

# Língua *jopará* e a construção do *ethos* do jornal *Diário Popular*. A imagem de si e do outro

Luciano Marcos dos Santos<sup>1</sup>

Resumo: Este artigo tem como objetivo entender e discutir o modo como o Jornal *Diário Popular* do Paraguai constrói a imagem de si e do outro em sua página policial, construindo dessa maneira seu *ethos* popular, por meio de escolhas lexicais, em língua guarani misturada à espanhola. Tendo o Paraguai as línguas guarani e espanhol como oficiais, o jornal em foco poderia optar por uma redação monolíngue, mas não o faz, por razões essencialmente comerciais. Seguindo uma linha editorial mais assistencialista e sensacionalista, o jornal apela para a mescla de idiomas, como forma de chegar ao seu público, já que a língua híbrida é comum na rotina, em situações familiares e informais, estando a gosto do perfil do possível público leitor. Neste artigo debruçamo-nos sobre as palavras em guarani, com a finalidade de observar o poder persuasivo destas, na medida em que são usadas como maneira de construir um *ethos* popular. Para tanto, usamos como metodologia o estudo de caso, da edição de 01 de julho de 2011. Apoiamo-nos, também, nos preceitos da Análise do discurso, especialmente nas bases teóricas que entendem a interligação entre o discurso e a construção de uma imagem de si. Este trabalho se justifica, essencialmente, pela importância de estudos do uso da palavra em público, bem como entender o processo de persuasão no contexto em que se apresenta.

Palavras-chave: *Jopará*; *ethos*; persuasão; Jornal *Diário Popular*.

## The *jopará* language in the construction of the *ethos* in a Popular Daily journal *Itself's image and the other*

**Abstract:** This article aims to understand and discuss the way in which the daily *Diario Popular* from Paraguay constructs the image of itself and the other in its police page, building its popular *ethos*, through lexical choices, in Guarani language mixed with the Spanish. Paraguay has the Guarani and Spanish as official languages, the newspaper in focus could opt for a monolingual essay, but it does not happens, for essentially commercial reasons. Following a more caring and sensationalist editorial line, the newspaper appeals to the mixture of languages, as a way to reach its public, since the hybrid language is common in the routine, in familiar and informal situations, being to the profile of the possible public reader. In this article we focus on the words in Guarani, with the purpose of observing their persuasive power, inasmuch as they are used as a way of constructing a popular *ethos*. For that, we used as a methodology the case study of the daily's edition from July 1, 2011. We also get as a support the precepts of Discourse Analysis, especially on the theoretical bases that understand the interconnection between discourse and the construction of an image of itself. This work is justified, essentially, by the importance of studies of the use of the word in public, as well as to understand the process of persuasion in the context in which it presents itself.

<sup>1</sup> Mestre em Sociedade, Cultura e Fronteiras pela Universidade Estadual do Oeste do Paraná (UNIOESTE). Professor do Instituto Federal do Paraná (IFPR) e aluno regular do Doutorado em Sociedade, Cultura e Fronteiras, pela Universidade Estadual do Oeste do Paraná (UNIOESTE). E-mail: luciano.santos@ifpr.edu.br.

**Keywords:** *Jopará*; *ethos*; persuasion; *Diário Popular* journal.

## Introdução

Este artigo tem como objetivo entender e discutir a presença da língua no modo como o Jornal *Diário Popular* do Paraguai constrói a imagem de si e do outro nos textos jornalísticos em sua página policial, construindo dessa maneira seu *ethos* popular. O *ethos* discursivo pode ser captado por pistas deixadas pelo orador, quando este, por meio da linguagem, produz uma imagem. Estes rastros podem ser apreendidos quando analisamos as escolhas lexicais e, no caso específico, a opção pela redação em língua *jopará*, língua que mistura espanhol e guarani.

