



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO DE COMUNICAÇÃO E EXPRESSÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM JORNALISMO

JEFERSON BERTOLINI

O TÍTULO JORNALÍSTICO NA INTERNET

Florianópolis

2014

JEFERSON BERTOLINI

O TÍTULO JORNALÍSTICO NA INTERNET

Dissertação submetida ao Programa de Pós-graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina para a obtenção do Grau de Mestre em Jornalismo.

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Raquel Ritter Longhi
Co-orientadora: Prof^a. Dr^a. Rita de Cássia Romeiro Paulino

Florianópolis

2014

Jeferson Bertolini

O TÍTULO JORNALÍSTICO NA INTERNET

Esta Dissertação foi julgada adequada para obtenção do Título de “Mestre em Jornalismo”, e aprovada em sua forma final pelo Programa de Pós-Graduação em Jornalismo

Florianópolis, 24 de março de 2014

Francisco Jose Castilhos Karam
Coordenador do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo

Banca examinadora

Prof^a. Rita de Cássia Romeiro Paulino, Dra.
Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) (Co-orientadora)

Prof. Rogério Christofolletti, Dr.
Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)

Jorge Kanehide Ijuim
Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)

Prof. Demétrio de Azeredo Soster, Dr.
Universidade de Santa Cruz do Sul (Unisc)

*Agradeço ao trabalhador brasileiro,
que sustenta o mundo das coisas
e o mundo das ideias.
A ele, também peço desculpas*

RESUMO

Esta é uma pesquisa sobre os títulos jornalísticos na internet. Buscamos identificar e descrever os principais tipos de título jornalístico na web, e apontar características deles a partir de comparação com títulos de meios impressos. Na parte empírica, inicialmente foram observados 5 mil títulos publicados nos portais *UOL*, *Globo.com*, *R7* e *Terra*, e nos jornais *Folha.com*, *Estadao.com*, *Oglobo.com* e *diariocatarinense.com* entre maio e agosto de 2013. Isso permitiu a criação de 10 categorias que, acreditamos, sirvam de agregadores de características dos títulos na internet. Depois, em outra amostra, foram comparados 210 títulos da mesma notícia publicados pela *Folha de S.Paulo* na versão impressa e reproduzidos na internet, em agosto de 2013. A comparação nos permitiu registrar por que os títulos mudam de uma plataforma a outra. Acreditamos que uma das contribuições deste trabalho seja definir características gerais dos títulos jornalísticos na internet.

Palavras-chave: Título jornalístico. Internet. Plataformas digitais. Jornalismo online.

ABSTRACT

This is a study about the titles of the news published on the Internet. We tried to identify and describe the main types of newspaper titles found on the internet, and point features from them compared to titles of printed media. In the empirical part, we analyzed 5000 titles published on *UOL*, *Globo.com*, *R7* and *Terra*, and newspapers *Folha.com*, *Estadao.com*, *Oglobo.com* e *diariocatarinense.com* between may and august 2013. This enabled the creation of 10 categories that serve as aggregators features headline news on the internet. Then, in another sample, we compare the same news titles published by the *Folha de S. Paulo* in print media and reproduced on the internet, in august 2013. The comparison allowed us to record that titles change from one platform to another. We believe that one of the contributions of this work was to define general characteristics of journalistic titles on the internet.

Keywords: Newspaper title. Internet. Digital platforms. Online Journalism.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Reprodução <i>Gazeta do Rio de Janeiro</i> de 1808	49
Figura 2 – Reprodução <i>Correio Braziliense</i> de 1808	50
Figura 3 – Reprodução <i>Correio Braziliense</i> de 1817	51
Figura 4 – Reprodução <i>Jornal do Commercio</i> de 1827	52
Figura 5 – Reprodução jornal <i>A Noite</i> de 1914	53
Figura 6 – Reprodução de <i>O Globo</i> de 1925	54
Figura 7 – Reprodução <i>New York Journal</i> de 1898	55
Figura 8 – Reprodução <i>New York World</i> de 1890	56
Figura 9 – Exemplo de título superalongado	122
Figura 10 – Exemplo de título motorizado	123
Figura 11 – Exemplo de título agregador	125
Figura 12 – Exemplo de título hiperdestacado	127
Figura 13 – Exemplo de título autossuficiente	129
Figura 14 – Exemplo de título antiestético	132
Figura 15 – Exemplo de título introdutório	135
Figura 16 – Exemplo de título em camadas	137
Figura 17 – Exemplo de título mutante	139
Figura 18 – Exemplo de título dependente	141

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Títulos analisados no comparativo internet/impresso	144
Gráfico 2 – Títulos analisados cat. <i>com e sem prejuízo ao leitor</i>	145
Gráfico 3 – Por que os títulos mudaram na internet x impresso	147
Gráfico 4 – Títulos ajustados categoria sutilmente	148
Gráfico 5 – Títulos ajustados categoria radicalmente	150
Gráfico 6 – Comparativo: tamanho dos títulos web e impresso	152

