ANÁLISE DO *ETHOS* DA FAMÍLIA EM CAMPANHAS DE PUBLICIDADE DE SEGUROS DE VIDA BANCÁRIOS

Natália Coelho Chaves

RESUMO: Este trabalho analisa o uso do sufixo "- ão" nas manchetes do jornal Meia Hora de Notícias como estratégia ideológica, ou seja, como a intensificação interfere na recepção do material jornalístico. A pesquisa conta com apoio teórico de Laje (2006), Lysardo-Dias (2007), Santos (2013) entre outros. A importância dessa pesquisa está no fato de poder trazer para discussão dos estudos de linguagem a partir de estudos da Representação Social. Ao mesmo tempo, poder colaborar para a aplicação de seus resultados de ensino-aprendizagem de língua portuguesa como língua materna, tornando-se insumos para prática de leitura e produção de textos.

Palavras-chave: intensificação; ideológica; sufixo; manchete; notícia.

ABSTRACT: This paper analyzes the use of " -ao " suffix in the headlines of wages Meia Hora de Notícias as an ideological strategy , that is, as the intensification interfere with the reception of the material of the newspaper. The research has theoretical support of Laje (2006) , Lysardo - Dias (2007) , Santos (2013) among others. The importance of this research is the de facto power to bring discussion of language studies from the Social Representation studies . Meanwhile , to enhance the application of results of teach - learning of Portuguese language as their mother tongue , making - are inputs to practice reading and textual production.

Keywords: intensification, ideological , suffix , owner and news.

1 – CONSIDERAÇÕES INICIAIS

O jornal Meia Hora de Notícias é conhecido pela grande espontaneidade e carisma que aborda quaisquer manchetes. As chamadas, lides e demais elementos costumam trazer ambiguidade, gíria ou algo que leve à comicidade. O que poucos sabem é que, por trás dessa comicidade, existe uma estratégia ideológica de posicionamento diante dos fatos, desconsiderando a imparcialidade.

A pesquisa objetiva analisar o uso da intensificação de vocábulos por meio do sufixo "-ão" como estratégia ideológica do jornal Meia Hora de Notícias, levando em consideração que o sufixo em questão possui diversos valores semânticos e pode significar várias coisas dentro de uma palavra.

Especialista em Língua Portuguesa pelo Centro de Estudo, Pós-Graduação e Pesquisa. SMEC/FIC. professoracoelho@hotmail.com

O jornal Meia Hora de Notícias busca resgatar valores tradicionais já esquecidos pela atual sociedade a qual estamos inseridos e, com isso, acaba se posicionando diante das manchetes. O uso do sufixo "-ão" auxilia neste posicionamento e colabora como estratégia ideológica para textos de jornal popular impresso?

O jornal em questão costuma assumir posição ante as notícias. O sufixo "-ão" pode trazer diversas cargas semânticas às palavras, dependendo do contexto em que está inserido, o que pode ocasionar comicidade e/ou revolta no leitor.

A pesquisa conta com apoio teórico de Laje (2006), Lysardo-Dias (2007), Santos (2013) entre outros.

A importância dessa pesquisa está no fato de poder trazer para discussão dos estudos de linguagem e da Análise do Discurso peças jornalísticas cuja área temática é a de notícias estereotipadas. Ao mesmo tempo, poder colaborar para a aplicação de seus resultados de ensino-aprendizagem de língua portuguesa como língua materna, revelando publicações desse gênero como insumos para prática leitura e produção de textos.

Nesta pesquisa buscamos tratar acerca do sufixo "-ão" como estratégia ideológica usada pelo jornal analisado. São abordadas questões como os componentes do jornal impresso, a gramática na composição dos textos jornalísticos e representações sociais em periódicos. Analisamos sete capas coletadas para averiguarmos de que maneira essa intensificação ocorre, a partir de critérios metodológicos previamente elaborados.

2 – O JORNAL IMPRESSO E SEUS COMPONENTES

O jornal impresso difere do *online* quanto ao formato e a seus componentes. Uma notícia de capa deve ter chamada, lide e fotolegenda. Cada parte da capa deve ser pensada e estrategicamente elaborada, de maneira que o leitor identifique uma notícia logo ao olhar.

