

Título oculto derruba ministro da justiça Zero Hora versus Correio do Povo na persuasão do leitor nosso de cada dia

RESUMO

Este texto busca analisar a importância do título como principal forma de persuasão do leitor, discorrendo sobre os aspectos ideológicos e estruturais constitutivos das notícias. Neste sentido, levou-se em conta o tipo diferenciado de título da matéria sobre a demissão do ministro da Justiça, José Carlos Dias, veiculada pelos jornais Zero Hora (Disputa pelo combate às drogas derruba ministro da Justiça) e Correio do Povo (FHC demite ministro da Justiça), no dia 12 de abril de 2000. A análise dos títulos nos dois jornais nos dá uma amostra de como o fato foi tratado pela imprensa gaúcha, naquele período.

ABSTRACT

The focus of this essay is to analyse the importance of the title as the principal form of persuading the reader. In this sense, it took into account the different types of material titles about the firing of the Justice Minister, José Carlos Dias, led by Zero Hora newspaper (the argument about fighting drugs that brought down the Justice Minister) and Correio do Povo newspaper (FHC dismissed the Justice Minister) on April 12, 2000. The title analysis in those two newspapers gives us a sample of how the fact was expressed by the gaúcha press in that time period.

PALAVRAS-CHAVE (KEY-WORDS)

- Análise de títulos (title analysis)
- Persuasão do leitor (the reader persuasion)
- Estrutura da notícia (the structure of the news)

Humberto Ivan Keske

Mestrando do PPGCOM - FAMECOS/PUCRS

Introdução

A PRIMEIRA IMPRESSÃO que recebemos de uma notícia vem através do título. Os títulos expressam a informação mais importante, mais pertinente ou mais surpreendente do relato da notícia. E, ao mesmo tempo, os títulos são uma interpretação dos acontecimentos ou ações, desde o ponto de vista do meio, da empresa jornalística, ou da ideologia contida no interior da instituição. Um mesmo acontecimento pode-se titular de maneiras bem diferentes ou de pontos de vista contrários. O título serve para persuadir o leitor. Se o título interessa, atrai o leitor, que termina por ler a matéria até o fim.

Dentro da organização hierárquica da notícia, fornecida por Van Dijk (1990), o título aparece como um componente que ganha relevância.

Para Fontcuberta (1993), o título cumpre três objetivos: anunciar e resumir a informação que vem na notícia; convencer de que aquilo que se apresenta é interessante; e emergir da própria informação que resume, ganhar vida própria, resultar inteligível por si mesma, de modo que o leitor, apenas lendo o título, já possa contar o fato. “O título comunica a notícia. Se não houvesse títulos, o leitor não concentraria sua atenção na notícia, ou a faria de um modo mais disperso.”

(Fontcuberta, 1993: 117)

Neste sentido, optou-se em analisar a notícia pelo viés de seus títulos, em função de sua missão primordial que é identificar.

O título, entretanto, pode indicar algo mais do que apenas o conteúdo geral, factual ou simbólico de um texto. O título tem uma relação direta com o texto ao qual titula, e com o contexto em que se produz.

Através dele o leitor constrói uma narrativa do texto e tem uma representação da notícia que vai ser lida. O título deve ser interessante, cativante, sedutor. Os títulos podem se diferenciar, em linhas gerais, entre temáticos, aqueles que se referem ao conteúdo do tema; e formais ou genéricos, que são aqueles que indicam um tipo específico de gênero. A colocação de um título depende de vários fatores, desde o momento em que o jornalista está produzindo a matéria; da orientação do meio jornalístico, que em função de princípios ideológicos, políticos e comerciais, afetam a redação dos títulos; da tradição social e cultural do jornal, da seção em que irá aparecer, do lugar da página e do tipo de letra a ser utilizada. Vamos focalizar nossa atenção para recortar e destacar, deste imenso potencial de análise que os títulos nos fornecem, os componentes da construção do discurso jornalístico que aparecem ocultos aos olhos do leitor; procurando refletir acerca dos aspectos não visíveis na constituição do título, mas que, entretanto, estão presentes e dispõem de um grande potencial de persuasão, de apelo em relação ao leitor. Este texto procura, ainda, verificar as complexas relações entre o título e o seu contexto, e os valores e circunstâncias que subjazem ali implícitos.

Estrutura da notícia

A estrutura da notícia relaciona-se diretamente com as práticas sociais e com as ideologias contidas no interior de sua produção e, de forma indireta, ao

contexto institucional e macrossociológico dos meios de produção dessa notícia. A organização e produção das notícias têm muitas dimensões e níveis de descrição. A macrossociologia se refere, então, à análise da estrutura de controle público ou corporativo, sua direção, a hierarquia dos editores e outros jornalistas implicados no processo de produção das notícias, e nas rotinas cotidianas de recompilação das notícias. A macrossociologia permite, ainda, conhecer como o jornalista interpreta os contextos que rodeiam as notícias e como tais interpretações dão forma à reprodução dos fatos jornalísticos e do discurso informativo.