Seguindo uma linha editorial mais assistencialista e sensacionalista, o jornal apela para a mescla de idiomas, como forma de chegar ao seu público, já que essa forma de expressão, híbrida, é comum na rotina, em situações familiares e informais, estando a gosto do perfil do possível público leitor. Neste artigo debruçamo-nos sobre as palavras em guarani, para observar o poder persuasivo destas, na medida em que são usadas como maneira de construir um *ethos* popular.

Para tanto usamos como metodologia o estudo de caso. Dedicamos atenção a apenas uma edição do jornal. Ainda como forma de análise, apoiamo-nos nos preceitos da Análise do discurso, especialmente nas bases teóricas que entendem a interligação entre o discurso e a construção de uma imagem de si. Nessa mesma linha, ainda, não nos distanciamos totalmente da retórica clássica, aristotélica, na medida em que a construção do *ethos* está ligada à própria enunciação no processo persuasivo, ou ainda à confiança do leitor no jornal por meio de seu discurso, o qual se realiza, como mencionamos, pela escolha de palavras. Para tanto começaremos por contextualizar o discurso em análise, apresentando o veículo, suas características e a língua *jopará*. Na sequência trataremos da noção de *ethos*. A seguir, a análise de trechos das reportagens do Jornal *Diário Popular* do caderno policial, e, por fim, as considerações finais.

## *Jopará* em um jornal popular

Ao caminhar pelas ruas de *Ciudad del Este*, entre as tendas com produtos eletrônicos à venda ou nas lojas, enfim, no comércio de forma geral, pude verificar que muitos atendentes, vendedores e ambulantes, em seus momentos de folga, folheavam um jornal: tratava-se do *Diário Popular* – um jornal em estilo tabloide, com preço abaixo de outros que seguem a mesma linha editorial. Apresenta basicamente as notícias locais de diferentes regiões do Paraguai, além de algumas notícias internacionais, entretenimento e esportes. É um jornal de grande tiragem, sendo destinado, segundo sua configuração, às classes operárias basicamente.

Os produtos jornalísticos destinados às classes B, C e D, que historicamente exploraram em suas matérias os efeitos psicológicos que poderiam causar por meio de imagens chocantes e temas ligados ao cotidiano violento de bairros periféricos – ou histórias de catástrofes, de crianças violentadas – ganharam o rótulo de sensacionalistas. Amaral (2006) prefere usar o termo popular (segundo ela, menos preconceituoso). O fato é que esses jornais têm se modificado ao longo de sua trajetória.

Conforme Amaral (2006), no início da imprensa já havia a presença de jornais populares: “[...] Na França do século XIX, os jornais populares de uma página eram conhecidos como *canards*, termo que significa conto absurdo ou fato não verídico. Os que mais faziam sucesso

eram os sensacionalistas que contavam histórias de catástrofes, crianças violentadas e eclipses [...]” (AMARAL, 2006, p. 17, grifo do autor).

Outros jornais com características semelhantes e mais próximos aos jornais sensacionalistas atuais surgiram também na França, entre 1560 e 1631, e nos Estados Unidos, em 1690. Com o desenvolvimento das técnicas de impressão e a possibilidade de impressão dos jornais de forma diária, além, é claro, da educação formal, fizeram com que os jornais, de modo geral, tivessem um público leitor.

O cotidiano passou a ser objeto das matérias jornalísticas a partir dos fatos citados, os jornais passaram a estampar temas referentes a crimes e dramas familiares, por exemplo. Essas matérias eram relatos ricos em detalhes, tudo feito para assegurar a fidelidade do leitor, além do valor desses impressos serem bem mais baixos. Um exemplo deste tipo de jornal foi o *New York Sun*, fundado em 1833, nos Estados Unidos, e o *New York Herald* (1887) no mesmo país, sendo o último com características semelhantes ao *Sun*.