A seguir, representamos os elementos presentes na capa do jornal impresso.

2.1 – Gêneros de capa do jornal impresso

A capa de um jornal contém, normalmente, manchete, chamada e fotolegenda. Além desses, aparecem, por vezes, o antetítulo e o subtítulo. Neste trabalho, trataremos sobre antetítulo, o título e o lide, presentes no Meia Hora.

O antetítulo tem a função de complementar a informação do título e, de maneira genérica, antecipar o que o lide e o que o corpo da matéria tratará. Deve ser composto de apenas uma linha com uma frase curta e atraente para o leitor.

O título tem como objetivo chamar a atenção do leitor e prepará-lo para o corpo da notícia que o jornal traz naquela edição, como trata Faria e Zancheta Jr. (2006:13)

> Em função da concorrência com outros meios, os jornais procuram tornar seus títulos atraentes, unindo densidade de informação e originalidade. Em boa parte apoiados no episódio em si, nas fotos e outros elementos disponíveis, além da composição gráfica, os títulos procuram individualização, isto é, tendem a ganhar quase vida própria. Tornam-se pulsantes, pois são um dos fatores mais visíveis para chamar a atenção do leitor.

O título é a parte que define o que a reportagem tratará. Quando os autores acima citados dizem que os títulos "tendem a ganhar vida própria", é porque, a partir da leitura do título, imaginamos muitas situações, que, por vezes, ao ler a notícia, verificamos que não era o que pensamos e a sensação é que a chamada não tinha nada a ver com o fato noticiado.

O lide (lead) serve para abrir o texto da notícia ou reportagem. Estudiosos afirmam que, para ter um bom lide, é necessário que se atenda aos seguintes questionamentos: "Quem?", "O quê?", "Quando?", "Onde?", "Como?" e "Por quê?". Se o repórter fizer esse esquema sem não responder a alguns desses questionamentos, o lide não ficará satisfatório, o que significa encontrarmos sempre, se não todos, grande parte dessas perguntas respondidas no texto da notícia.

Cada componente desses é de suma importância para a compreensão do que se quer transmitir.

2.2 Elementos não verbais da capa do jornal impresso

Um jornal não utiliza somente elementos verbais em uma notícia, usa componentes não verbais com o objetivo de complementar a matéria jornalística, muitas vezes, coadunados com o texto escrito. Por esse motivo, torna-se necessário saber um pouco da finalidade da fotografia no jornal, começando por sua história.

Durante o Renascimento nasceu uma técnica conhecida como "perspectiva". A perspectiva é uma técnica que o Renascimento utilizava para dar um tom mais ilusório ao que se queria transmitir. A perspectiva que o renascentista tinha era de representar o mundo que o rodeava de maneira mais fiel possível, conforme Estevão (2006:11):

> A perspectiva central surgida no Renascimento foi, na realidade, um esforço muito grande do homem de dar à sua representação

> da natureza, mais realidade. As regras da perspectiva seguem rigorosamente uma proporcionalidade de volumes e de distâncias que aumentam a ilusão no processo de representação. Por isso, esta perspectiva também é conhecida por ***perspectiva artificialis***, ou seja, o mais de realidade é conseguido com um mais de ilusionismo(grifo do autor).

Percebe-se claramente que o ideal Renascentista, de ter o real e a ilusão no mesmo instante, não acabou. Todavia, uma imagem sozinha não compõe a notícia. A imagem auxilia no processo de entendimento do que o jornal quer expor, como elucida Estevão (2006:39):

> imagens bem definidas vêm ao encontro de uma leitura organizada, passando a sensação de equilíbrio e geram a satisfação do entendimento.

O texto não verbal influencia a leitura de maneira clara e torna a notícia ilustrada. Cada foco imagético tem por objetivo despertar no leitor algo significativo. Uma imagem na capa de um jornal não é inocente e muito menos escolhida de qualquer maneira. É preciso muita técnica de posicionamento, pois, uma imagem, por vezes, falará mais por si que a própria notícia.