A notícia como discurso compreende, entretanto, uma análise lingüística e gramatical, do estilo e da retórica, que se relaciona com o esquema que é definido como próprio da notícia, com o conteúdo total e com a forma convencional de como estas informações jornalísticas aparecem no texto. Neste sentido, optou-se por seguir estes esquemas indicadores de análise (microsociológicos), fornecidos por Van Dijk (1990), e não a forma de análise do contexto institucional ou macrossociológico. A análise do discurso, segundo este autor, é uma disciplina interdisciplinar. Interessa-se pela análise dos diferentes contextos do discurso, isto é, pelos processos cognitivos da produção e recepção, e pelas dimensões socioculturais do uso da linguagem e da comunicação. Neste caso, a análise relaciona-se com os processos envolvidos na produção, na compreensão e nos usos da notícia, no contexto dos meios de comunicação de massa. O autor considera que, a partir do ponto de vista cognitivo, os processos de memória estão implícitos na compreensão, na representação e na memorização das manchetes jornalísticas por parte do profissional em busca da notícia e a sua expressão escrita; e por parte do leitor em relação aos processos de reconstrução das manchetes jornalísticas, principalmente no que se refere ao conhecimento e à

atualização de suas crenças e valores.

Isto nos permite tornar conhecido o rol de valores da notícia, as ideologias de sua produção e o entendimento da notícia de um modo mais completo. O autor, então, vê a notícia como um discurso por direito próprio.

A Notícia: breve olhar

A noção de notícia é bastante complexa e ambígua. Para Fontcuberta (1993), “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” (Idem: 12). Entretanto, dentro da perspectiva da pesquisa semiótica, uma das importantes contribuições no campo da investigação da informação e da notícia é a de Miguel Alsina (1993). Em *La construcción de la noticia*, ele estuda a notícia como um produto da indústria informativa. O autor considera ainda que a indústria informativa tem de levar em conta a construção semiótica dos discursos jornalísticos e a existência dos mundos de referência como um dos elementos da produção das notícias.

Os mundos de referência são aqueles nos quais se pode enquadrar o acontecimento do mundo “real”, que é a fonte onde se produzem os acontecimentos que o jornalista utilizará para confeccionar a notícia.

O mundo “real” corresponderia ao mundo dos acontecimentos, dos fatos, datas e circunstâncias que são conhecidas pelo jornalista. É imprescindível, neste caso, para a compreensão de um acontecimento, seu enquadramento em um modelo de mundo referencial. O mundo de referência nos permitirá determinar a importância social do acontecimento. É a existência desta estrutura referencial fixa, deste modelo social, que estabelece a importância maior de uns fatos em relação a outros. A partir do mundo de referência o jornalista poderá determinar o tipo de acontecimento que tem de relatar, e que

deverá levar ao conhecimento do maior número de pessoas. O mundo de referência escolhido para a explicação de um fato deve ser o de maior verossimilitude; isto é, deve ter credibilidade através de seu enunciado. Alsina propõe uma definição para notícia:

“Notícia é uma representação social da realidade cotidiana produzida institucionalmente, e que se manifesta na construção de um mundo possível”. (Alsina, 1993: 185)

Por outro lado, Marcondes Filho (1993) define a notícia dentro de um contexto bem diferente, no qual emerge o conceito de jornalismo como sendo uma produção social de segunda natureza, funcional à manutenção do capitalismo. Para ele, no Brasil, como nos demais países onde acontece a discussão sobre jornalismo e notícia, para os mais diversos autores, das mais diferentes escolas, a alma do jornalismo, seu interesse principal, é a notícia. Já nas palavras de Sodré (1986): “A notícia, a americaníssima news of the day – constitui o ponto central da informação” (Idem: 131).

“Notícia é a informação jornalística transformada em mercadoria, com todos os seus apelos estéticos, emocionais e sensacionais; para isso a informação sobre um tratamento que a adapta às normas mercadológicas de generalização, padronização simplificação e negação do subjetivismo.” (Marcondes Filho, 1986: 13)

Os conceitos aqui apresentados, longe de pretenderem apanhar a totalidade da diversidade e a complexidade do conceito de notícia, têm por objetivo localizar alguns aspectos da discussão acerca da notícia, situando-a, entretanto, dentro da questão da análise do discurso, oferecida por Van Dijk (1990). O autor estabelece que as

notícias não contemplam apenas duas categorias ideológicas: tendenciosas ou distorcidas. Esta perspectiva pressupõe que a imagem distorcida faz parte de um tipo de realidade objetiva, ou se relaciona com algum tipo de imagem neutra ou correta. Esta realidade é apresentada em, ou através das notícias. A própria notícia já é, por si mesma, uma construção ideológica baseada em definições dadas pelas fontes dos jornalistas, como o governo ou líderes sindicais, por exemplo. Em outras palavras, “os meios de comunicação não são um mediador neutro, lógico e racional, ou natural dos acontecimentos sociais, mas sim, um reproduzidor de ideologias já reformuladas” (Idem: 28).

No campo de análise do discurso, ele propõe que o estudo da notícia deve ser abordado pelo o enfoque interdisciplinar, combinando a análise lingüística, o discurso analítico, psicológico e sociológico do discurso informativo e dos processos jornalísticos. É a partir desse ponto que seguimos, estabelecendo uma relação entre título e contexto.

Análise do discurso

A análise do discurso compreende um enfoque teórico e metodológico da linguagem e do uso da linguagem. Neste sentido, compreende-se por objeto de estudo da análise os discursos, os textos, as mensagens, os diálogos ou a conversação. Isto significa que, da mesma forma que podemos distinguir das estruturas gramaticais mais abstratas às distintas propriedades do uso da linguagem, também podemos fazê-lo no caso das orações ou dos discursos, a começar pelos títulos, que são os componentes mais importantes dos textos e das mensagens. O título dá forma e conteúdo àquilo a que o texto se refere.