Além dos jornais citados, também nos Estados Unidos, o *New York World*, criado por Joseph Pulitzer e Randolph Hearst (1880), apresentava preços baixos e chamava a atenção pelos títulos. Este jornal era destinado aos imigrantes e às classes operárias:

O *New York World*, encabeçado por Pulitzer em 1883, dirigia-se para os imigrantes e a classe operária. A circulação do jornal subiu de 15 mil para 250 mil exemplares em quatro anos. Pulitzer não dispensava a página editorial, os relatos, as cenas de costumes, os escândalos, o combate à corrupção e os dramas policiais que deveriam servir para fortalecer a influência sobre o público cada vez mais numeroso. Batizado de sangue foi a manchete do jornal para noticiar a morte de pedestres pisoteados numa ponte recém-inaugurada [...] (AMARAL, 2006, p. 18, grifo do autor).

Esse tipo de publicação inovou a maneira de se fazer jornalismo, pois as manchetes, a partir de então, passaram a ter importância na venda dos jornais. *Pulitzer* utilizava manchetes em vermelho, em algumas publicações. No Brasil, este tipo de imprensa ficou conhecida como “marrom”, sendo os jornais pertencentes a este estilo editorial caracterizados pela abordagem de temas ligados ao cotidiano e à violência.

O sensacionalismo está muito relacionado à exploração de temas ligados à violência e sua superexposição, e é muito comum observar a sua presença em coberturas policiais.

O jornal *Diário Popular* segue essa linha sensacionalista/popular, pois o valor de cada exemplar é baixo em relação aos outros jornais que circulam no Paraguai, custa em torno de dois mil e quinhentos guaranis (por volta de um real). Esse valor bastante baixo do jornal, associado às manchetes e à linha editorial, pode ser responsável pelo seu sucesso de vendas.

O que o diferencia de um jornal de referência no Paraguai, como o *Última Hora*, entre outros aspectos, é o emprego do *jopará*, a mistura da língua espanhola com a língua guarani, línguas oficiais do Paraguai.

Algumas pesquisas têm observado que o *jopará* seria a forma falada do guarani paraguaio, semelhante ao contato entre as línguas portuguesa e espanhola, que geram o portunhol, ou ainda ao contato entre catalão e espanhol (*catanyol*). Ressalte-se, porém, que o *jopará* é resultado de formação do processo histórico e social do Paraguai, não estando restrito seu uso a um espaço geográfico, como no caso do portunhol (regiões de fronteira – Brasil/Paraguai, Brasil/Uruguai ou Portugal/Espanha), da mesma forma como o *catanyol* (região da Catalunha-Espanha).

O *jopará* mostra-se como sistema linguístico empregado por uma comunidade para a comunicação e, dessa forma, Meliá (1992) considera-o a terceira língua do Paraguai. Na mesma ordem de raciocínio, Kallfell (2016) observa que o *jopará* não seria apenas uma variação das línguas espanhola ou guarani, por considerar que aquele que domina somente uma destas não conseguirá compreender o uso misturado das duas, visto tratar-se de outro sistema de comunicação. Todavia, o próprio autor questiona se o *jopará* pode ser considerado uma língua ou até mesmo a terceira do Paraguai, porque, segundo seus estudos, seria um *continuum* pouco normatizado de possibilidades de realização. Saussure (1993), por exemplo, diz que “a língua é, ao mesmo tempo, um produto social da faculdade de linguagem e um conjunto de convenções necessárias, adotadas pelo corpo social para permitir o exercício dessa faculdade nos indivíduos.” (SAUSSURE, 1993, p. 17).

Observa-se que a questão é controversa. Estudos mais aprofundados necessitam ser realizados para discutir se o *jopará* é uma língua, língua crioula, variação da língua ou apenas um fenômeno de alternância de código (*code switching*). Mas como esta questão não é objetivo do presente estudo e, sim, o que já foi apresentado anteriormente, para tanto nos debruçamos agora sobre a noção de *ethos*.