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Títulos comparativo internet/impresso, por editoria	144
Quadro 2 – Títulos cat. <i>com e sem prejuízo ao leitor</i> , por editoria	146
Quadro 3 – Títulos ajustados categoria sutilmente, por editoria	149
Quadro 4 – Títulos ajustados categoria radicalmente, por editoria	151
Quadro 5 – Comparativo: títulos web e impresso, por editoria	152

SUMÁRIO

1 – INTRODUÇÃO	21
1.1 – Objetivos	28
1.2 – Procedimentos metodológicos	29
2 – DO JORNALISMO	35
2.1 – O título na organização do texto	35
2.2 – Conversa, a raiz do jornalismo	37
2.3 – Rótulo, o embrião do título	42
2.4 – Os títulos na imprensa brasileira	45
2.5 – Tópico, a chave da compreensão do texto	57
2.6 – Fala, o título sonoro	62
2.7 – Etiqueta, combustível para motores de busca	66
3 – DA TECNOLOGIA	69
3.1 – A máquina como extensão do homem	69
3.2 – Ciber, o espaço do homem e da máquina	73
3.3 – A interatividade	79
3.4 – O texto em camadas	81
3.5 – Mídia múltipla e convergente	84
3.6 – O fetiche do agora	88
3.7 – O leitor e o navegador	90
4 – DA BELEZA	95
4.1 – O pensamento sobre o belo	95
4.2 – Questão de gosto e julgamento	100
4.3 – O darwinismo da beleza	102
4.4 – Design: para vender produtos e notícias	105
4.5 – O consumo visual	111
4.6 – Os dois lados do cérebro	112
4.7 – O ícone, na guerra e na arte	113
4.8 – Bonito de navegar	114
5 – RESULTADOS DA PESQUISA	119
5.1 – Os tipos de título jornalístico na internet	119
5.2 – Comparativo entre títulos na internet e no impresso	142
5.3 – Nove características gerais do título jornalístico na internet	156

CONSIDERAÇÕES FINAIS	161
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	164
ANEXOS	173
Anexos A – Lista de títulos usados no comparativo web/impresso ...	174

1 - INTRODUÇÃO

O encontro entre jornais impressos e plataformas digitais, percebido com mais nitidez no Brasil a partir dos anos 1990, mudou consideravelmente a forma de se produzir e se consumir notícias. Em linhas gerais, o jornalismo na era dos computadores pessoais, dos tablets e dos smartphones tem mais interatividade, hipertextualidade, multimídia e instantaneidade (SALAVERRÍA, 2005). O fenômeno muda também elementos do jornalismo, como os títulos, o tema desta pesquisa.

Os títulos do jornalismo na internet conciliam a tradição histórica de revelar a síntese da notícia (SOUSA, 2005), de prender a vista do leitor (DOUGLAS, 1966) e do dizer muito em poucas palavras (BURNETT, 1991) com funções exclusivas do ambiente digital, como os links (o clique no título leva à notícia) e os sistemas de busca (os buscadores usam palavras do título para posicionar a notícia nas telas de resultado; eles representam em média 50% do tráfego de audiência online¹ no país).

Essa conciliação cria o que podemos chamar de um novo título jornalístico. E é justamente neste ponto, que reúne o elemento tradicional (título) e o ambiente emergente do jornalismo (internet), que reside o nosso objeto de pesquisa: *o impacto da adoção da tecnologia em elementos clássicos do jornalismo*.

Partimos das seguintes perguntas norteadoras: 1) quais são as principais características do título jornalístico na internet? 2) O que dizem os principais estudos sobre os títulos jornalísticos em suas interseções com o jornalismo escrito (onde estão os títulos), com a tecnologia (recorte da pesquisa e fase atual do jornalismo) e com a beleza (o título deve ser percebido como imagem, além de frase, porque está superexposto em interfaces digitais)? 3) Quais são os principais tipos de títulos jornalísticos na internet? e 4) Quais as principais características do título jornalístico na internet frente aos títulos dos jornais impressos?

O que propomos nesta pesquisa é um olhar sobre esse novo título, abordando-o no ambiente digital, onde átomos são trocados por bits

¹ Dado de mercado e endossado por editores dos principais portais de notícia e jornais do país em seminário internacional de jornalismo online no Instituto Internacional de Ciências Sociais, em São Paulo, em 2011.

(NEGROPONTE, 2005) e onde o leitor navega por dados informacionais híbridos e labirínticos (SANTAELLA, 2004). Assim, nosso objetivo geral é *abordar os títulos jornalísticos na internet, a fim de registrar algumas das suas principais características nessa plataforma tecnológica comunicacional* (os três objetivos específicos estão explicados no tópico Objetivos).