Outro aspecto a ser levantado dentro da análise do discurso, segundo Christa Berger (2000), “é que a matéria-prima da

empresa jornalística são os acontecimentos que terão valor de troca por mobilizarem, sensibilizarem, escandalizarem os leitores que, assim, comprarão o jornal. Neste caso, as palavras e as imagens serão as ferramentas de trabalho que tornarão palpáveis, visíveis, compreensíveis e espetaculares os acontecimentos”. (Christa Berger, 2000: 9ª Compós).

Para a autora, é no processo de transformação da ação em notícia, no momento em que os protagonistas se deslocam para as páginas impressas, que a ideologia trabalha. Esta passagem do acontecimento à notícia é marcada por um processo de três tempos: em primeiro lugar, o acontecimento precisa ser selecionado. Repórteres e correspondentes recolhem fatos com potencial de noticiabilidade e os levam para a redação. Também as fontes procuram os jornalistas. Há aqui uma disputa dos fatos e das pessoas para entrarem no circuito da informação. Depois, os acontecimentos selecionados serão hierarquizados - os editores atribuem importância aos fatos, decidindo a forma de tratamento, a delimitação do espaço, a ilustração. (Idem: 2000).

Por último, os assuntos são tematizados, ou seja, a realidade já selecionada e hierarquizada, será interpretada à luz de um determinado ponto de vista.

O jornal, ao “tematizar” um assunto, na verdade está orientando a leitura dos acontecimentos da vida social a uma matriz específica de pensamento, que pode variar em função do tipo de veículo, tradição cultural, ideologia política, interesses econômicos, entre outros.

O título do jornal Zero Hora, Disputa pelo combate às drogas derruba ministro da Justiça, e o do Correio do Povo, FHC demite ministro da Justiça, trazem a idéia de uma mesma ação, mas que contempla dois sujeitos diferentes. Ambos são diametralmente opostos, contendo valores simbólicos e funções sociais bem distintos. No título do jornal Zero Hora,

o que se percebe é uma função passiva para a atuação do presidente Fernando Henrique Cardoso, que aparece de forma coadjuvante no processo do fazer a ação. O quesito sensacionalismo está presente na eleição deste título. Já no *Correio do Povo*, FHC foi o selecionado para ocupar o lugar de sujeito/agente da ação pelos critérios de noticiabilidade, hierarquizados no interior das páginas dos jornais e tematizados pela matriz do pensamento conveniente. O que o presidente faz interessa a toda a nação. Qualquer título onde apareça a figura do presidente transforma-se em matéria de capa, ainda mais em uma situação limite como a queda de um ministro. Neste caso, é de se supor que o jornal tinha um número determinado de linhas a serem preenchidas em uma matéria de capa, e que, valendo-se da ideologia do espetáculo, colocou FHC como carro-chefe da manchete.

Entretanto, o principal objetivo da análise do discurso consiste em produzir descrições explícitas e sistemáticas do uso da linguagem, que através do que podemos chamar de discurso, é traduzido em um determinado código. Esta descrição se baseia em duas dimensões principais: o texto e o contexto. O texto dá conta das estruturas do discurso em diferentes níveis de descrição; e o contexto relaciona estas descrições estruturais com os processos cognitivos envolvidos e as representações ou fatores socioculturais preponderantes.

A ação que produziu o fato em si, no caso a demissão do ministro, ocorre em um outro tempo, que não é o imediato da ação, como no caso do *Correio do Povo*. O combate às drogas titulado por Zero Hora ganha relevância, justificando a atitude do presidente Fernando Henrique Cardoso, que estaria agindo de forma correta a priori, sem uma maior problematização dos acontecimentos por parte do leitor. O contexto do combate às drogas está na primeira ordem do dia, e não a demissão do ministro, conseqüência natural desencadeada por um fato que, em um primeiro momento, aparece de

forma oculta, em função de o ministro ter divulgado informações confidenciais antes da hora e em momento inoportuno. No título do jornal Zero Hora, o contexto foi determinante da ação que originou o título. Para Van Dijk (1990):

“da mesma forma que as orações, o discurso pode mostrar estruturas que têm uma natureza sistemática, governada por regras, e que mostram propriedades que são, em grande medida, individuais e determinadas por um contexto” (Idem: 45).

As descrições textuais se diferenciam, de maneira geral, quanto a seus níveis ou dimensões. De acordo com as distinções tradicionais da Teoria da Gramática, a sintaxe se ocupa das diferentes formas sonoras em um mesmo discurso, formas de palavras, orações e seqüências textuais; a semântica, por sua vez, trata dos significados das palavras, das orações e do discurso. Para o autor, uma explicação completa do discurso necessita de ambas:

“A semântica considera o significado e a referência, isto é, os conceitos e as coisas (os objetos, pessoas, fatos) que em certas situações podemos nos referir; para descrever a noção discursiva fundamental da coerência devemos especificar não somente como se relacionam os significados das orações subseqüentes, mas também como estão relacionados os fatos a que estas orações se referem” (Idem: 47).

Portanto, as palavras têm um peso diferente dentro de um mesmo texto, e ao se relacionarem a um determinado contexto dão outros significados a um mesmo discurso. Entretanto, não só a descrição das formas ou o seu significado são interessantes para uma análise do discurso, mas principalmente o ato social que cumprimos ao utilizar ou descrever

uma situação específica. Van Dijk (1990) chama estes diferentes níveis de descrição de atos de fala.

