aviso”, de modo a mostrar que o órgão punidor, que na manchete não fica definido, é eficiente, ou ainda, que não será pelo fato de ser uma celebridade que o órgão deixará de punir quem não respeitar os países signatários de suas leis e isso só para citar algumas possibilidades que podem favorecer a imagem desse órgão.

Há, no entanto, outras leituras subentendidas e que podem trazer um outro ponto de vista sobre o órgão punidor, por meio também do predicativo modalizador “em grande parte, simbólico”, ou seja, que justamente pelo fato de o nadador ser uma celebridade, a punição terá apenas um valor representativo de exemplo, o que estaria manchando a imagem desse órgão.

Ainda sobre o predicativo modalizador, pode-se afirmar que ele minimiza o próprio fato ocorrido, ou seja, a farsa criada por Lochte e os demais nadadores

envolvidos e exclui, por exemplo, as competições importantes que o principal personagem desse episódio perderá, ao ser afastado por dez meses do esporte que pratica.

O GLOBO

Figura 16: Título brasileiro publicado em 8 de setembro



Fonte: Site do O Globo. Disponível em <<https://oglobo.globo.com/esportes/ryan-lochte-sera-suspenso-por-dez-meses-perdera-mundial-de-natacao-20072191>>

Ryan Lochte será suspenso por dez meses e perderá Mundial de Natação *Nadador será punido por escândalo de falso assalto durante Jogos Olímpicos*

Mais uma vez é dado destaque ao personagem, topicalizando-o. A certeza de uma punição é enfatizada e valorizada pela informação de que perderá um novo campeonato, levando ao leitor a ideia de que é uma punição justa.

O subtítulo traz uma recapitulação do motivo da punição, modalizado pela locução adverbial indicativa de temporalidade e lugar, concomitantemente, “*durante Jogos Olímpicos*”, de modo a situar o leitor no tempo e espaço geográfico, reavivando, ainda, em sua memória, o caráter do personagem, que é modalizado pelo nome “nadador”, seguido do ato que realizara e o levou à punição “*por escândalo de falso assalto*”.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após o surgimento do *webjornalismo* as notícias podem ser acessadas mais facilmente e a qualquer tempo, tornando o acesso à informação mais abrangente. O caso abordado neste trabalho teve repercussão mundial, inclusive por meio do *webjornalismo*, sendo assim um bom exemplo para mostrar que os títulos das notícias possuem leituras individuais, variando de leitor para leitor e, com isso, algumas interpretações possíveis, embora haja sempre uma forma de manipulação que pode induzir esse mesmo leitor a pensar como o autor.

Com o desenvolvimento do presente trabalho, tornou-se possível observar a maneira diferenciada com que ambos os jornais trataram o mesmo fato, as diferenças nos enfoques, os vocábulos selecionados e as ideias que procuram transmitir a seus leitores, asseguradas por meio dos recursos linguísticos usados.

Posteriormente à análise comparativa dos títulos nos jornais, O Globo e *The New York Times*, pôde-se perceber semelhanças e diferenças entre eles na forma como o Caso Lochte, ocorrido durante as Olimpíadas Rio-2016, foi divulgado, como por exemplo o destaque dado ao nadador americano, Ryan Lochte, cuja topicalização foi mais comum em O Globo.

Em contrapartida, O Globo foi o jornal *online* que mais fez referência aos outros atletas envolvidos no evento, mesmo que não tendo citado seus nomes, apenas referindo-se a eles como “nadadores americanos”. Já o jornal *The New York Times* dava destaque, na maioria das vezes, apenas a Ryan Lochte.

Os verbos modais utilizados podem trazer entre outros significados, a conotação de possibilidade ou veracidade dos fatos apurados. Ao analisar os operadores argumentativos, observou-se que o jornal *online* O Globo fez uso desse recurso linguístico com objetivo de desconstruir a história criada por Ryan Lochte.

Observa-se também que ambos jornais, mas principalmente o brasileiro, fez uso dos verbos *dicendi*, buscando assim se isentar da responsabilidade pelo que foi dito, ao utilizar trechos de falas dos personagens, introduzindo, dessa forma, o discurso relatado. O que também impregna no texto maior veracidade, uma vez que faz citação direta do que foi dito, ocorrendo o mesmo quando insere as vozes de autoridade.

Após a realização da análise, pode-se perceber que as manchetes provocam leituras que nem sempre têm a mesma conotação, devido à direção argumentativa que se toma, uma vez que, segundo Citelli (2007), a neutralidade dentro do jornalismo seria um mito, pois os elementos persuasivos do discurso buscam fazer com que o leitor seja levado a pensar como o autor, a exemplo das últimas manchetes analisadas, em que no primeiro título o autor refere-se à punição de Ryan Lochte de forma ambígua, enquanto no O Globo, induz-se apenas a ideia de que esta foi bem aplicada pelo fato do atleta ficar impedido de participar do Mundial de Natação.