Esta é uma pesquisa exploratória², que usa uma combinação de técnicas para chegar aos objetivos. De início, fizemos (a) um levantamento bibliográfico sobre o título e suas interseções com o *jornalismo*, a *tecnologia* e a *beleza*. Depois, recorremos (b) à observação direta, não participante, através da qual analisamos 5 mil títulos de notícias publicadas nos principais portais e jornais do país para elaborar uma lista com 10 categorias de títulos jornalísticos na internet. Em seguida fizemos a (c) descrição desses tipos de títulos identificados. E, por fim, produzimos um (d) estudo comparativo de títulos publicados pela *Folha de S.Paulo* na web e reproduzidos na edição impressa para apontar as diferenças que tiveram nas duas plataformas (detalhes no tópico Metodologia).

Decidimos por este tema por dois motivos: 1) pela importância histórica do título jornalístico, de resumir a notícia (MELO, 1985), de conciliar função técnica e estética (AMARAL, 1978) e de organizar a macroestrutura do texto a um sistema mais simples de entendimento (COMASSETTO, 2003); e 2) porque, na internet, o título vende a notícia, literalmente, como mostra o modelo de cobrança criado pelo *The New York Times* em 2011 e adotado por jornais do mundo inteiro. Nele, a notícia só é vendida se houver clique no título³.

O chamado *paywall* era, no momento desta pesquisa, a principal aposta de complemento de receita de alguns dos maiores jornais do país e do mundo. No Brasil, *Folha de S.Paulo*, *O Estado de S.Paulo* e *O Globo*, para citar três exemplos, queixavam-se de perda de leitores em seus formatos impressos e registravam, segundo o IVC, queda de tiragem⁴.

² Como observa Gil (2007), a pesquisa exploratória busca proporcionar maior familiaridade com o problema.

³ Os principais jornais do país adotaram o modelo em 2012. Na *Folha de S.Paulo*, o maior deles, o leitor sem assinatura digital podia em 2013 ler 10 notícias no site por mês antes de esbarrar no *pay wall*.

⁴ Os jornais brasileiros registraram 8% de queda de circulação em 2013 frente a 2012, segundo o IVC.

Os 14 anos de experiência profissional como repórter e editor em jornais e sites de notícias (até o fim deste trabalho) também foi determinante à escolha do tema. Ela nos permitiu perceber o quanto um título bem construído contribui à notícia, seja nos meios impressos ou nos digitais, e o quanto melhora sua apresentação visual. Também mostrou que titular é dificuldade comum entre repórteres, que títulos bem feitos brotam de leads bem feitos, que títulos diretos e em voz ativa atraem mais leitura, que muitas vezes uma página começa a ser desenhada pelo título e que há pautas que nascem após o título ser pensado.

Normalmente feito após a redação da matéria, o título é, muitas vezes, procurado antes, na mente do redator, com o objetivo de fazer saltar-lhe o que de mais importante, em termos de jornal, deve ser explorado na redação do assunto em pauta. Se o redator não consegue imaginar um bom título antes de escrever o material que tem em mãos, é porque não compreendeu bem o valor do que possui (AMARAL, 1978, p. 86).

Burnett (1991, p. 43) considera o título o elemento mais importante da notícia porque “sem um título atraente o leitor não chega sequer ao lead”. Na internet, isso é especialmente verdadeiro. Primeiro porque o leitor só chega ao lead e, conseqüentemente, à notícia, se clicar no título --- daí a importância de uma chamada ainda mais atraente. Segundo porque é impossível, em *homepages* de site e em telas miúdas de celulares inteligentes, ter uma ideia geral do tema noticiado --- no digital perde-se contato com o conjunto de título, texto, linha de apoio e foto que, nos meios impressos, dá uma noção do assunto.

É preciso também atentar à abundância de títulos no ambiente digital. Especialmente por causa da atualização contínua (SCHWINGEL, 2012) e da produção da notícia em ciclos 24/7 (BARBOSA, 2009) nota-se uma espécie de overdose informacional, que cria um tipo de disputa de conteúdos e até pode causar, como brincara certa vez a ombudsman da *Folha de S.Paulo*, Suzana Singer, uma “indigestão jornalística”.

Este trabalho percebe o título sob dois ângulos: 1) como frase, que serve para anunciar e vender a notícia; e 2) como imagem, já que em telas móveis, geralmente pequenas, e pela disseminação dos

aplicativos para tablets e celulares, que costumam se basear na lista de notícias dos sites, o título torna-se o elemento mais visível da página.

No nosso entendimento, esses dois aspectos impactam na audiência dos portais. E a briga pela audiência, por sua vez, muda a construção dos títulos: os jornais devem fazê-los curtos e diretos para serem mais impactantes, ou devem enchê-los de palavras para apostar na busca mecânica? Nesse caso, dizer muito no título não espanta a leitura? Será que o leitor não ficará satisfeito com o resumo da notícia em um título rechonchudo e irá embora sem clicar? E a pressa? Será que, na ânsia de publicar antes, os jornais estão publicando melhor? Ou têm levado ao ar títulos confusos e sem foco?

Na internet, por causa de dilemas como esses, nos parece que ainda não há um modelo apropriado de título jornalístico --- e não é nossa intenção sugerir um neste trabalho. Nos meios impressos parece haver consenso acerca do que fora proposto por Sousa (2005):

Um bom título acrescenta valor a uma peça jornalística. Na tradição jornalística dominante, os títulos devem ser informativos, sintetizando o núcleo duro da informação numa frase forte, dura e sedutora. Devem ter garra. Devem ser claros, concisos, precisos, atuais e verídicos (SOUSA, 2005, p. 146).