“Prometer, acusar, felicitar, assegurar, afirmar, etc., são exemplos destes atos de fala. São atos sociais que vão acompanhados do uso de palavras; isto é, por declarações verbais ou por partes do discurso. Os atos de fala são apropriados ao contexto do qual se utilizam, uma vez que o discurso jornalístico consiste, quase que exclusivamente, em afirmações e não em promessas ou ameaças”(Van Dijk, 1990: 49).

A teoria dos atos de fala entende a linguagem como uma prática social concreta. A linguagem não é apenas uma forma de representação ou correspondência com a realidade, mas uma forma de ação, de atuação sobre o real e, portanto, de constituição do real. Nesta corrente teórica, o conceito de verdade é substituído pelo conceito de eficácia do ato, de ‘felicidade’ do ato, ou seja, de suas condições de sucesso; de sua capacidade de transmissão da informação e conseqüente entendimento por parte do leitor. Para Austin (1990),

“isso significa que, ao se produzir uma afirmação qualquer, está-se fazendo a emissão concreta e particular de uma sentença, de acordo com um procedimento convencionalmente aceito, em um momento determinado, por um falante determinado e para determinadas pessoas; neste caso, o leitor” (Idem: 76).

No jornal *Correio do Povo*, o sujeito FHC faz a ação de demitir o ministro da Justiça. É ele quem dá o ato da fala à ação. O título traz implícita a idéia de um desprendimento completo do seu contexto, dando um livre-arbítrio poderoso ao presidente, que agiu conforme uma decisão

pessoal e particular. O verbo da proposição (FHC demite ministro da Justiça), estando no tempo verbal do presente do indicativo, torna-se um instrumento lingüístico que marca “a atribuição de uma referência, representando ação ou estado das coisas do mundo” (Foucault, 1995: 108). O ato de fala, neste caso, é um fazer com efeito prático, pois reflete uma forma de comportamento específica, em que a frase proferida não tem sentido apenas pelo seu conteúdo objetivo/direto, mas pela relação do conteúdo com a intenção e posição do sujeito/agente verbal; do contexto da ação e seu procedimento convencional, situado além da convenção lingüística. O “emissor” da ação (FHC) encontra-se em uma posição determinada, e seu procedimento deve ser cumprido porque é socialmente aceito.

É ele o fator gerador da ação e, portanto, da notícia. Durante o desenrolar da matéria, o título prende a atenção do leitor na simbologização de FHC, mas insere diferentes significantes na notícia; o leitor acaba não percebendo o significado real do texto completo. Não traz tanto o valor de “verdade” à informação jornalística; mas, mais o de eficácia do ato de fazer. Para Van Dijk (1990), as formas, os significados e a ação se encontram sistematicamente relacionados. O discurso está todo interligado em palavras, orações, texto e contexto.

“A análise do discurso e da estrutura da notícia deve começar pela análise das palavras e dos parágrafos que a compõem. Percebe-se, assim, o significado/referência e a ação, tanto no micronível, ou local, como no macronível, ou global. Os significados das partes completas do texto procedem dos significados locais das palavras e orações, cujo princípio fundamental é a semântica.” (Idem: 49)

Seguindo a orientação de que o título

se relaciona com a notícia, e de que o tema subjaz em ambos, há um equívoco em relação ao título e ao seu tema no texto do jornal Correio do Povo. O combate às drogas, que é o fio condutor, não é mencionado, mas sim a queda do ministro, que é uma das conseqüências da ação, mas não sua causa. O título, neste caso, não cumpre com a regra jornalística básica que é a de informar/resumir, deixando claro do que trata o restante do texto. Ao não conter de forma bem definida, ou equivocar-se em relação à estrutura hierárquica da notícia, conforme Van Dijk (1990), o título do Correio do Povo pode confundir o leitor, que em um primeiro momento tem no título sua única fonte de informação. A questão do tema, dentro de um discurso jornalístico, não se constitui em uma lista onde os diferentes aspectos se organizam de forma linear, seqüencial. O esqueleto de uma notícia jornalística forma uma estrutura hierárquica, onde um tema é mais importante e privilegiado em relação a outro, de menor interesse ao leitor.

“Um tema é uma macroproposição subjetiva e estrategicamente deduzida, que se transpassa às seqüências das orações mediante regras e estratégias, sobre a base do conhecimento geral do mundo e das crenças e interesses pessoais. O tema é parte de uma estrutura hierárquica, programática ou temática, que pode expressar-se mediante um resumo que define subjetivamente o que é a informação mais importante, a substância ou o objetivo final do texto. Os temas são cruciais para o entendimento total de um texto; para o estabelecimento da coerência global. O tema é o eixo central de um texto. Sem uma percepção clara do tema é impossível entender do que trata o texto globalmente.” (Van Dijk, 1990: 60-61)

Desconstrução: Zero Hora versus Correio do Povo

O título é composto, então, de várias proposições que se constituem de significados em nível local; ou seja, de identificação imediata dentro do texto, como verbos, sujeitos, ações. Em termos gerais, as proposições são as construtoras dos significados menores e independentes da linguagem e do pensamento. A macroproposição se refere aos significados mais amplos, relacionados ao contexto, às pessoas, aos fatos. É utilizada para denotar fatos.

Seguindo o esquema fornecido por Van Dijk (1990), poderíamos traçar um esboço geral da estrutura da notícia, com o objetivo de nos auxiliar a compreender os intrincados elementos que constituem o corpo do texto de uma notícia. Simplificadamente, os acontecimentos principais ocupam o topo da pirâmide hierárquica. A partir deles, surge o acontecimento principal 1, que tem sua origem nos antecedentes e, mais anteriormente ainda, nas condições (conjunturas políticas, fontes, momento histórico ou social) em que ocorreu o fato jornalístico. As condições determinam os antecedentes, cujas conseqüências se fazem sentir no âmbito do acontecimento principal.