3 – A GRAMÁTICA NA COMPOSIÇÃO DO TEXTO JORNALÍSTICO

A gramática influencia muito na composição dos textos jornalísticos. A escolha das palavras, a forma como serão apresentados a chamada, o lide e a manchete podem impactar ou não o leitor.

O jornal Meia Hora procura utilizar linguagem coloquial, orações curtas e ambíguas, neologismos e gírias, para que o impacto sobre o leitor seja claro.

Acerca da linguagem coloquial, Laje (2006:48) trata:

> A linguagem coloquial é espontânea, de raiz materna, reflete a realidade comunitária, regional, imediata.

O que Laje quis exemplificar é que a linguagem coloquial é algo que surge de maneira natural, não cheia de normas e obediente a um padrão lingüístico. A linguagem coloquial faz sentido para um determinado grupo de falantes e cada grupo desses possui a própria coloquialidade.

3.1 – Estruturas Linguísticas

Geralmente, os jornais convencionais, em suas chamadas, procuram respeitar a ordem SVO (Sujeito + Verbo + Objeto), para melhor apresentação do que é noticiado. Santos (2013) considera, também, como convencionais jornais com maior paginação, valor elevado, linguagem formal, destinados a estratos maiores (exemplo: O Globo). Os verbos geralmente estão na voz passiva analítica e a chamada tende a conter informações precisas acerca da notícia. Os jornais não populares procuram manter uma linguagem culta, de maneira que não haja posicionamento do jornalista para com a notícia, isto é, o que importa é a notícia em si, não o que o profissional do jornalismo pensa. Também não costumam mostrar intimidade ou diálogo com o leitor, nem utilizam humor através das ambiguidades, o que não aparece. O discurso é sempre indireto e não se notam generalizações.

Os jornais populares, como é o caso do Meia Hora, trazem outras características. Costumam respeitar a ordem SVO também, todavia, os verbos, em maioria dos casos, estão na voz ativa e a chamada é curta. A linguagem utilizada é a coloquial, com discurso direto e que dialogue com o leitor de maneira clara, construindo assim uma ponte entre leitor e editor. Utilizam humor através da ambiguidade e neologismos. Estereotipam dadas informações e se valem das representações sociais para noticiar.

Quadro (01): Comparação entre um jornal popular e um não popular

Linguagem	Jornal Popular	Jornal Não Popular
Estrutura oracional	SVO	SVO
Voz verbal	Ativa	Passiva analítica
Linguagem	Coloquial	Culta
Posicionamento do jornalista ante a notícia	Ocorre	Não ocorre
Discurso	Direto	Indireto
Uso do humor	Presente	Ausente
Ambiguidade	Presente	Ausente
Neologismo	Presente	Ausente
Generalização	Presente	Ausente
Diálogo com o leitor	Ocorre	Não ocorre

(Quadro elaborado pela autora)

Podemos assim constatar que os jornais se configuram de maneiras opostas para atender a demanda das classes sociais.

3.2 – A produção das formas aumentativas

Na língua portuguesa existem várias formas aumentativas ("-ão", "-zão", "-zona" etc.). Estas formas são chamadas de sufixo (grifo nosso) e possuem diferentes valores semânticos.

Para Bechara (2000:338), sufixo é:

> Elemento mórfico que não tem curso independente na língua (e por isso se chama *forma presa*) para formar uma palavra nova, emprestando-lhe uma ideia acessória e marcando-lhe a categoria (substantivo, adjetivo etc.) a que pertence. (Grifo do autor)

Para Bechara, o sufixo é um modificador de classe gramatical do radical, assumindo forma morfológica.

Perini (2006:38) trata os sufixos como podendo ser estudados de duas maneiras:

> Pode ser estudado de maneira **formal** (...). Pode ser estudado do ponto de vista **semântico**. (Grifos do autor)

Perini elucida o fato de tudo depender do contexto. A maneira mais formal é a palavra isolada, como homenzarrão. Neste vocábulo, o sufixo "-ão" tem valor de sufixo somente e a palavra indica "aumentativo de homem". Já inserida ao enunciado "José está um homenzarrão", o sufixo transmite ideia de José está grande, José cresceu (intensidade).