Encontrar conceitos e estudos específicos sobre títulos jornalísticos foi uma das maiores dificuldades deste trabalho. Até onde pudemos notar, o assunto costuma estar apoiado em temas maiores, como notícia, e muitas vezes ocupa espaço resumido nas publicações. Esta situação nos obrigou a fazer um pequeno garimpo histórico para tentar encontrar as primeiras publicações jornalísticas a usar títulos, apesar de esse não ser nosso objetivo central. Em arquivos digitalizados disponíveis na internet foi possível folhear exemplares de jornais pioneiros no mundo, como o *Aviso de Augsburg*, publicado em 1609, na Alemanha, e no Brasil, como a *Gazeta do Rio de Janeiro* e o *Correio Braziliense*, de 1808, para tratar minimamente da questão.

Nesta pesquisa veremos que o uso do título não nasceu com os jornais. Foi adotado por eles ao longo da evolução da imprensa no país e no mundo. Poderíamos dizer, então, que os títulos usados na imprensa foram inspirados nos títulos dos livros, escritos a mão na China desde o ano de 868. Não seria errado. Mas, para abraçar melhor a questão, é preciso ir muito mais longe no tempo, pois a ideia de resumo contida

nos títulos, como poderemos perceber ao longo do estudo, tem relação direta com duas características da humanidade: 1) a oralidade, de onde vem a tradição humana de contar histórias e onde está a raiz do jornalismo, e 2) a habilidade cognitiva pela qual simplificamos o todo em tópicos menores para compreendê-lo melhor.

Os usuários da língua e, portanto, também os leitores de jornais, têm a importante capacidade de dizer sobre o que versava um texto ou uma conversação. São capazes, embora com variação subjetiva e social, de dizer qual é o tópico de um discurso. Assim, podem formular o tema ou os temas de um texto noticioso, em declaração como “eu li no jornal que o presidente não negociará com os russos”. Em outras palavras, os usuários da língua são capazes de resumir unidades complexas de informação por meio de uma ou algumas sentenças, que exprimem o ponto principal, o tema ou o tópico da informação. Em termos intuitivos, tais temas ou tópicos organizam o que é mais importante em um texto. Eles definem, com efeito, o resultado do que é dito ou escrito (VAN DIJK, 1992: 129).

Este trabalho trata exclusivamente de títulos jornalísticos publicados em sites e portais de notícia, canais mais expostos à expansão da internet e básicos para as plataformas digitais. Contudo, acreditamos que o princípio de resumo dos títulos publicados nesses canais tenha relação com os “títulos sonoros” do rádio e da televisão, que, para chamar a atenção do público, apresentam tópicos enunciativos antes da exposição da notícia.

Levamos em conta títulos das editorias de Cidades, Política, Economia, Polícia, Esportes e Cultura. Estão incluídos títulos de *homepage*, de listas de plantão, das páginas internas de notícias (aquelas aonde se chega depois do clique no título) e de meios relacionados, como as *timelines* de redes sociais.

Como já mencionado, esta pesquisa percebe o título em três temas macros: *jornalismo*, *tecnologia* e *beleza*. Entendemos o título como o *elemento que chama a atenção do leitor para a notícia de forma clara, objetiva, apelativa e resumida* (AMARAL, 1978); o jornalismo como *a atividade cuja função é informar as pessoas para que elas sejam livres e se autogovernem* (KOVACH & ROSENSTIEL, 2003); a

tecnologia como *o movimento que cria um ambiente humano novo* (MCLUHAN, 1964); e a beleza como aquilo que, *sem depender de conceitos, agrada universalmente* (KANT).

Dividimos o trabalho em cinco capítulos.

O *primeiro* busca fazer uma introdução ao tema pesquisado, descrevendo seu contexto, o objeto de estudo, as perguntas norteadoras, os porquês do tema, os autores mais consultados, os conceitos usados no trabalho e avisa que, no referencial teórico, procuramos pontuar eventos em vez de discuti-los e priorizamos uma abordagem plana ante uma profunda. Nele apresentamos os objetivos geral e específicos do estudo e detalhamos os procedimentos metodológicos.

O *segundo* busca contextualizar o tema central desta pesquisa, os títulos, na comunicação social e no jornalismo. Trata-se de um resumo dos principais eventos entre o surgimento da escrita até os dias atuais. Foram abordados eventos como a escrita, o alfabeto, a organização do texto e do pensamento humano a partir dessas conquistas e as primeiras formas de jornalismo, com as rodas de conversa nos mercados gregos. Um apanhado teórico sobre títulos jornalísticos fecha a etapa. Os principais autores foram Laignier (2009), Walker (1996), Kovach & Rosenstiel (2003), Sousa (2005), Melo (1985), Amaral (1978), Comassetto (2003) e Van Dijk (1992).