O esquema estabelece uma ordem de importância decrescente, mas não linear, uma vez que as variantes envolvidas no processo imbricam-se uma às outras, partindo do acontecimento principal, e chegando às condições que foram suas causadoras, em última análise. É utilizado para análise de notícias, como o exemplo dado pelo Correio do Povo. Na continuação deste esquema da estrutura da notícia temos o seguimento do acontecimento principal 2, mais utilizado para analisar grandes reportagens, como o que é proposto pela Zero Hora, e que também tem sua origem nos acontecimentos principais, onde estão implicadas as causas/razões e o ato principal do fazer a ação.

A queda do ministro da Justiça é o tema principal em ambos os jornais; isto fica claro e é estabelecido inclusive pelo próprio título. Neste ponto, encontramos uma primeira característica importante do discurso jornalístico: os temas são expressos e assinalados mediante os títulos, que atuam como resumos do texto da notícia. O título da Zero Hora expressa uma macroproposição clara, pois possui um sujeito/ agente, uma localização definida, no sentido de que o acontecimento principal (a queda do ministro) teve antecedentes/ condições específicos que proporcionaram o fato em si, e que produziu determinadas conseqüências que podem ser vistas no desenrolar do texto. Neste caso, o sujeito/ agente da ação (FHC), em função de circunstâncias determinantes e anteriores, efetuou a demissão de José Carlos Dias (ato de sua competência). Nesta lógica, o título expressa o ato principal (o combate às drogas) e expressa sua conseqüência imediata e natural.

Na matéria do Correio do Povo, o título não esclarece o ato principal (divulgação de informações sigilosas referentes ao combate ao narcotráfico; ou a disputa entre quem comandaria esta operação antidrogas), que assume uma posição secundária no texto. O título dá ênfase ao seu agente (FHC), que é o executor indiscutível do fazer a ação. Neste caso, FHC pode abstrair-se da ação, pois é uma informação que é dispensável para o entendimento do resto da notícia, a partir de seu título, que é o constituinte do texto jornalístico que mais chama a atenção do leitor, em um primeiro momento.

Entretanto, os antecedentes e as condições em que ocorreu o ato principal não são nem mencionadas no título, mas dão origem ao que Van Dijk (1990) chama, dentro do esquema da estrutura da notícia, de conseqüência principal (a queda do ministro), que surge somente em função do ato principal (a disputa pelo combate às drogas).

Afinal de contas, é da competência de um presidente

demitir um ministro por problemas internos de não concordância com as diretrizes estabelecidas pelo governo.

“As conseqüências são outra categoria que aparece normalmente nos discursos jornalísticos. O valor informativo dos acontecimentos sociais ou políticos é parcialmente determinado pela seriedade de suas conseqüências. Mediante a discussão real ou possível das conseqüências, um discurso jornalístico pode outorgar coerência casual aos acontecimentos informativos. Às vezes, as conseqüências são mais importantes do que os próprios acontecimentos informativos principais. Neste caso, os temas da categoria das conseqüências podem ter a mesma posição hierárquica que o tema dos fatos principais, e inclusive podem chegar a converter-se no tema de mais alto nível e repercutir nos títulos.” (Van Dijk, 1990: 85)

No título da Zero Hora já está implícita esta informação de que o agente do ato principal é o presidente, e deixa bem claro quais foram os antecedentes/ condições que deram origem ao acontecimento principal, e que virou matéria de capa em ambos os jornais. Na Zero Hora, o fazer a ação mais importante (a demissão do ministro) está muito mais presente e esclarecedor. Em última análise, foram as informações sigilosas divulgadas indevidamente pelo ex-ministro (antecedentes/ condições), referentes ao combate às drogas, que foram as causadoras de sua queda (acontecimento principal); e não uma vontade do presidente, que é um agente de ação de segunda natureza, ainda que, é claro, se relacione com o tema principal.

Como os temas do discurso jornalístico expressam-se através dos títulos, que desempenham a função de resumir, o título do Correio do Povo, ao não considerar os antecedentes/ condições

relevantes, acaba por comprometer o entendimento do resto do texto, uma vez que o título cobre só uma parte da informação jornalística e não serve como identificador do fato em si. Desta forma, a estrutura da notícia, composta por diferentes e complexos elos que se imbricam uns aos outros, tem um de seus componentes rompido.

Para Van Dijk (1990), o tema principal vem assinalado pelos itens jornalísticos através dos títulos e cabeçalhos. Definem a situação total e indicam ao leitor um significado totalizador preferencial do texto. A característica mais chamativa e típica da realização ou elaboração temática do discurso é que cada tema se apresenta em partes e não como um todo; entretanto, obedece a uma regra de coerência e relevância. Esta característica tem sua origem no princípio global de organização de relevância da notícia.

“Este princípio sustenta que o discurso jornalístico se organiza de maneira tal que a informação mais importante ou relevante se põe na posição mais destacada, tanto no texto como um todo como nas orações e títulos. Isto significa que para cada tema a informação mais importante se apresenta primeiro.” (Idem: 69)

No título do Correio do Povo: FHC demite ministro da Justiça, o presidente não é a idéia mais importante, mas ao ser a matéria titulada desta maneira desagregou o esquema de compreensão do leitor. O título perde, desta forma, seu caráter de identificador e compromete a compreensão global do texto. É esta coerência global das informações do texto que o Correio do Povo não respeitou.