O sufixo "-ão" apresenta diferentes valores semânticos. Tomaremos como base os estudos de Santos (2010):

a) Ação ou resultado de ação: ato da ação ou resultado da ação.
b) Agentivo: processo de mudança gramatical ou pessoa que, pessoa que gosta de ou pessoa que exerce algo relacionado com.
c) Aumentativo: formação comum de sufixo.
d) Avaliativo: traços positivos, negativos ou pejorativos.
e) Coletivo/Conjunto: quantidade.
f) Diminutivo: diminutivo
g) Gentílico: o que provém de.
h) Intensidade: intensidade
i) Instrumento: instrumento com que se faz.
j) Macho de X: macho
k) Nomina Essendi: que é, o fato de ser.
l) Sem alteração semântica: após o processo derivativo, continuam com o mesmo valor semântico.

m) Outros casos: apresentam divergências de datação com relação à palavra-base e vocábulos os quais a paráfrase não é possível, uma vez que a derivação se torna opaca.

Como vimos, o sufixo "–ao" admite vários sentidos semânticos. Vale a pena ressaltar a importância do contexto e do conhecimento de mundo pessoal para haver comunicação entre leitor e jornal

4 – QUESTÕES DE REPRESENTAÇÃO SOCIAL EM PERIÓDICOS

Os estereótipos sociais são representados por uma questão de "gosto da maioria" e "economia de informações". Acerca disso, Jodelet (2001:22) declara que podem ser compreendidas como:

> Uma forma de conhecimento, socialmente elaborada e partilhada, com um objetivo prático, e que contribui para a construção de uma realidade comum a um conjunto social.

As representações sociais devem entrar de acordo com a realidade do contexto em que a informação se insere. O grupo de leitores deve ler a imagem e identificar sobre de que se trata a notícia.

Moscovici (2007: 10), a respeito das representações sociais, declara:

> Elas se circulam, se entrecruzam e se cristalizam continuamente, através duma palavra, dum gesto, ou duma reunião, em nosso mundo cotidiano. Elas impregnam a maioria de nossas relações estabelecidas, os objetos que nós produzimos ou consumimos e as comunicações que estabelecemos. Nós sabemos que elas correspondem, dum lado, à substância simbólica que entra na sua elaboração e, por outro lado, à prática específica que produz essa substância, do mesmo modo como a ciência ou o mito correspondem a uma prática científica ou mítica.

Moscovici se aproxima da definição de estereótipo, quando trata acerca da cristalização contínua das representações sociais. Estas nos permitem evocar dado acontecimento, grupo de pessoas, entre outras coisas, assim como os estereótipos.

Em uma sociedade heterogênea como a que vivemos, é difícil representar todas as pessoas de uma só maneira. Somos diferentes, não só fisicamente, mas em outros aspectos (sociais, ideológicos, emocionais, religiosos etc.).

As representações sociais, de modo geral, possibilitam a comunicação evitando ambiguidades entre membros de um determinado grupo e orientam-nos no mundo social e material, de maneira que possamos controlá-los. Os estereótipos presentes num texto dependem muito de quem escreve e de quem lê, como Santos (2013:17) afirma:

> O processo de elaboração de um texto é perpassado pela forma com que seu produtor, com sua bagagem pessoal e cultural, configura a realidade em uma dada linguagem. Ao ser lido por outros indivíduos, esse texto vai ser reconfigurado no quadro de referências de cada um, também marcado pela experiência pessoal e pela inscrição do leitor em um contexto social.

O que Santos declara é que tudo depende do contexto onde se está inserido e da experiência de vida de cada leitor. Por exemplo, se proferido o enunciado "A grama está alta!" para um cultivador de gramas, é um elogio ao trabalho; contudo, se proferida a um jardineiro, é uma crítica ao que ele faz no jardim.

