

# MULTIMODALIDADE E CONSTRUÇÃO DE IDENTIDADE SOCIAL EM MANCHETES JORNALÍSTICAS

*Michelle Martins de Mattos Rangel*  
[michellemichellinha@hotmail.com](mailto:michellemichellinha@hotmail.com)

## ***1. Introdução***

A manchete jornalística se configura em um gênero multimodal, ou seja, em sua constituição estão envolvidos mais de um código semiótico. Conforme é sabido, toda manifestação semiótica constitui um texto envolvido por um discurso que é orientado dialeticamente por uma prática social.

Discurso é considerado por Fairclough (2001) o uso social da linguagem, nas suas palavras: “é uma prática, não apenas de representação do mundo, mas de significação do mundo, constituindo e construindo o mundo em significado” (p. 91). Essas significações e construções da realidade através da prática discursiva, na concepção de Fairclough (*ibidem*), é a ideologia, que se constitui em várias dimensões das formas/sentidos.

Uma das funções presentes no discurso é a identitária, que diz respeito “aos modos pelos quais as identidades sociais são estabelecidas no discurso” (FARICLOUGH, 2001, p. 92). A identidade social, adverte Moita Lopes (2003), não tem nada a ver com uma visão de identidade como parte da natureza da pessoa, ou seja, identidade pessoal, mas são as marcas sócio-históricas dos interlocutores.

Feita as considerações acima, cabe dizer que a proposta deste trabalho é realizar uma análise que contemple a manchete jornalística em sua multimodalidade, ou seja, nos diferentes códigos semióticos que a constituem buscando perceber as ideologias e construções de identidades sociais que permeiam o texto. Dessa forma compreendemos que não somente o texto verbal, mas

As imagens também produzem e reproduzem relações sociais, comunicam eventos ou questões e interagem com o espectador com força semelhante à do texto linear, além de serem dotados de mensagens organizadas e estruturadas independentemente deste (KRESS e VAN LEEUWEN, 2000, p. 200 *apud* OLIVEIRA, 2006, p. 21).

## 2. Destaques da análise multimodal

Segundo Pimenta e Santana (2007), dentro da multimodalidade por causa da multiplicidade de conhecimentos constituídos de estruturas sociais diversas, deve-se levar em conta uma análise de múltiplas categorias, a saber, o *design*, a produção e a distribuição.

O *design* refere-se aos usos e combinações dos recursos semióticos a partir das convenções e conhecimentos socialmente construídos, sendo modificados somente numa interação social. A produção é a articulação do texto, o modo como foi organizada a expressão do *design*. A distribuição diz respeito a como será veiculado, se é para ser comercializado ou funcionar apenas como linguagem na interação (VAN LEEUWEN 2001, *apud* PIMENTA e SANTANA: 2007).

## 3. O gênero manchete jornalística

Visto que neste trabalho nosso foco são as manchetes jornalísticas, teceremos algumas considerações sobre este gênero. Vale dizer que as pontuações aqui apresentadas resultam da nossa percepção a partir da pesquisa e desenvolvimento deste trabalho. Entretanto, antes de nos determos neste gênero especificamente cabe apresentar o conceito de gênero a que estamos atrelados.

Compreendemos, segundo Bakhtin ([1979, 1992] 2000: 279), que gêneros discursivos são “*tipos relativamente estáveis de enunciado*” (grifos no original), e com Marcuschi (2002, p. 19) que “são fenômenos históricos, profundamente vinculados à vida cultural e social”, contribuindo “para ordenar e estabilizar as atividades comunicativas do dia-a-dia”, constituindo-se “entidades sócio-discursivas e formas de ação social”.

Importante evidenciar o posicionamento teórico de Marcuschi (2002, p. 20) quando diz que “os gêneros textuais caracterizam-se muito mais por suas funções comunicativas, cognitivas e institucionais do que por suas peculiaridades linguísticas e estruturais”. Porém isto não quer dizer que devemos desconsiderar a forma, mas sim que

***Cadernos do CNLF, Vol. XIV, Nº 2, t. 2***

nem sempre a forma determina um gênero. Na verdade, o suporte ou a função muitas vezes o determinará.

Dessa forma, acreditamos que não é apenas o padrão linguístico que vai determinar uma manchete. Se fosse assim acreditamos não poder considerar como tais as manchetes que serão analisadas neste trabalho, uma vez que subvertem o dito padrão linguístico do jornal, a norma culta escrita, além das ditas fundamentações desta linguagem, a objetividade e imparcialidade.