O *terceiro* foca a face tecnológica, e busca traçar uma linha entre o início da relação humana com equipamentos tecnológicos, como o surgimento da roda, até as telas móveis sensíveis ao toque, último dispositivo disponível no mercado no momento deste trabalho. Seguimos este caminho por considerar que a tecnologia é algo que acompanha o homem desde os primórdios, e não um dispositivo que nasceu na era dos computadores pessoais. O tratado começa com a teoria de McLuhan (1964) sobre a máquina como extensão do corpo humano, depois pontua eventos como a computação, computadores pessoais, e retoma o tema jornalismo, agora em seu aspecto tecnológico, tratando de tópicos como multimídia e convergência. Os principais autores foram McLuhan (1964), Clézio (2007), Santaella (2004), Lévy (2003), Salaverría (2005), Scolari (2008), Lemus (2003) e Schwingel (2012).

O *quarto* aborda beleza e design, porque também nos interessa perceber o aspecto visual dos títulos. Ele reúne conceitos desde o início das discussões sobre o belo, na filosofia grega, até o mundo atual, da imagem em movimento, do design em função dos produtos e das interfaces navegacionais. Também menciona estudos de Darwin, para

quem as espécies se desenvolvem com base naquilo que é bonito (a fêmea é atraída pelo macho mais belo, e vice-versa). Os principais autores foram Santaella (1994), Eco (1996), Etkoff (1999), Bürdek (2010), Fuentes (2006) e Scolari (2004).

O *quinto* capítulo é exclusivamente empírico e está dividido em três partes. Na *primeira*, descrevemos os principais tipos de títulos jornalísticos na internet, a partir da observação feita em 2013 em quatro portais de notícias e quatro jornais. São 10 categorias. Todas têm um texto explicativo, exemplos escritos e imagem. Na *segunda*, destacamos características do título jornalístico na internet a partir de comparação com títulos de meios impressos. Foram estudados títulos da *Folha de S.Paulo*. A análise mostra características como tamanho, por que os títulos mudaram ao serem transpostos do impresso para a internet e as editorias que mais mudam títulos. A *terceira* concentra considerações do autor desta pesquisa sobre os resultados obtidos com o estudo bibliográfico, a observação dos títulos nos portais e com a comparação dos títulos publicados na internet e no impresso.

Para encerrar, as considerações finais, em que avaliamos o desenrolar do trabalho.

1.1 - OBJETIVOS

Esta pesquisa tem um objetivo geral e três específicos, que destacamos abaixo:

Objetivo geral:

Abordar os títulos jornalísticos na internet, a fim de registrar algumas das suas principais características nessa plataforma tecnológica comunicacional.

Objetivos específicos:

1) Reunir conteúdo bibliográfico acerca dos títulos, com foco em suas interseções com o jornalismo escrito (onde estão os títulos), com a tecnologia (recorte da pesquisa e fase atual do jornalismo) e com a beleza (o título deve ser percebido como imagem, além de frase, porque está superexposto em interfaces digitais).

2) Identificar alguns dos principais tipos de título jornalístico na internet, e descrevê-los em categorias.

3) Comparar títulos jornalísticos, da mesma notícia, publicados simultaneamente na internet e em jornal impresso (a mesma notícia, em plataformas diferentes), e registrar em categorias as características que apresentam na web frente ao impresso.

1.2 - PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Pelo perfil desta pesquisa, elegemos uma combinação de procedimentos para atingir nosso objetivo geral e específicos.

De início, para cumprir o objetivo específico 1, *de reunir conteúdo bibliográfico acerca dos títulos, com foco em suas interseções com o jornalismo escrito (onde estão os títulos), com a tecnologia (recorte da pesquisa e fase atual do jornalismo) e com a beleza (o título deve percebido como imagem, além de frase, porque está superexposto em interfaces digitais)*, fizemos (a) um levantamento bibliográfico. Como pontua Fonseca (2002, p. 32), o levantamento de referências teóricas é básico para qualquer trabalho científico porque “permite ao pesquisador conhecer o que já se estudou sobre o assunto”.

Depois, para cumprir o objetivo específico 2, *de identificar alguns dos principais tipos de título jornalístico na internet, e criar categorias para descrevê-los*, recorreremos (b) à observação direta, não participante, através da qual analisamos 5 mil títulos de notícias publicadas nos principais portais e jornais do país entre maio e agosto de 2013 --- período definido por conveniência pessoal. A observação, explica Abramo (1979), permite que o pesquisador assista ao fenômeno estudado e registre suas observações onde mais lhe convier, seja em um bloco de papel ou em uma máquina de filmar. No caso da internet, complementa Adghirni (2007, p. 237), “observar é um desafio ao pesquisador por causa do fluxo contínuo da informação e de sua temporalidade” --- ficamos atentos a esse aspecto durante esta etapa.

A partir da observação, listamos 10 categorias com os tipos de títulos jornalísticos que consideramos mais comuns na internet. O passo seguinte foi a (c) descrição deles. Segundo Immacolata (2010, p.149), “a descrição faz a ponte entre a fase de observação dos dados e a fase da interpretação” deles.