Os periódicos procuram, a todo instante, aproximar a notícia da realidade. Isso ocorre para que o leitor se sinta familiarizado e representado no que está lendo. Essa representação deu-se pela fotografia, como elucida Estevão (2006:53):

> Foi graças ao recurso da fotografia que se tornou possível criar uma representação *fiel* ou *imitativa* do mundo e vê-lo literalmente com outros olhos, o da câmera, que permite fixar a imagem, ampliar, enquadrar e recortar a realidade segundo nosso interesse (grifos do autor).

A representação de mundo que o jornal costuma passar dependerá daquilo que se quer transmitir, por exemplo, se o tabloide pretende tratar acerca de um chefe da máfia que foi preso, tratando-se do Meia Hora, o mafioso será fotografado de baixo para cima, com ar de superioridade e ousadia, e a verbalização da notícia virá com muitas gírias e colocando-o em posição de criminoso preso.

Diferente dos outros jornais, o Meia Hora representa o que ele quer transmitir de maneira ideológica (posicionando-se ao lado do leitor como se estivesse de acordo com a opinião pública), utilizando uma linguagem clara e objetiva, sem rodeios, para que o público-

alvo (que é o público menos escolarizado do Rio de Janeiro) possa entender o que é dito, nem que para isso faça uso de artifícios lingüísticos, como o vocabulário.

4.1 – Estereótipos

Por estereótipo podemos entender como representações sociais institucionalizadas, reiteradas e reducionistas. Acerca do que são os estereótipos, Lysardo-Dias (2007:28) trata:

> Processos de conceituação e generalização que fabricam as imagens mentais através das quais os membros de uma comunidade apreendem, ou passam a apreender, a realidade e se sentem pertencentes a um grupo social homogêneo.

O indivíduo nem sempre pertence àquela classe a qual o estereótipo traça, contudo, ele sabe do que se trata. Os estereótipos servem para "ganhar tempo" com a representação de um dado grupo social.

O Meia Hora costuma representar os marginais a partir de fotografias, onde eles aparecem imponentes, intrépidos e sérios. Para fazer isso, focalizam de baixo para cima, pois essa técnica aumenta a visibilidade. Ao visualizar esse tipo de imagem, o leitor reconhece como sendo um marginal poderoso, capturado pela polícia. Se falam de alguma mulher que não teve o comportamento adequado, expõem fotografias dela com roupas curtas ou até mesmo a estereotipam com gírias, como "piriguete" ou "filé". Com essas gírias o jornal ganha o leitor, uma vez que este é usuário ou as reconhece; ao mesmo tempo, faz com que o leitor se posicione também, diante dos fatos: uma "piriguete", por exemplo, é alguém de pouco prestígio

4.2– Ideologias

Ideologia é a ciência que estuda as ideias. O termo surgiu na França, no século XIX. Ideologia se caracteriza por ser uma opinião de um determinado grupo social, conforme trata uma das definições de Hryniewicz (2001:95):

> Conjuntos de ideias que indica a maneira como membros de uma sociedade devem perceber a realidade externa a partir de sua realidade interna. A ideologia cumpre o papel de interferir no modo como os indivíduos devem pensar e conceber os fatos; quando devem sentir alegria, tristeza, satisfação ou não, medo ou segurança entre outros.

A ideologia costuma transmitir a uma sociedade os medos, os sentimentos e a maneira como proceder diante de dada situação. A meta da ideologia é atingir a todos, como elucida Santos (2013:30):

> A ideologia geral tem por meta atingir a todos os membros de uma sociedade. O discurso ou pronunciamento de um representante político é um exemplo de como ela se manifesta. A ideologia particular, em contrapartida, desenvolve-se em determinados grupos sociais: sindicatos, partidos políticos, grupos religiosos, entre tantas outras minorias.

Cada discurso tem um valor ideológico implícito. Essa ideologia procura atingir o público-alvo, tentando incutir as ideias pretendidas e alcançar mais adeptos à linha de pensamento.