## A noção de *ethos*

Para Aristóteles (s./d.) a retórica deve ser exaltada não como poder somente da palavra, como o faziam os sofistas, mas sim no peso de um discurso procedido por silogismos ou entimemas, e também em aspectos extradiscursivos, tais como o caráter, a roupa e até a aparência do emissor.

À luz da razão, Aristóteles (s./d.) estabelece então uma nova teoria sistematizada envolvendo a integração entre a razão (*logos*) e a emoção (*ethos* e *pathos*). Este mesmo autor irá definir três tipos de argumentos apoiados na razão, no caráter moral do orador e na emoção. Não era de estranhar que as características do emissor fossem levadas em conta, uma vez que a produção discursiva era essencialmente oral, em que os fatores já apontados contribuíam para a construção de uma autoimagem positiva, havendo então a junção da imagem associada ao discurso, concebendo as três formas empregadas pelo orador, a fim de persuadir seu auditório. Nossa atenção volta-se para o *ethos*, pois é, de fato, essa instância a mais significativa, ainda podendo haver o entendimento de que esta e as outras (*logos* e *pathos*) são indissociáveis, uma vez que o orador mostra seu caráter (*ethos*) no discurso (*logos*) suscetível à avaliação do público (*pathos*). Outros autores ainda discutem o *ethos*.

Perelman e Tyteca (2002), com a obra “Tratado da Argumentação”, não só resgatam a retórica, como a ampliam: “estudo das técnicas discursivas que permitem provocar ou aumentar a adesão dos espíritos às teses que se lhes apresentam ao assentimento” (PERELMAN; TYTECA, 2002, p. 04), diferentemente da retórica antiga, cujo objeto encontrava-se na arte de confeccionar discursos para serem performatizados nas praças, tendo estes, objetivos persuasivos; na *Nova retórica* deste autor, o auditório ainda é essencial, porém a concentração dos estudos recai sobre o texto escrito e nos meios de prova para obter adesão, ou seja, na linguagem e a técnica utilizada por ela para persuadir, sem menosprezar as condições psíquicas e sociais, sem as quais a argumentação perderia o efeito - em outras palavras, o *ethos* é mostrado e não dito, mostrado em seu discurso, por meio de suas escolhas linguísticas e estilísticas.

A Análise do discurso, antes de negar essas ideias, apresenta um alargamento dessa noção de *ethos* e de argumentação. Para Análise do Discurso (AD), o *ethos* está na enunciação,

não no orador de carne e osso, que se deixa mostrar pela tessitura do texto, construído nele, sendo, pois, um autor discursivo.

Maingueneau (2008) contribui para a ampliação dos estudos do *ethos*, pois além de situação de eloquência e oralidade, caso do *ethos* em Aristóteles, seus estudos abarcarão a diversidade das situações discursivas: enunciados orais, escritos, visuais ou verbo-visuais, representando um orador ou instituições.

Este autor irá defender, como vimos, que o *ethos* se constrói dentro da instância enunciativa, por meio do discurso. Esta instância enunciativa envolve: o tipo de discurso (religioso, político, jornalístico etc.), o gênero a que este pertence e o contexto. Dessa forma, o *ethos* se ligará ao enunciador por meio de suas escolhas linguísticas, tendo estas a capacidade de revelar as pistas acerca de sua autoimagem.

Sendo assim, o *ethos*, segundo o autor, mostra-se na maneira de se exprimir, estando associado essencialmente à enunciação, ou ainda à forma como o discurso interpela o leitor/ouvinte, estando a persuasão, dessa maneira, ligada a ele, uma vez que, se conseguir mostrar um bom caráter, poderá inspirar confiança; dessa forma, o enunciador não necessariamente precisa tecer comentários elogiosos sobre si no discurso para persuadir, sendo esta ação o resultado do uso eficiente da palavra e o processo que o envolve, como a escolha vocabular.