Para o objetivo específico 3, *de comparar títulos jornalísticos, da mesma notícia, publicados simultaneamente na internet e em jornal impresso (a mesma notícia, em plataformas diferentes), e registrar em categorias as características que apresentam na web frente ao impresso*, fizemos (d) um estudo comparativo: comparamos 210 títulos que a *Folha de S.Paulo* publicou na edição impressa e repetiu no site, ou vice-versa, para apontarmos características do título web ante o do jornal impresso. Este tipo de estudo, destaca Abramo (1979), permite identificar o que há de comum e o que há de específico no fato

pesquisado. Quanto à amostra, Deslauriers (1991, p. 58) observa que “o objetivo dela é produzir informações aprofundadas e ilustrativas: seja ela pequena ou grande, o que importa é que a amostra seja capaz de produzir novas informações”. A *Folha* foi escolhida porque é o jornal mais lido do país nas versões online e impressa, segundo dados do IBOPE e do Instituto Verificador de Circulação (IVC).

Na análise do material empírico usamos principalmente a abordagem qualitativa. Nela, destaca Richardson (1989), citado por Dalfovo (2008), não se emprega um instrumental estatístico como base para analisar um problema, e os resultados do estudo passam por interpretações do pesquisador.

De acordo com Richardson, os dados qualitativos podem incluir informações não expressas em palavras, como pinturas, fotografias e desenhos --- no nosso caso, imagens de títulos jornalísticos.

Na pesquisa qualitativa, acrescenta Dalfovo (2008), prioriza-se a interpretação ante à quantificação, admite-se que o pesquisador exerce influência sobre a situação ou evento pesquisado e há flexibilidade no processo de conduzir a pesquisa.

Por outro lado, cabe ressaltar que nos aproximamos da abordagem quantitativa, uma vez que recorreremos a instrumentos estatísticos para mensurar os tipos de títulos na internet (10 categorias) e registrar em categorias as características que os títulos na internet apresentam frente ao impresso.

Como observa Lopes (2010, p. 154), é cada vez maior a dificuldade em fixar limite preciso entre pesquisas qualitativas e quantitativas. “Apesar de cada uma ter sua lógica implícita, não se pode esquecer que as operações quantitativas se apoiam em dados qualitativos, originalmente coletados e logo transformados”.

Apontamos, assim, que este estudo tem perfil quali-quantitativo. Trata-se de um modelo alternativo de pesquisa, ainda não assentado na academia, que tenta conciliar ambas as metodologias (quali e quanti). Observa Demo (1995, p. 231): “Embora metodologias alternativas facilmente se unilateralizem na qualidade política, destruindo-a em consequência, é importante lembrar que uma não é maior, nem melhor que a outra. Ambas são da mesma importância metodológica”.

Os passos da pesquisa

Estudo bibliográfico: primeira etapa do trabalho, o estudo foi feito com base em autores clássicos e emergentes no ambiente

acadêmico. Com ele, cumprimos o objetivo específico 1, de *reunir conteúdo bibliográfico acerca dos títulos, com foco em suas interseções com o jornalismo escrito (onde estão os títulos), com a tecnologia (recorte da pesquisa e fase atual do jornalismo) e com a beleza (o título deve percebido como imagem, além de frase, porque está superexposto em interfaces digitais)*. Focamos o título jornalístico em sua interseção com os três temas macros deste estudo: o jornalismo, a tecnologia e a beleza. No primeiro tema, buscamos autores que tratem especificamente dos títulos jornalísticos e que o discutam em relação à notícia, ao lead e ao design de página. Para ampliar o debate, avançamos por áreas afins, como cognição e leitura. No segundo tema, priorizamos o registro de alguns dos principais eventos tecnológicos relacionados ao jornalismo na internet --- acreditamos que, pela proposta da pesquisa, o estilo “linha do tempo” seria mais proveitoso que o debate de autores, em uma espécie de tensão conceitual. No terceiro tema, nos esforçamos para identificar autores e obras relevantes sobre beleza e design, pois acreditamos que o título jornalístico, além de frase bem construída, deve ser um elemento visivelmente atraente nas interfaces navegacionais.

Observação: usada para o cumprimento do objetivo específico 2, de *identificar tipos de títulos jornalísticos na internet*, a observação foi a parte mais exaustiva da pesquisa. Foram observados 5 mil títulos de notícias nos portais *UOL*, *Globo.com* (incluindo *GI* e *Globoesporte.com*), *R7* e *Terra*, e nos jornais *Folha de S.Paulo*, *O Estado de S.Paulo*, *O Globo* e *Diário Catarinense* --- o total de títulos observados não foi previamente definido; chegou-se a esse número após observação de *homepages* e listas de notícias dos portais e sites de jornais. A observação foi feita nos meses de maio, junho, julho e agosto de 2013, com recheagem em novembro e dezembro do mesmo ano. Elegemos aleatoriamente uma semana de cada mês. Os meses foram definidos por conveniência pessoal. Os portais foram escolhidos pela audiência --- em 2013 eram os mais acessados do país, segundo o IBOPE/Nielsen⁵. O mesmo critério foi adotado para a escolha da *Folha*⁶, *Estadão* e *O Globo*. O *DC* foi selecionado para a pesquisa

⁵ A pesquisa indica que, em março de 2013, o *UOL* atingia 35,8 milhões de visitas/mês, seguido de *Globo.com*, com 30,5 milhões; *R7*, com 27,4 milhões; e *Terra*, com 26,9 milhões.