5 – METODOLOGIA

Para desenvolver esta pesquisa, tivemos de construir um *corpus*, de modo que atingisse os escopos propostos e confirmar (ou não), mediante a análise de dados, as hipóteses inicialmente levantadas neste trabalho.

5.1 – Caracterização do *corpus*

O *corpus* desta pesquisa está composto por sete capas de jornal impressos, sendo todos eles do jornal Meia Hora de Notícias.

Para selecionar o material, utilizamos os seguintes critérios:

- capas impressas;
- capas apresentadas em suporte “internet”;
- ano de publicação: 2010 a 2013;
- textos que veiculem, de algum modo, o conteúdo que propomos a analisar.

A escolha do material foi realizada, principalmente, através do site oficial do jornal Meia Hora.

5.2 – Procedimentos de análise

Para análise, estipulamos parâmetros que nos permitissem extrair os elementos necessários para obter o resultado almejado. Desse modo, estabelecemos um padrão de análise para todos os textos, atentando, contudo, para o que for pertinente a cada um deles. Segue o roteiro básico de análise:

Quadro (02): Critério de análise do *corpus*

01	Linguagem verbal.
02	Linguagem não verbal.
03	Seleção lexical (adjetivos, substantivos abstratos etc.).
04	Representações sociais: presença ou ausência de estereótipos
05	Uso da intensificação – Sufixo "– ão".
06	Estratégia ideológica.

Cada capa foi analisada individualmente, segundo suas características, isto é, estereótipos presentes e intensificação como estratégia ideológica. Vale ressaltar que as peças analisadas foram escolhidas dentre muitas, com o intuito de comprovar o que foi proposto.

6 – ANÁLISE DO *CORPUS*

A partir deste capítulo, analisaremos as peças coletadas do jornal Meia Hora de Notícias.

6. 1 – O sufixo "–ão" como estratégia ideológica

Capa (01): Jornal Meia Hora de 04 de janeiro de 2011:

Fonte:



Disponível em: http://forum.jogos.uol.com.br/_t_1259100. Acesso em 11 de agosto de 2013.

Como se constata, a intensificação do vocábulo ocorre pela utilização do sufixo *–ão* na palavra *maridão*. Acima da notícia, o texto apresenta palavras que também elucidam a surpresa que causou ("Incrível, fantástico, extraordinário!") o fato de uma mulher conseguir engravidar de dois homens ao mesmo tempo.

Observe que, ao tratar do marido, duas palavras foram usadas: "maridão" e "chifronésio". O tabloide apela para uma linguagem coloquial e utiliza gírias e neologismos para tratar a traição e a falta de percepção do marido traído. Nota-se também uma visão machista ao chamar a adúltera de "piriguete".

Esta notícia não traz uma fotografia.

A intensificação do substantivo "marido" e o uso da gíria "piriguete" provoca a percepção do leitor, o marido está com a razão; a mulher, não, pois é estereotipada com um termo pejorativo e depreciativo, o que o direciona em sua opinião.

Capa (02): Jornal Meia Hora de 26 de junho de 2013:



Fonte: Disponível em: https://www.facebook.com/meiahora. Acesso em 11 de agosto de 2013.

Na manchete ("Acabou a marra do chefão"...), nota-se a intensificação que ocorre no substantivo "chefe", daí "chefão". A palavra "chefão" indica Toni Ângelo, um grande chefe da máfia da milícia que foi preso após ser baleado em uma boate em Campo Grande, Rio de

Janeiro. Com a utilização da linguagem coloquial e das gírias, o jornal Meia Hora enfatiza a importância do ocorrido e a grande proporção que tinha Toni Ângelo, que sempre escapava das mãos dos policiais.

Ao usar "chefão", o jornal não enaltece o elemento da notícia positivamente. Ao contrário, mostra-o, por meio dessa intensificação, como um marginal perigoso, evidenciando a postura do editor.

Algo que também chama a atenção é a palavra "enjaula", sendo usada no lugar de "prende". Somente os animais são enjaulados. Isto quer dizer que o jornal se posiciona perante a ação miliciana: é animalesco, irracional, não deveria acontecer.