Segundo essa linha de raciocínio, não se pode ignorar que o público constrói uma imagem do orador, havendo, portanto, um *ethos* pré-discursivo, segundo o qual determinados enunciadores podem estar associados a um *ethos* que sua enunciação pode confirmar ou discordar, estando o *ethos* pré-discursivo baseado em estereótipos, ou ainda, o discurso do orador lhe dá uma corporalidade e um caráter:

[...] O “fiador”, cuja figura o leitor deve construir com base em indícios textuais de diversas ordens, vê-se, assim, investido de um caráter e de uma corporalidade, cujo grau de precisão varia conforme os textos. O “caráter” corresponde a um feixe de traços psicológicos. Quanto à “corporalidade”, ela é associada a uma compleição corporal, mas também a uma forma de vestir-se e mover-se no espaço social [...] (MAINGUENEAU, 2005, p. 72).

O pensamento do autor indica uma concepção de discurso que o liga a uma configuração sócio-histórica, estando ele sujeito a uma legitimação associada à cena discursiva, uma vez que o orador/fiador estabelece uma compatibilidade entre o seu discurso e o mundo que ele apresenta, arranjados de forma dinâmica e pela interação ativa de estereótipos. Além do *ethos* pré-discursivo, formado, como vimos, por representações culturais fixas e modelos pré-construídos, que o coenunciador estabelece para construir sua imagem, mesmo antes do ato enunciativo, existem outros fatores.

Há também o *ethos* dito e o mostrado, o primeiro é criado por referências diretas do enunciador, já o segundo está no domínio do não explícito, sendo uma imagem que pode ser apreendida pelas marcas que o enunciador deixa em seu discurso. Por isso nos deteremos à análise do *ethos* discursivo, mais especificamente o *ethos* dito.

A análise a seguir terá como parâmetro as ideias de Maingueneau, que antes de se distanciar da ideia de *ethos* aristotélica, a qual o liga à eloquência, apresenta uma visão alargada que o posiciona em uma situação em que não estabelece uma oposição entre o oral e o escrito, e sim o apresenta como “uma voz indissociável de um corpo enunciante historicamente especificado”

(MAINGUENEAU, 2008, p. 17), apoiada por situações estereotípicas das quais o enunciador se vale, a partir de características da comunidade imaginária que seu discurso irá tocar e, no caso analisado, pelo emprego de palavras em guarani, mostrando-se popular, na forma como estes símbolos representam a imagem que o jornal constrói de si (punitiva, ao lado do povo) e do outro (homens e mulheres envolvidos em ocorrências policiais).

## **Análise: imagem de si e do outro – *ethos* popular**

Conforme exposto na introdução, esse artigo é um estudo de caso, portanto o corpus de análise é composto por reportagens do caderno policial *Sucesos*, já que, segundo Santos (2012), a concentração de emprego de vocábulos em língua guarani misturados à espanhola está nessa seção. A edição escolhida, de forma aleatória, pois todas as edições têm em suas redações a língua híbrida, foi a de 01 de julho de 2011. Alguns trechos serão expostos e analisados, tendo como critério de escolha a forma como o jornal apresenta os personagens homens e mulheres.

Começamos apresentando excertos contendo o emprego de palavras em guarani, as quais, muito além da descrição dos personagens, prescrevem e moldam seu caráter.

Categoria: homens e mulheres

### 1) Ñato

Un hombre que presuntamente abusó de su hija menor de edad por cinco años seguidos, aprovechándose de que su esposa viajó a España, fue imputado por la Fiscalía. El **ñato** está con paradero desconocido. (DIÁRIO POPULAR, n. 5907, 01 jul. 2011, p. 02).

Um homem que presumivelmente abusou de sua filha menor de idade por cinco anos seguidos, aproveitando-se de que sua esposa viajou a Espanha, foi imputado pela promotora. Este ser perverso está com paradeiro desconhecido.