⁶ A *Folha* liderava a audiência online entre os jornais brasileiros, com média de 20 milhões de acessos/mês.

contemplar um veículo de médio porte⁷, com métodos de trabalho às vezes menos sofisticados.

Foram avaliados todos os títulos encontrados nesses veículos, incluindo títulos de *homepage* (costumam ser ajustados pelo editor de capa para se encaixarem no formato da primeira página do site ou nas capas das editorias), títulos das páginas internas de notícias (aquelas aonde se chega depois do clique no título; elas costumam trazer o título escrito pelo repórter ou pelo editor/revisor), títulos das listas de últimas notícias ou plantão (repetem o título das páginas internas de notícias, sem as linhas de apoio, e também aparecem nos aplicativos) e títulos de meios correlatos, como *timelines* de *Twitter* e *Facebook* (geralmente formulados pelo editor de mídia social ou editores/revisores).

Tanto nos portais quanto nos jornais foram ignorados títulos de blogs, de sites parceiros e de seções sem cunho jornalístico-noticioso ou muito segmentadas, como “sonora” do *Terra*; “shopping” e “serviços” do *R7*; “carros” e “jogos” do *UOL*; “opinião” e “tec” da *Folha*; “divirta-se” e “link” do *Estadão*; “mais+” de *O Globo*; e “multimídia” e “diário da redação” do *Diário Catarinense*. Foram avaliadas, em linhas gerais, notícias de Cidades, Polícia, Economia, Política, Esportes e Cultura.

A observação foi feita em horários alternados, procurando um equilíbrio de tempo entre editorias e veículos, mas sem uma proporcionalidade rígida. Após a escolha dos portais e jornais, procuramos seguir quase o ritmo do leitor experto, considerado por Santaella (2004) aquele que conhece as ferramentas digitais e suas aplicações e navega com velocidade e foco. Não se estabeleceu previamente categorias de observação. A navegação foi, aos poucos, revelando tendências de títulos jornalísticos na internet. O aparecimento constante dessas tendências nos permitiu listar, no período delimitado de observação, 10 categorias de títulos.

Descrição: após a observação, etapa na qual identificamos diferentes tipos de títulos e listamos categorias para eles, passamos a descrevê-los, como proposto no objetivo específico 2, de *identificar alguns dos principais tipos de título jornalístico na internet, e descrevê-los em categorias*. Nesta fase, procurou-se registrar, em texto, suas principais características, os ambientes em que mais aparecem (se na *homepage* ou na lista de “últimas”, por exemplo), as editorias, se tinham

⁷ O maior jornal do *Grupo RBS* em Santa Catarina tinha em 2013 média de 3 milhões de visitas/mês, segundo dados compartilhados pela empresa.

alguma semelhança com o jornalismo impresso etc. Buscou-se, também, relacioná-los aos apontamentos levantados no estudo bibliográfico.

Comparação: esta etapa baseou-se na comparação de 210 títulos de matérias publicadas pela *Folha de S. Paulo* na internet e reproduzidas na edição impressa, e vice-versa, na penúltima semana de agosto de 2013, como nos propusemos no objetivo específico 3, de *comparar títulos jornalísticos, da mesma notícia, publicados simultaneamente na internet e em jornal impresso (a mesma notícia, em plataformas diferentes), e registrar em categorias as características que apresentam na web frente ao impresso*. Os 210 títulos correspondem a todas as matérias publicadas pela *Folha* no período delimitado --- uma semana útil completa. Esses títulos não fazem parte da amostra de 5 mil títulos observados para a criação das 10 categorias de títulos jornalísticos na internet. Escolhemos a *Folha* por dois motivos: 1) porque é o maior jornal do país nas versões impressa (320 mil exemplares/dia) e digital (20 milhões de acessos/mês), e 2) porque, entre os cinco maiores jornais do país, conforme mostrou nossa análise prévia, é a que mais mantém o estilo *hard news* em seus títulos na edição impressa, em um formato muito parecido com o que se costuma praticar nos portais e sites país afora.

No impresso e no digital, a *Folha* orienta para “títulos atraentes e fortes, capazes de tornar claro, em poucas palavras e em ordem lógica, o objeto da notícia”⁸. Acreditamos que os resultados a que chegamos seriam maiores em outros jornais referência no país, como *Estadão* e *O Globo*, que seguem linhas mais flexíveis (às vezes até poéticas) em suas versões impressas. Ou seja, o mesmo comparativo nesses jornais traria números maiores que os verificados na *Folha*.