“Não obstante, podemos concluir que os esquemas jornalísticos realmente existem, e que tanto os jornalistas como os leitores os utilizam, ao menos implicitamente, na

produção e compreensão da notícia. A ampla investigação empírica tem demonstrado que, de maneira geral, o discurso jornalístico adota estas categorias esquemáticas. De maneira similar, algumas regras determinam seu ordenamento em um esquema canônico, e diferentes estratégias cognitivas fazem uso desse esquema para expressar efetivamente a informação jornalística em um discurso jornalístico concreto.” (Van Dijk, 1990: 89)

Entretanto, dentro do esquema jornalístico proposto por Van Dijk (1990), o título não deve ser analisado simplesmente como um título físico, que é impresso em tipos de letras grandes, alguns em caixa alta, e sempre em negrito. O título define uma seqüência especial do texto jornalístico, no qual se pode perceber seu conteúdo global.

Neste sentido, outro aspecto de análise se faz presente: o título de Zero Hora é sensacionalista, pois visa a chamar a atenção do leitor para um fato inusitado, de claro apelo público, e que acaba por sugerir um comprometimento da normalidade legal das relações políticas internas do governo.

Disputa pelo combate às drogas derruba ministro da Justiça traz a idéia de uma crise nos altos escalões do governo. É como se o título associasse o combate às drogas ao alto comando político do governo, insinuando relações entre o narcotráfico e os representantes das instituições. Pressupõe, ainda, algum tipo de utilização política do combate às drogas como forma de promoção, de exaltação, de disputa dentro do ministério; algum tipo de utilização político-ideológica, de ação concreta, ao combate às drogas.

Neste caso, na composição da estrutura da notícia, se faz necessário um comentário acerca da retórica do discurso jornalístico. A retórica refere-se à maneira (forma) como dizemos as coisas. O uso

de estruturas retóricas na notícia depende dos objetivos e dos efeitos buscados na comunicação. O efeito sensacionalista e de forte apelo popular, como por exemplo o combate às drogas, é um fator de primeira ordem, que chama a atenção da opinião pública e persuade o leitor, na medida em que interessa a toda a sociedade.

“O aspecto formal da retórica da notícia não está baseado principalmente nos níveis gramaticais da fonologia, da morfologia ou da sintaxe. Está completamente preparado para o objetivo de pôr em evidência seu conteúdo específico, mediante as diferentes características que destacam a relevância ou proeminência da notícia.” (Van Dijk, 1990: 126)

As estruturas retóricas que acompanham os atos de fala, como os que se desenvolvem nas notícias da imprensa, deverão ser capazes de alimentar as crenças dos leitores, unindo-se às proposições afirmativas do texto. O poder de persuasão do título do jornal Zero Hora tem sua força colocada no fato de que o leitor concorda, intimamente, que o narcotráfico deve ser eliminado, e aqueles que se opõem a esta determinação governamental devem ser punidos segundo o que está previsto por lei; no caso, a desestruturação da operação de combate ao narcotráfico, em função da divulgação de informações sigilosas, o que acabou acarretando a demissão do ministro da Justiça.

O convencimento do leitor, promovido pelo título, é imediato, porque pressupõe uma identificação com outros conhecimentos e crenças que o leitor já possui. Há uma coerência argumentativa, a partir das proposições reveladas pelo título. O discurso jornalístico traz à tona a representação do modelo que o leitor já tem do mundo e, ao mesmo tempo,

converte-se em algo fácil de memorizar, quando tiver de repassar esta informação. A persuasão, neste caso, não necessita de nenhuma troca de opiniões, valores ou atitudes: o leitor crê no que o “outro” (o título) disse, e aceita, a priori, sua premissa como verdadeira.

Segundo Van Dijk (1990), as eleições das estruturas do estilo e da retórica jornalística indicam a classe do discurso adequada para uma situação particular ou para os antecedentes ideológicos pressupostos. O recurso da retórica não vem ditado pelo contexto; mas pode-se utilizá-lo livremente se o que se quer é fazer mais efetiva a mensagem. Em nível cognitivo semântico (compreensão, representação e memorização por parte do leitor), desejamos que as pessoas entendam o que dizemos acerca de determinados fatos ou situações. Isto é, desejamos enviar uma mensagem ao “outro lado”, o que significa que se espera que o leitor ou ouvinte construa uma representação textual de um modelo situacional, segundo a intenção do falante/escritor. Desejamos que nosso co-partícipe da fala compreenda que o que dizemos teve a intenção de ser uma afirmação, um pedido ou uma ameaça.

Reflexões: a persuasão do “olhar” social

A notícia (título) é lida e compreendida em situações sociais, assumindo normas, valores, objetivos e interesses que são socialmente compartilhados. De uma maneira geral, as pessoas lêem as notícias para atualizar seus modelos particulares de mundo.

Estes modelos pessoais/sociais, como vimos em *La construcción social de la noticia*, de Miguel Alsina (1993), podem resultar em informações relevantes para uma interação social posterior, ainda que seja somente para as conversações cotidianas acerca dos temas da atualidade. A leitura do jornal tem esta função de

permanente atualização, processamento e aprendizagem social.