É importante salientar que o presente trabalho não esgota todas as possibilidades de análises dos títulos jornalísticos, nem no que tange o Caso Lochte. As análises aqui apresentadas apenas pretendem contribuir para o aumento dos estudos sobre a importância dos recursos linguísticos na construção dos textos jornalísticos, no que tange à argumentação.

7 REFERÊNCIAS

- ABREU, António Suarez. **A arte de argumentar—gerenciando razão e emoção**. Ateliê Editorial, 2008.
- AMARAL, Luiz. **Técnica de Jornal e Periódico**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1987.
- ARISTÓTELES. **Arte retórica e arte poética**. Rio de Janeiro: Ediouro, s.d..
- BAHIA, Juarez. **Jornal: História e Técnica**. Serviço de Documentação: Ministério da Educação, 1974
- BARBEIRO, Heródoto S.; LIMA, Paulo Rodolfo de. **Manual de jornalismo para rádio, TV e novas mídias**. Elsevier, 2013.
- BARBEIRO, Heródoto; RANGEL, Patricia. **Manual do jornalismo esportivo**. Editora Contexto, 2006.
- BELTRÃO, Luiz. **A imprensa informativa**. São Paulo: Folco Masucci, 1969. Coleção Mass-Media, vol.1.
- BERTOLINI, Jeferson. O título da notícia na internet: funções clássicas e impactos na leitura e na compreensão do texto. **Revista Científica Ciência em Curso**, v. 3, n. 2, p. 99-110, 2014.
- BORELLI, Viviane. **O esporte como uma construção específica no campo jornalístico**, 2002. Disponível em <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R2356-1.pdf>> Acessado em 20 de Julho de 2018.
- BURKE, Peter; BRIGGS, Asa. **Uma história social da mídia: de Gutenberg à internet**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.
- CANAVILHAS, João Manuel Messias. **Webjornalismo: considerações gerais sobre jornalismo na web**. 2003. Disponível em <https://ubibliorum.ubi.pt/bitstream/10400.6/4358/1/CAP%C3%8DTULO_WebjornalismoConsidera%C3%A7%C3%B5esgerais.pdf> Acesso em 05 de Maio de 2018
- CASTELLS, Manuel; MAJER, Roneide Venâncio; GERHARDT, Klauss Brandini. **A sociedade em rede**. Fundação Calouste Gulbenkian, 2002.

CHARAUDEAU, Patrick. **Identidade social e identidade discursiva, o fundamento da competência comunicacional**. O trabalho da tradução. Rio de Janeiro: Contra Capa, p. 309-326, 2009.

CITELLI, Adilson. **Linguagem e persuasão**. Editora Atica, 2002.

COELHO, Paulo Vinicius. **Jornalismo esportivo**. Editora Contexto, 2003.

COMASSETTO, Leandro Ramires. **As razões do título e do lead: uma abordagem cognitiva da estrutura da notícia**. 2001. Disponível em <<https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/80216/180597.pdf?sequence=1>> Acesso em 13 de Outubro de 2018

DE MELO, Jose Marques. **Jornalismo opinativo: gêneros opinativos no jornalismo brasileiro**. Mantiqueira, 2003.

DEJAVITE, Fabia Angelica. Infotainment nos impressos centenários brasileiros. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, v. 5, n. 1, p. 37-48, 2008.

DOUGLAS, Joaquim. **Jornalismo: a técnica do título**. São Paulo: Livraria Agir Editora, 1966.

FARIA, M. A. Manchetes e títulos no jornalismo impresso brasileiro: o dito e o não-dito. IN: AZEVEDO, J. C. **Letras e comunicação**. Rio de Janeiro: Vozes, 2001.

FERRARI, Pollyana. **Jornalismo digital**. 4.ed. São Paulo. Editora Contexto, 2007.

GUIMARÃES, Elisa. **A articulação do texto**. Ática, 1990.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Editora 34, 2010.

LOPEZ, Débora Cristina; DA MATA, José Henrique. **Os gêneros jornalísticos e sua aplicação no radiojornalismo**. 2009. Disponível em <<https://lumina.ufjf.emnuvens.com.br/lumina/article/download/265/260>> Acesso em 08 de Outubro de 2018

MAINGUENEAU, Dominique; **Análise de textos de comunicação**. Cortez, 2001.

MEDINA, Cremilda. **Notícia, um produto à venda: jornalismo na sociedade urbana e industrial**. Summus Editorial, 1988.

MESSA, Fábio de Carvalho. **Jornalismo esportivo não é só entretenimento**. 2005. Disponível em: <[http://www.fnpj.org.br/dados/grupos/jornalismo-esportivo-nao-e-so-entretenimento\[169\].pdf](http://www.fnpj.org.br/dados/grupos/jornalismo-esportivo-nao-e-so-entretenimento[169].pdf)> Acesso em 13 de Março de 2018.