O enunciado de um gênero reflete sua condição específica de produção, além de sua finalidade pré-determinando seu conteúdo temático, estilo e construção composicional (BAKHTIN, [1979, 1992] 2000). As manchetes jornalísticas estão na primeira folha dos jornais, tendo como função apresentar as notícias mais importantes do jornal resumidamente colocando-as em destaque. Esse destaque pode vir pela fonte, pelo layout, pelas imagens, pela sua disposição na capa, ou mesmo pela sua construção textual. Dentre todas as manchetes que compõem uma capa de jornal sempre existe a que irá receber um destaque maior, dada a relevância de sua notícia. Ora, essa relevância varia de jornal para jornal, uma vez que cada um tem sua intenção comunicativa, seu público alvo. Todavia, podemos dizer que, para todos os jornais, a manchete funciona como uma espécie de propaganda da publicação.

Aproveitando o estudo de Corrêa (2002) sobre a linguagem jornalística e redirecionando-o para o gênero em questão, naquilo que lhe é pertinente, podemos dizer que as manchetes, em sua grande maioria, são constituídas de orações curtas, em ordem direta, sem rebuscamento e inversões sintáticas. Outro dado da construção textual é a falta de ponto final, a manchete funciona como um título que promove a notícia ou reportagem no interior do jornal por isso não é pontuada, a não ser em casos de pergunta. A pontuação final só ocorre nos pequenos textos que compõem algumas manchetes, o *lead*. É preciso dizer que o título da notícia não precisa ser o mesmo divulgado na manchete.

Como o jornal trata de assuntos da atualidade, via de regra os verbos das manchetes estão no presente. Para a informação ser precisa, as manchetes, geralmente, apresentam os elementos que contextualizam os fatos respondendo a perguntas: como? o quê? onde? quem? quando? por quê?. Como as manchetes apresentam as notícias do interior do jornal, elas sempre apresentam a numeração da página onde o leitor poderá encontrá-la na íntegra.

Cabe dizer, finalmente, que a partir da nossa reflexão sobre este gênero compreendemos que a manchete é constituída pela chamada, pelo *lead* e as imagens associadas.

#### **4. Análise**

Duas manchetes constituirão nosso *corpus* de análise neste trabalho, ambas de jornais do Rio de Janeiro, *Meia Hora de Notícias* e *Expresso da Informação*, respectivamente.



Estamos diante de uma manchete em que a imagem reflete o momento da operação policial, fazendo parecer que o leitor está presente testemunhando o acontecimento. Nota-se nitidamente o nome da instituição “*Polícia*” identificando o agente da ação. O texto “*Tráfico pede penico em Manguinhos*” ao final da imagem vem dialogar com a mesma mostrando que a atitude de repressão do policial faz o provável marginal recuar e render-se levantando suas mãos. Deste modo, a polícia está sendo apresentada aos leitores, através da imagem e do texto mencionado, como aquela que age com intrepidez reprimindo as forças contrárias à lei, de tal forma que aqueles que estão à margem se amedrontam e “*pedem penico*”.

<sup>1</sup> Manchete publicada no jornal *Meia Hora de Notícias* no dia 13 de maio de 2009, ano 4, nº 1.315.

Na parte direita vemos uma lista de dados que correspondem aos resultados da operação seguida da expressão em destaque “*É muita pressão!*”. Essa expressão vem a ser uma voz anônima que re-significa a lista anterior. A lista deixa de ser apenas uma exposição dos resultados da ação policial em Manguinhos, para vir a ser sinônimo de eficiência policial e(m) ameaça ao tráfico local, reforçando a construção de uma imagem positiva da polícia.

A maneira como o discurso foi construído faz com que a leitura que se fará seja direcionada, o leitor é levado a assimilar o discurso ideológico ali veiculado. Ou seja, a polícia está agindo competentemente, conseguindo controlar o tráfico.

Podemos perguntar por que se faz necessário veicular esse tipo de discurso. Ora, se através do discurso construímos os sistemas de conhecimento e crença de uma sociedade, (FAIRCLOUGH, 2001, p. 91) construímos então um fato social<sup>2</sup>. Consequentemente, se esses discursos tornam-se fato social, mantêm-se a mesma prática social, política e ideológica. Além disto, tal construção discursiva tem a função de resgatar a confiança da população na instituição policial, já que estamos falando de uma cidade, Rio de Janeiro, assolada pela violência e repleta de declarações acerca de policiais corruptos.

---

<sup>2</sup> Compartilhamos da definição de fato social apresentada por Charles Bazerman (2005), “fatos sociais são as coisas que as pessoas acreditam que sejam verdadeiras e, assim, afetam o modo como elas definem uma situação. As pessoas, então, agem como se esses fatos fossem verdades” (p. 23).