O objetivo de um título persuasivo como o que foi adotado por Zero Hora visa, então, a que o leitor compreenda, entenda, represente (a partir de um modelo mental já estabelecido), memorize e, finalmente, que o leitor creia no que está sendo apresentado e se integre a ele, repercutindo na leitura da notícia. Através da descrição direta do acontecimento que está ocorrendo (a queda do ministro), inter-relaciona de forma sólida os fatos entre si. Ao mencionar o acontecimento prévio (condições/causas), e ao descrever o passo seguinte do fazer a ação jornalística, com suas conseqüências reais e possíveis, promove uma atitude e uma dimensão emocional no leitor: o fato citado no título é representado e memorizado de forma fácil e direta pelo leitor, obtendo sua cumplicidade. Para Van Dijk (1990), esta é uma condição indispensável da retórica:

“A atenção pelo negativo, pelo sensacionalista, pelo sexo e pela violência, inclusive em jornais de qualidade, satisfaz a retórica das emoções particulares do leitor, que também se tornam conhecidas a partir dos informes de fenômenos como acidentes, desastres, catástrofes, crimes e escândalos. (...) Em resumo, satisfazem as condições cognitivas e emocionais básicas do tratamento efetivo da informação. Estes acontecimentos compreendem o que a maior parte da população, em nossos países ocidentais, consome como notícia”. (Van Dijk, 1990: 127-128)

Por outro lado, o título do Correio do Povo FHC demite ministro da Justiça não é apelativo, mas traz revelado em seu contexto, de forma explícita, a idéia de um sujeito/agente da ação audaz e competente. FHC assume, neste caso, o papel de saneador de uma crise.

O título peca ao espetacularizar um fato rotineiro, uma ação política normal e natural pressuposta pelo leitor, nos casos de discordância com alguma orientação governamental. Equivoca-se por ser centralizado no presidente, podendo sugerir alguma rixa pessoal ou partidária que não é esclarecida ao leitor incauto, aquele que lê somente o título.

O presidente é revestido, então, de uma função mítico-heróica, dentro de um contexto de normalidade institucional. FHC aparece como sujeito/agente da ação, do ato de demitir, e o faz exclusivamente por dever, cuja atitude correta e justa é capaz de solucionar um problema, não visível ao leitor.

Para Van Dijk (1990), “a eleição das palavras, mais do que o uso de modelos sintáticos ou semânticos, se associa ao estilo do discurso. A eleição de palavras específicas pode assinalar o grau de formalidade, a relação entre os participantes na fala, a inserção institucional ou grupal do discurso e, em especial, as atitudes e as ideologias do falante” (Idem: 109).

Ao titular FHC demite ministro da Justiça, não estamos tratando tanto de uma questão semântica, mas sim de uma expressão indireta dos valores implícitos e associados aos significados das palavras; neste caso, no que representa ser o presidente o sujeito/agente da ação e não qualquer outro elemento constitutivo do texto.

Kant (1984), na obra *Fundamentação da Metafísica dos Costumes*, estabelece a diferença da ação no ato de agir conforme o dever e agir por dever. O agir conforme o dever traz em si ações para as quais os homens não sentem imediatamente nenhuma inclinação, embora as pratiquem porque a isso são levados por outras tendências. Na ação praticada por dever, o sujeito é levado a ela por inclinação imediata.

“É na verdade conforme o dever que

o merceeiro não suba os preços ao mercador inexperiente, e quando o movimento do negócio é grande o comerciante esperto não faz semelhante coisa, mas mantém um preço fixo geral para toda a gente, de forma que uma criança pode comprar em sua casa tão bem como qualquer outra pessoa. É-se, pois, servido honradamente; mas isso ainda não é o bastante para acreditar que o comerciante tenha assim procedido por dever e princípios de honradez; o seu interesse assim o exigia; mas não é de aceitar que ele além disso tenha tido uma inclinação imediata para os seus fregueses, de maneira a não fazer, por amor deles, preço mais vantajoso a um do que a outro. A ação não foi, portanto, praticada nem por dever nem por inclinação imediata, mas somente com intenção egoísta.” (Kant, 1984: 112)

Não vamos nos aprofundar neste conceito kantiano; entretanto, julgamos pertinente utilizar a idéia básica de sua premissa: se estivermos dirigindo um automóvel e pararmos o carro em um semáforo cujo sinal está vermelho, apenas porque na esquina avistamos um policial, para Kant (1984), agimos conforme o dever. A premissa não se refere ao íntimo do sujeito/agente da ação em reconhecer validade na norma em si, e que deve ser seguida; mas a segue pressionado por uma força externa institucional. A ação é cumprida, mas executada conforme o dever.

Agora, ao percebermos o sinal vermelho, e pararmos o automóvel porque uma motivação íntima de conduta assim o quis, agimos por dever. O móbil da vontade íntima, neste caso, foi o irrestrito cumprimento de uma lei de trânsito. Objetivamente, segundo Kant (1984), “os dois atos produzem o mesmo efeito, mas têm origem em um móbil moral diferente” (Idem: 113).

Ora, se aplicarmos este postulado kantiano aos dois títulos, pode-se constatar que no título do jornal Zero Hora a ação de derrubada do ministro em função da disputa pelo combate às drogas não representa um julgamento moral; mas sim um ato produzido por uma circunstância anterior, cuja conseqüência inevitável e de forte mobilização da opinião pública foi a queda de José Carlos Dias. Talvez o presidente não quisesse demitir o ministro; mas o fez em função de uma conjuntura político-social irreconciliável, na tentativa de salvar o governo de uma possível crise.