Essa notícia também não possui imagem.

Capa (03): Jornal Meia Hora de 07 de junho de 2013:



Fonte: Disponível em: https://www.facebook.com/meiahora. Acesso em 11 de agosto de 2013.

Na parte dos esportes, Meia Hora enfatiza a grandiosidade dos times de futebol Botafogo ("Fogão"), Flamengo ("Mengão") e Fluminense ("Flusão"). Não bastando pôr o

nome dos times, eles os tratam com uma intimidade carioca, direcionando a notícia ao leitor carioca torcedor destes times.

Capa (04): Jornal Meia Hora de 11 de fevereiro de 2013:



Fonte: Disponível em: https://www.facebook.com/meiahora?hc_location=timeline&filter=3. Acesso em 11 de agosto de 2013.

Nesta capa, três intensificações são identificadas nas notícias: no caso de um argentino que ficou nu em uma loja; na informação de que o Fluminense poderá jogar no Maracanã pelos próximos 35 anos e no fato de o bumbum do jogador Hulk ter sido escolhido o mais bonito do ano.

Com relação ao argentino, a ênfase recai sobre a palavra "peladão", que mostra que ele foi preso nu. Também a palavra "mixaria", para tratar o tamanho do pênis do rapaz, dá um tom de descontração na notícia. Para se posicionar contra a atitude deste homem, o lide o trata

como "Maluco do país de Maradona", pois, como sabe-se, Maradona é argentino e os argentinos o tratam como melhor jogador do Mundo, ignorando o fato de ele só jogar sob efeito de *doping*, o que nunca ocorreu com o jogador Pelé, que é brasileiro e foi eleito o melhor jogador do século XX.

Já na notícia acerca do Maracanã, o jornal trata o estádio como "Maraca" e o time de futebol Fluminense como "Flusão", dando um ar de intimidade carioca tanto como o estádio como o clube futebolístico.

Ao tratar do bumbum do jogador Hulk, exibe-se primeiro a informação da medida do mesmo ("São 111 centímetros"), para mostrar ao leitor que há comprovação do fato, o que gera seriedade e compromisso com a notícia, entretanto, essa seriedade é dissipada quando trata o bumbum por "popozão" e cita a funkeira Valesca Popozuda, dizendo que o bumbum dela é menor que o do jogador. A gíria empregada ("popozão") é típica dos funkeiros que, em suas músicas, costumam tratar assim os bumbuns avantajados das mulheres.

Capa (05): Jornal Meia Hora de 09 de julho de 2013:



Fonte: Disponível em: https://www.facebook.com/jornaldabaixadafluminense. Acesso em 11 de agosto de 2013.

Ao se referir aos moradores do morro do Rola que protestaram após ação do Bope na favela, o tabloide utiliza a gíria "galerão", pois o número de pessoas foi tão grande que parou com a circulação do BRT em oito estações, deixando muitas pessoas (que foram tratados como "geral") sem o ônibus.

As palavras "galerão" e "geral" são gírias típicas dos moradores de comunidades, ditas coloquialmente. Com isso, estabelecem a ideia de comunicação direta com o leitor.

Na imagem, vemos um carro da polícia em movimento, o que indica a ação ativa da polícia nesse protesto.

Capa (06): Jornal Meia Hora de 03 de fevereiro de 2010:



Fonte: Disponível em: http://wylbarbosa.blogspot.com.br/2012/02/melhores-capas-do-jornal-meia-hora.html. Acesso em 11 de agosto de 2013.

Para noticiar a permanência de Petckovic no Flamengo, o jornal trata o jogador pelo apelido "Pet" e o time como "Mengão". Abaixo, o trata por "Fla". A intensificação recai sobre a palavra "Mengão", que revela a grandiosidade vista pelo jornal do time, o que estabelece linguagem direta com o leitor e aceitação da permanência de Petckovic no time.