O ocorrido descrito na reportagem é um fato que choca, um pai abusar sexualmente da filha menor por cinco anos, é, socialmente, inaceitável e horrendo. Na busca por narrar o fato, o jornalista precisa informar quem cometeu tal ato, como e quando.

Algumas palavras são utilizadas para descrever os agentes do sexo masculino. Muitas matérias trazem os nomes das pessoas envolvidas, e, na sequência da narrativa do fato, em lugar do nome do agente, são utilizados termos que os definem. A palavra **ñato** tem entre seus significados: feio, perverso, suspeito. Empregada, nessa matéria e por estar em língua guarani, dá o tom, dramático, que, antes de informar, corrobora, para a construção da imagem do personagem retratado.

A língua guarani guarda uma riqueza dramática e, como Gynan (2003) apontou, o guarani é uma língua do cotidiano, da expressão dos sentimentos, do amor e até mesmo do sarcasmo. Percebemos que na matéria o termo *ñato* adquire esse valor de expressão sentimental, uma vez que, por estar em guarani, compondo sentenças em língua misturada, *jopará*, intensifica o sentimento de revolta quanto ao ato do sujeito. Muito além da sobriedade e imparcialidade, normas jornalísticas, as narrativas analisadas com uso de palavras em guarani desejam transmitir, por vezes, a indignação diante do fato.

O jornal ainda descreve, em língua *jopará*, calcado em vocábulos em guarani, as ações de mulheres. Podendo estas, serem acusadas ou vítimas, para tanto, empregam, muito frequentemente o termo *yíyi*.

## 2) Yiyi

“El degenerado aprovechó que la **yiyi** estaba sola y abusó de ella.” (DIÁRIO POPULAR, n. 5907, 01 jul. 2011, p. 03).

O degenerado aproveitou que a menina estava sozinha e abusou dela.

Na matéria analisada emprega-se a palavra *Yíyi*, para referir-se à jovem que, no caso retratado, foi vítima de estupro. Ainda assim, essa mesma palavra pode designar a mulher de pouca idade envolvida em atos ilícitos.

Na matéria, ainda são fornecidos dados sobre a personagem: trata-se de uma adolescente de 17 anos, que vivia sozinha no bairro Toledo Cañada, bairro periférico da cidade de Capiatá, Paraguai. A imagem projetada sobre a vítima, construída pelo jornal, pelo uso da palavra em destaque, demonstra o caráter do orador, uma vez que o coloca como porta-voz dos fatos ocorridos em determinadas comunidades. Como todo ato comunicativo tem um interlocutor, é nessa interface orador-personagem-leitor que a persuasão se estabelece, na relação entre o sujeito retratado, membro de uma comunidade, denominado em palavra em guarani, portanto representativo de uma localidade que partilha os mesmos hábitos locucionais e o Jornal que o apresenta e lhe dá destaque. Tudo isso dentro da seção policial.

Segundo Serra (1980, p. 19), a seção policial, dentro de um jornal, representará o cotidiano de uma região social.

[...] é o espaço em que figuram como personagens centrais e atuantes aqueles cujo aparecimento no resto do jornal é impossível ou secundário. Pois em relação ao espaço total do jornal, eles são “desviantes”: marginais, ladrões, assassinos, traficantes, desonestos, homossexuais, prostitutas, menores delinquentes, em grupo, organizados ou individualmente [...] (SERRA, 1980, p. 19).

Esse mesmo autor destaca que a distribuição dos fatos jornalísticos no jornal, em seus múltiplos cadernos, destina outros espaços a outros personagens da sociedade, associados ao trabalho, à justiça e ao poder, enfim, a uma ordem social legítima.

Ora, ao situar as manifestações daqueles setores em seção especial, e ao designá-la como ‘policial’ ou ‘criminal’, é ao mesmo tempo como desviantes sociais e como ilegais que o espaço do jornal os representa. Unificando-os preferencialmente sob o tópico ‘policial’, indica-nos a instância policial como mediadora por excelência da normalidade e do desvio, colocando-a como agente normal para demarcar a outra e para garantir sua dominância em termos globais. (SERRA, 1980, p. 19).