No Correio do Povo, ao contrário, FHC tomou uma atitude moral: a partir do descumprimento de uma determinada norma estabelecida (um ministro não deve divulgar informações sigilosas), com a qual concorda, uma vez que sua motivação íntima, enquanto presidente, é justamente o cumprimento desta norma, o título do Correio do Povo consolida uma postura de reconhecer em FHC e no governo uma normalidade institucional na forma de agir. Se o presidente fez; assim está (feito) correto.

Desta forma, procuramos discorrer neste ensaio sobre a possibilidade de os dois títulos desempenharem, à sua maneira, formas diferenciadas de persuasão do leitor, pois alimentam crenças íntimas e valores com os quais se identificar.

O sensacionalismo da Zero Hora persuade o leitor, que identifica no combate às drogas um modelo de mundo melhor com o qual tem familiaridade e pelo qual deve lutar e apoiar.

O Correio do Povo, ao explorar o signo que o presidente FHC representa, também persuade um determinado tipo de leitor, que concorda com a noticiabilidade do fato jornalístico apenas por se tratar do mito moderno que esta posição política incorpora.

Em relação à compreensão da notícia por parte do leitor, entretanto, julgamos que as circunstâncias se modificam: uma

notícia cujo tema ele já tenha um certo conhecimento, ou uma informação que lhe é familiar, ou algum tipo de interesse prévio já existente, representa uma maior lembrança posterior, ainda mais em se tratando de temas em voga como a política governamental. O título de Zero Hora, neste caso, produz um efeito de evocação (relembração) muito maior do que se o leitor fosse ler o relato jornalístico titulado no Correio do Povo.

Em função da grande quantidade de informação que aparece em nossos jornais, que continua sendo apenas um pequeno fragmento de toda a informação a que se tem acesso nos meios de comunicação, só uma pequena quantidade pode evocar-se, integrar-se e ser assimilada dentro do sistema de conhecimento dos leitores. Cabe ao título esta tarefa; quanto melhor expressar este aspecto de assimilação, tanto maior será seu poder de persuasão.

Neste sentido, ao nosso ver, o título Disputa pelo combate às drogas derruba ministro da Justiça é de mais fácil assimilação e memorização por parte do leitor.

O título de Zero Hora vem fortalecer no íntimo do leitor que o combate às drogas deve continuar, não importando quem deva sair do governo; ou se o ministro da Justiça, envolvido no processo, tinha ou não culpa pelo seu ato.

Paradoxalmente, fortalece de forma indireta a imagem do presidente, que sequer é mencionado. Para Umberto Eco (1997), “os meios de comunicação social só podem influenciar a vida política do país criando opiniões” (Idem: 68).

É de consenso geral da população a opinião titulada (defendida) pela Zero Hora. No Correio do Povo, o fazer jornalístico é apenas acrescido a mais uma ação de FHC que, ainda que seja de relevância, acaba por cair no grande vazio proporcionado pela superexposição à mídia.

FHC torna-se um componente indiferente aos olhos do leitor, se levarmos

em conta a reintegração cognitiva (memorização) da informação lida. Provavelmente, este leitor não recordará de que foi ele quem demitiu o ministro, mas apenas a demissão em si, melhor esclarecida por Zero Hora .

Referências

ALSINA, Miguel Rodrigo. *La construcción social de la noticia*. Barcelona: Paidós, 1993.

AUSTIN, John. “Quando dizer é fazer. Palavras e ação”. Tradução de Danilo Marcondes de Souza Filho. Porto Alegre: Artes Médicas, 1990, In: FONSECA SEIXAS, Lia. Os atos verbais jornalísticos: um estudo dos “fazer” jornalísticos por editoriais de política. Texto apresentado pela autora no 9º Encontro Anual da Associação Nacional de Programas de Pós-Graduação em Comunicação – COMPÓS – Porto Alegre – RS, junho de 2000.

BERGER, Christa. *A imprensa brasileira na escrita imoral de todos os tempos*. Texto apresentado pela autora no 9º Encontro Anual da Associação Nacional de Programas de Pós-Graduação em Comunicação – COMPÓS – Porto Alegre – RS, junho de 2000.

ECO, Umberto. *Cinco escritos morais*. Rio de Janeiro: Record, 1997. In: BERGER, Christa. *A imprensa brasileira na escrita imoral de todos os tempos*. Texto apresentado pela autora no 9º Encontro Anual da Associação Nacional de Programas de Pós-Graduação em Comunicação – COMPÓS – Porto Alegre – RS, junho de 2000.

FONTCUBERTA, Mar de. *La noticia: pistas para percibir el mundo*. Barcelona: Paidós, 1993.

FOUCAULT, Michel. *As palavras e as coisas*. Tradução Salma Tannus Muchail. São Paulo: Martins Fontes, 1995.

KANT, Immanuel. *Fundamentação da Metafísica dos Costumes*. In: Kant II – Textos selecionados. Coleção Os Pensadores. Tradução de Paulo Quintela. São Paulo: Abril Cultural, 1984.

MARCONDES FILHO, Ciro. *O capital da notícia: jornalismo como produção social de segunda natureza*. São Paulo: Ática,

1986, p. 12.

SODRÉ, Muniz e FERRARI, M. Helena. Técnica de Reportagem: notas sobre a narrativa jornalística. São Paulo: Summus, 1986.

VAN DIJK, Teun A. La Noticia como Discurso. Comprensión, Estructura y Producción de la Información. Barcelona: Paidós, 1990.