**TROPA DE ELITE, OSSO DURO DE ROER**



**BOPE ACABA COM FARRA DE BANDIDOS EM APÊ DE LUXO**

Homens de preto saíram aplaudidos em Niterói: eles salvaram três senhoras do assalto e mandaram os fanfarrões para o xadrez. **PÁGINA 3**




Esta manchete apresenta novamente uma operação policial desta vez realizada pelo Bope, considerado o grupo de elite da polícia militar, no combate a um assalto em um prédio residencial. As imagens divulgadas narram a sequência dos fatos, apresentam em maior destaque o Bope equipado, chegando ao local, já que estão seguindo em direção ao que identificamos como a portaria do prédio. A próxima imagem apresenta a vítima que acreditamos já socorrida, pois está acenando da janela do apartamento com uma expressão de tranquilidade. Depois, a imagem dos assaltantes detidos na delegacia. Apenas pela leitura das imagens, dada as suas disposições, se faz possível compreender que se trata de uma ação policial em que a vítima foi protegida e os marginais punidos. O propósito discursivo

<sup>3</sup> Manchete publica no jornal *Expresso da Informação* no dia 6 de junho de 2009, ano IV, n° 990.

desta sequência de imagens é contribuir para a construção de uma crença e uma identidade sobre o Bope enquanto uma polícia bem equipada, como bem podem ser vistas as armas, e altamente preparada para as operações mais melindrosas, “*salvaram três senhoras e mandaram os fanfarrões para o xadrez*”.

O texto da manchete, posto em evidência pela cor amarela no fundo preto e pelo tamanho da letra, tem por função apresentar o Bope como aquele grupo da força policial que chega para impor ordem e o respeito, para fazer valer a lei, visto que “*acaba com a farra<sup>4</sup> dos bandidos*”, ou seja, com uma festa indisciplinada. Desta forma, enaltece a imagem destes militares.

A frase que abre a manchete “*Tropa de Elite, osso duro de roer*” é uma intertextualidade com o refrão da música tema do filme “Tropa de Elite” e se faz presente para trazer a lembrança do leitor quem é o Bope. Ou seja, vai retomar a formação e o treinamento desta equipe focado na obra cinematográfica. A intenção discursiva é promover grandemente os policiais reforçando a identidade confiável que vem sendo construída na mídia sobre os mesmos.

Como podemos perceber, nesta manchete também há uma manipulação discursiva que visa contribuir para a construção de um sistema de crença em que a polícia militar volte a ter a credibilidade atualmente questionada pelos rumores de corrupção, despreparo e falta de recursos.

## 5. Considerações finais

A construção multimodal das manchetes dos jornais *Meia Hora de Notícias* e *Expresso da Informação* acima analisadas veiculam um discurso manipulador, dado que impõem ao leitor uma leitura pronta, direcionada, monitorada não permitindo o mesmo refletir, questionar, criar as suas próprias opiniões como pôde ser observado.

---

<sup>4</sup> Segundo o dicionário Aurélio, farra significa festa licenciosa.



## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BAKTIN, Mikhail. *Estética da criação verbal*. São Paulo: Martins Fontes, 1992.
- BAZERMAN, N. C. *Gêneros textuais, tipificação e interação*. São Paulo: Cortez, 2005.
- CORRÊA, Manoel Luiz Gonçalves. *Linguagem e comunicação social: visões da linguística moderna*. São Paulo: Parábola, 2002.
- FAIRCLOURGH, Norman. *Discurso e mudança social*. Brasília: Universidade de Brasília, 2001.
- FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. *Miniaurélio século XXI Escolar: O minidicionário da língua portuguesa*. 4. ed. ver. ampl. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2001.
- MARCUSCHI, Luiz Antônio. Gêneros textuais: definição e funcionalidade. In: DIONÍSIO, A. P.; MACHADO, A.R; BEZERRA, M. A. (Orgs.). *Gêneros textuais e Ensino*. Rio de Janeiro: Lucerna, 2002. p. 19-36.
- MOITA LOPES, Luís Paulo da. Socioconstrucionismo: Discurso e Identidades Sociais. In: \_\_\_\_\_. (Org.). *Discursos de identidades*. Campinas: Mercado de Letras, 2003, p. 13-38.
- OLIVEIRA, Sara. Texto visual e leitura crítica: o dito, o omitido, o sugerido. *Linguagem & Ensino*. Pelotas, v. 9. n° 1, jan./jun. 2006, p. 15-39.
- PIMENTA, Sônia M. O. & SANTANA, Carolina D. A. Multimodalidade e semiótica social: o estado da arte. In: MATTE, Ana Cristina Fricke. (Org.). *Lingua(gem), texto, discurso: entre a reflexão e a prática*. Rio de Janeiro: Lucerna; Belo Horizonte: FALE/UFMG, 2007, p. 153-173.