Se observarmos bem, Tessália (figura da notícia anterior) olha para Petckovic. Tessália está noticiada como chamada para fazer um filme pornográfico e saboreia um picolé, aludindo a ideia de sexo oral. O jogador, por sua vez, sorri com a boca aberta, como um sinal de prazer. De soslaio, ele olha para o leitor, interagindo com satisfação. A foto foi tirada de baixo para cima, aumentando a importância de Petckovic para o futebol.

Capa (07): Jornal Meia Hora de 18 de fevereiro de 2013:



Fonte: Disponível em: https://www.facebook.com/meiahora?group_id=0&filter=3. Acesso em 11 de agosto de 2013.

O jornal trata o marginal Ronaldinho Tabajara como "chefão" e, com isso, intensifica a notícia e se posiciona com perplexidade perante o fato de como um bandido, que está preso há cinco anos, consegue dar ordens aos que ficaram do lado de fora (que são tratados de "bando") e que continuam em uma comunidade pacificada.

Nessa notícia, não há fotografia.

Outra intensificação ocorre ao tratar de "Mengão" o time do Flamengo, exprimindo a ideia de proximidade e grandiosidade do leitor para com o time.

O fato dos jogadores se abraçarem e sorrirem, com ar de felicidade pela conquista do time.

7 – CONSIDERAÇÕES FINAIS

A hipótese, inicialmente levantada, a de o sufixo "-ão" operar como estratégia ideológica foi comprovada por meio de peças coletadas e devidamente analisadas.

O jornal Meia Hora de Notícias reforça os estereótipos e as representações sociais através de gírias, apelidos e interação direta com o leitor, trazendo assim o "resgate" de aspectos moralizantes.

Constatamos também que o Meia Hora de Notícias difere dos demais jornais em tamanho, posicionamento de notícias, fotografias, recursos estilísticos e a da maneira como expõe a notícia, com o objetivo de facilitar a leitura e a melhor compreensão do que foi noticiado para o público-alvo.

O Meia Hora de Notícias traz uma nova proposta de texto, a de que não é necessário ser ultra formal para transmitir uma informação. Essa é uma estratégia, também, de aproximação do leitor, para que este se sinta bem informado de maneira clara.

8 – REFERÊNCIAS

AZEREDO, J. C. *Gramática Houaiss da Língua Portuguesa.* 2. ed. São Paulo: Publifolha, 2008.

BECHARA, E. *Moderna Gramática Portuguesa*. 37ª. Ed. Atualizada pelo Novo Acordo Ortográfico. Rio de Janeiro: Lucerna: 2009.

ESTRELLA, C.; TRINDADE, D. BONORA, F. *Comunicação e imagem*. ESTEVÃO, A.; GONÇALVES, F. N. (Org.). Rio de Janeiro: Ed. Rio, 2006. [Coleção Resumido].

FARIA, M. A.; ZANCHETTA JR., J. *O jornal na sala de aula.* 11. ed. São Paulo: Contexto, 2007. [Repensando a Língua Portuguesa].

HRYNIEWICZ, S. *Para filosofar.* 5. ed. Rio de Janeiro: Edição do autor, 2001.
JODELET, D. (org.); ULUP, L. (trad.). *As Representações Sociais*. Rio de Janeiro: Eduerj, 2001.

LAJE,N. *Estrutura da notícia.* 6. ed. São Paulo: Ática, 2006. [Série Princípios].

LYSARDO-DIAS, D. A construção e a desconstrução de estereótipos pela publicidade brasileira. *In*: *Stockholm Review of Latin American Studies*. Issue nº 2. November, 2007.

MOSCOVICI, S. *Representações Sociais:* Investigações em Psicologia Social. 5. ed. Petrópolis: Vozes, 2007.

PERINI, M. A. *Princípios de linguística descritiva*: introdução ao pensamento gramatical. São Paulo: Parábola, 2006.

SANTOS, A. O. *Jornal popular e jornal de referência*: manchetes e chamadas na formação de leitores críticos. Niterói: UFF, 2013. [Tese de Doutorado].

SANTOS, A.P. *Polissemia dos sufixos aumentativos –ão, -arro, -orro, -aço e -uço e seus traços avaliativos sob a perspectiva diacrônica.* São Paulo: USP, 2010.