OLIVEIRA, Helenio Fonseca. “Gêneros textuais e conceitos afins: questões teóricas.” In: HENRIQUES, Claudio Cezar e SIMÕES, Darcília (orgs.). **Língua e Cidadania: novas perspectivas para o ensino**. Rio de Janeiro: Ed. Europa, 2004

PADEIRO, Carlos Henrique de Souza. **O infotainment aplicado ao jornalismo esportivo: entrevista com Fabia Dejavite**, 2015. Disponível em: <<http://fatecitaqua.edu.br/revista/index.php/regit/article/view/REGIT3-ENT>>. Acesso em 24 de Julho de 2018.

PALÁCIOS, Marcos. Jornalismo online, informação e memória: apontamentos para debate. In: FIDALGO, António Carreto; SERRA, Joaquim Mateus Paulo. **Jornalismo Online**. 2010.

PENA, Felipe. **1000 perguntas sobre jornalismo**. Grupo Gen-LTC, 2000.

PERELMAN, Chaïm. & OLBRECHTS-TYTECA, Lucie. **Tratado da argumentação: a nova retórica**. São Paulo: Martins Fontes, 1996.

PINHO, José Benedito. **Jornalismo na internet**. São Paulo: Summus, 2003.

PRADO, Magaly. **Webjornalismo**. –[Reimpr.]. Rio de Janeiro: LTC, 2011.

RANEY, Arthur A.; BRYANT, Jennings. **Handbook of sports and media**. Routledge, 2009.

SALES, Albaniza Irani. **Análise dos processos de construção dos enunciados nos textos jornalísticos**. 2008. Disponível em <<http://www.dominipublico.gov.br/download/texto/ea000500.pdf>> Acesso em 07 de Outubro de 2018

SILVA JÚNIOR, José Afonso da. **A relação das interfaces enquanto mediadoras de conteúdo do jornalismo contemporâneo: agências de notícias como estudo de caso**. Recife, 2001. Disponível em < <http://www.bocc.uff.br/pag/junior-jose-afonso-interfaces-mediadoras.pdf> > Acesso em 05 de Maio de 2018

SILVA, Carlos Eduardo Lins da. **O adiantado da hora: a influência americana sobre o jornalismo brasileiro**. Summus Editorial, 1990.

SOUSA, Li-Chang Shuen Cristina Silva. **Cobertura esportiva na televisão: jornalismo ou entretenimento?**. 2005. Disponível em: <https://repositorio.ufpe.br/bitstream/123456789/3427/1/arquivo4676_1.pdf> Acesso em 13 de Setembro de 2018

VIEIRA, Eduardo. **Os bastidores da Internet no Brasil**. Editora Manole Ltda, 2003.

8 ANEXOS

Anexo 1: Título publicado no jornal *online* O Globo em 20 de agosto

The screenshot shows the top navigation bar of the O Globo website with the logo and 'RIO' on the left, and search, login, and social media icons on the right. The main headline is 'Defesa de James Feigen alega que nadador americano foi vítima de extorsão, uma prática da milícia'. Below the headline is a sub-headline: 'O advogado Breno Melaragno argumenta que o time de natação americano foi abordado por dois agentes penitenciários armados'. The author is 'Vera Araújo' and the date is '20/08/2016 - 20:22 / 20/08/2016 - 22:40'.

Fonte: Site do Jornal O Globo. Disponível em <<https://oglobo.globo.com/rio/defesa-de-james-feigen-alega-que-nadador-americano-foi-vitima-de-extorsao-uma-pratica-da-milicia-19964688>>

Anexo 2: Título publicado no jornal *online* O Globo em 18 de agosto

The screenshot shows the top navigation bar of the O Globo website with the logo and 'RIO' on the left, and an 'ASSINE' button, search, login, and social media icons on the right. The main headline is 'Americanos falam em 'privilégio branco' no caso Ryan Lochte'. Below the headline is a sub-headline: 'Pelo Twitter, tratamento à história do nadador é criticado'. The author is 'André Miranda de Souza' and the date is '18/08/2016 - 19:16 / 19/08/2016 - 08:43'.

Fonte: Site do Jornal O Globo. Disponível em <<https://oglobo.globo.com/rio/americanos-falam-em-privilegio-branco-no-caso-ryan-lochte-19951458>>

Anexo 3: Título publicado no jornal *online* O Globo em 18 de agosto

The screenshot shows the top navigation bar of the O Globo website with the logo and 'RIO' on the left, and an 'ASSINE' button, search, login, and social media icons on the right. The main headline is 'Nadadores americanos devem desculpas aos cariocas, diz Chefe da Polícia'. Below the headline is a sub-headline: 'Segundo Fernando Veloso, nadadores não falaram a verdade quando relataram ter sofrido assalto'. The author is 'O Globo' and the date is '18/08/2016 - 14:14 / 18/08/2016 - 19:22'.

Fonte: Site do Jornal O Globo. Disponível em <<https://oglobo.globo.com/rio/nadadores-americanos-devem-desculpas-aos-cariocas-diz-chefe-da-policia-19948815>>