Em jornais populares, ou rotulados como sensacionalistas, o que ocorre, como já tratado, é uma inversão da valorização do material jornalístico que compõe suas páginas. Desse modo, o que em um jornal “sério” seria tido como anomalia, resguardado à seção especial, em jornais populares é corriqueiro e abrangente. Tudo que se refere à vida popular se espalha por esse tipo de jornal impresso.

O que vale ressaltar é a construção de uma imagem para si e para o outro, em que

ambas funcionam nas narrativas, como essa em questão, de uma incorporação de um *ethos* de julgamento. Em outros cadernos, mulheres são descritas empregando-se termos em espanhol – doña, señora, mas no caderno policial, as mulheres passam a ser *yjyis*. Em pesquisa a um site sobre o significado dessa palavra, encontramos: jovens meninas de bom estado físico, ou ainda, pessoa oposta ao sexo masculino com quem se tem uma relação. Muitas das “*yjyis*” estão em garupas de motos, ou cometeram algum ato contra a lei.

Da mesma forma que ocorre com o termo empregado para descrever a mulher jovem em ações policiais, há o termo *karai*, que descreve o homem maduro envolvido nestas mesmas ocorrências, que antes de ser um símbolo aleatório, expressa a forma como o Jornal deseja que seu público identifique o personagem referenciado.

### 3) karai

“[...] El **karai** fue llevado al hospi local porque se machucó todito.” (DIÁRIO POPULAR, n. 5907, 01 jul. 2011, p. 06).

O homem foi levado ao hospital local porque se machucou todo.

A palavra *karai* empregada com muita frequência tem entre os seus significados: homem, senhor, sagrado, batizado, dono, amo. *Karai*, em língua indígena, significa curandeiro, ou uma pessoa muito espiritualizada capaz de realizar longas peregrinações. Os espanhóis, como fizeram uma grande peregrinação para chegar à América, passaram a ser chamados pelos guaranis de “*karai*”. Quando alguém é batizado se emprega o termo “*oñemongarai*”, que significa civilizado, ou seja, o caminho para se fazer civilizado era o batismo.

Nessa matéria o personagem Gustavo Britos, condutor de um caminhão, sofreu um acidente de carro e foi levado ao hospital, bastante ferido. O texto, com os recursos linguísticos de que faz uso – abreviaturas (hospi e não hospital) *karai* e não señor, aproxima o nível escrito ao nível de fala, além de, é claro, e onde recai nossa atenção, fazer uso da palavra em guarani – *karai*. Esta palavra é relevante, pois seu uso está mais atrelado a um sujeito vitimizado, que sofreu algum tipo de violência e digno de alguma consternação. O emprego da palavra em guarani concede a vocalidade, o tom que a matéria deseja alcançar: a piedade, ao passo que apresenta o sujeito, digno dela, como *karai*, contribuindo dessa maneira para imprimir a imagem popular, positivamente aceita, baseada em estereótipos, identificáveis pela audiência, dentro do discurso.

Em oposição à palavra *karai*, mas com mesmo significado, senhor, a palavra *léka*, está associada ao sujeito que cometeu algum ato socialmente inaceitável.

### 4) léka

“[...] Luego de una discusión, el **léka** le pegó y la tiró suelo. La doña se rompió la rodilla, entonces, salió de la casa por temor a morir [...]” (DIÁRIO POPULAR, n. 5907, 01 jul. 2011, p. 08).

Depois de uma discussão, o senhor lhe bateu e a atirou ao chão. A senhora rompeu o joelho, então, saiu de casa por temor de morrer.

A palavra, longe dos dicionários, só tem sentido completo, quando em uso. A palavra

*léka* é símbolo da representação de um estereótipo: *léka* – senhor, geralmente ancião, envolvido em alguma atividade socialmente negativa, no caso analisado, agressão. Sendo ele morador de um bairro periférico, envolvido em atitude criminal, é representativo da constituição da corporalidade da comunidade que adere ao discurso do Jornal.

Este mesmo discurso redigido em sua totalidade em língua espanhola não teria efetividade, pois, segundo a imagem que ele mostra do enunciador, é pensado em função de valores identificáveis por seu coenunciador, com desejo de tocá-lo, fornecendo a este uma identidade compatível com o seu mundo.

## Considerações finais

A persuasão não se estabelece se a audiência não se identifica com o *ethos*, a imagem, que o orador deseja imprimir, dando impressão de que é um dos leitores, uma voz.

Termos como *ñato*, *yíyi*, *karai* e *léka* são formas de prescrever e moldar a imagem que o jornal faz dos personagens retratados, estando estas, baseadas em comportamentos sociais, em estereótipos, em que se descreve o mundo ético desses personagens: o pai que viola a filha e, portanto é um *ñato* por essa atitude. A menina (uma *yíyi*) que estava sozinha e, portanto foi abusada. O senhor (*karai*) levado ao hospital, diferente do senhor (*léka*) que agrediu a esposa. Um conjunto de esquemas sociais que correspondem a uma maneira de existência dos personagens, o qual pode dar indícios da imagem do leitor e sua forma de viver, corporalizada, nesse caso, pelas práticas discursivas, formando um *ethos* discursivo do Jornal que ecoa como a “voz” do povo, uma espécie de espelho de quem o lê, mostrando uma maneira de habitar o mundo, no caso dos ambientes retratados, bairros periféricos, barbearias, comércio informal, as casas, a rua.

O fato é que pelas escolhas vocabulares, o Jornal *Diário Popular* edifica sua imagem moral e solidária, ao passo que condena e julga certas atitudes de seus personagens, da mesma forma que dá voz às pessoas da comunidade, constrói uma imagem positiva de si, amigável e confiável, personificada em sua prática discursiva.

## Referências

- AMARAL, M. F. **Jornalismo Popular**. São Paulo: Contexto, 2006.
- ARISTÓTELES. **Arte Retórica e Arte Poética**. Tradução de Antônio Pinto de Carvalho. 14. ed., Rio de Janeiro: Ediouro, s./d.
- DIÁRIO POPULAR. **Assunção. Paraguai**, n. 5907, 01 jul. 2011. Sucessos.
- GYNAN, N. S. **El Bilingüismo paraguayo aspectos sociolingüísticos**. 2. ed. Fernando de la Mora, Paraguay: Ed. Etigraf., 2003.
- KALLFELL, G. **¿Cómo hablan los paraguayos con dos lenguas?** Gramática del *jopara*. 2016. Disponível em: <[www.etnolinguistica.org/biblio:kallfell-2016-jopara](http://www.etnolinguistica.org/biblio:kallfell-2016-jopara)>. Acesso em: 10 fev. 2018.
- MAINGUENEAU, D. *Ethos*, cenografia, incorporação. In: AMOSSY, R. (Org.). **Imagens de si no discurso: a construção do *ethos***. Tradução de Dilson Ferreira da Cruz, Fabiana Komatsu e Sírio Possenti. São Paulo: Contexto, 2005, p. 69-92.

\_\_\_\_\_. **Análise de Textos de Comunicação**. Tradução de Cecília P. de Souza-e-Silva e Décio Rocha. 5. ed., São Paulo: Cortez, 2008.

MELIÁ, B. **La lengua Guarani Del Paraguay**; Historia, sociedad y Literatura. Madrid, España: Mafre, 1992.

PERELMAN. C.; TYTECA. L. **Tratado de Argumentação**. São Paulo: Martins fontes, 2002.

SANTOS, L. M. **Ñande rekó/nosso modo de ser**: o jopara no jornal Diário Popular, Foz do Iguaçu, 2012.