Foram analisados 210 títulos das editorias de Poder, Internacional, Mercado, Cotidiano e Ilustrada. Títulos de colonistas, de seção de artigos, de editoriais e afins foram ignorados. Como principal critério, escolhemos títulos de matérias publicadas na edição impressa e repetidas no site. A coincidência da mesma matéria nas duas plataformas era básica para analisarmos as diferenças entre os títulos adotados nas duas plataformas e podermos anotar as características que tomaram no impresso e na internet.

Os títulos foram extraídos entre os dias 18 e 23 de agosto. Foi uma semana útil inteira, que abraçou todos os momentos de um jornal

⁸ Manual da redação: *Folha de S. Paulo*. 18ª ed. São Paulo: Publifolha, 2013

impresso, como o destaque ao noticiário esportivo na segunda-feira e o noticiário de entretenimento na sexta-feira. O período também abrange questões internas, que não nos preocupamos em anotar, como a variação do tamanho da edição em função do número de anúncios --- no país, o mercado publicitário costuma eleger a quinta-feira como o melhor dia útil. A semana foi escolhida aleatoriamente, por conveniência. Não houve nenhum evento predominante no noticiário, o que nos permite imaginar que representa a rotina de uma redação jornalística em qualquer época do ano.

Na sistematização do trabalho, partimos das notícias da edição impressa, a nacional, e procuramos conteúdo afim publicado no site, na lista de “últimas notícias”, em um período de 24 horas anteriores. Notícias sobre o mesmo tema, mas apresentadas sob um foco totalmente diferente em qualquer uma das plataformas, foram ignoradas. Como exemplo disso podemos destacar um episódio do Mensalão, que na internet foi tratado no seu aspecto cotidiano, com declarações de ministros, e na edição impressa foi apresentado em uma perspectiva da Justiça e as consequências para a imagem do país.

Para facilitar o estudo e para termos medições do todo e das partes, dividimos a análise em editorias. O procedimento de seleção e comparação foi igual para todas. Isso nos permitiu apontar, por exemplo, quais editorias mais mudam os títulos entre a internet e o impresso e o que elas mais alteram nos títulos.

Dividimos esta etapa do estudo em quatro partes: 1) análise geral dos números, 2) impacto na leitura e compreensão da notícia, 3) por que os títulos mudaram e 4) o tamanho dos títulos nas duas plataformas. Para as partes 1, 2 e 3 criamos categorias, descritas no capítulo de resultados. A parte 4 foi construída por uma média matemática, extraída da soma das palavras do título (os artigos definidos e indefinidos também foram considerados palavras). Somamos as palavras dos títulos de cada plataforma, no todo e por editorias, e as confrontamos para extrair a média.

2 - DO JORNALISMO

2.1 - O título na organização do texto

Muito antes de qualquer forma de jornalismo, o uso de uma palavra-chave ou uma frase resumida sobre o texto já se apresentava como um facilitador da leitura. Tal recurso, que hoje chamamos de título, contribuiu com a organização textual e, indiretamente, com o desenvolvimento do pensamento humano (MORRISON, 1990).

Ao passar de um amontoado de frases sem fim a um formato parecido com o que usamos hoje, com separadores como capítulos, parágrafos e títulos, o texto materializou o pensamento, tornando a palavra um elemento mais visível e legível.

No mundo moderno, admitimos sem discutir que existe não só uma relação entre a escrita, o conhecimento e a organização textual, mas também entre as palavras e as ideias do texto e a forma ou estrutura em que são apresentadas ou tratadas. Na verdade, a institucionalização da cultura moderna, com sua afinidade com o escrito, é condensada pela apresentação sistemática do conhecimento, à medida que este avança da introdução à conclusão, sob o formato específico do livro. É de acordo com essas convenções que normalmente dividimos o texto em unidades como a página, o parágrafo e o capítulo; os títulos corridos e as rubricas de disciplinas que dividem a página e o parágrafo em linha coerente elevam o desenvolvimento pedagógico da argumentação (MORRISON, 1990, p. 173).

A organização do texto⁹ apresentou avanços a partir da Grécia Antiga, se consolidando séculos mais tarde, e foi determinante

⁹ Walker (1996) defende que a escrita surgiu no Oriente Médio, por volta de 4000 a.C, para documentar as atividades comerciais da época, baseadas na troca de cereais, carneiros e bois. Bottéro (1990, p. 20) acrescenta que a escrita foi fundamental ao desenvolvimento da humanidade por perpetuar o conhecimento e acabar com a frugalidade das palavras ditas. Ele observa que “o discurso oral não pode ser retido com facilidade” e “o discurso escrito transcende o espaço e a duração: uma vez fixado, pode ser repetido onde encontre um leitor”.

para fundamentar o pensamento crítico e filosófico. Segundo o autor, do ponto de vista textual, há avanço entre Platão e Aristóteles:

As obras aristotélicas diferem fundamentalmente das platônicas na medida em que os temas de Platão, embora também constituam um sistema, foram organizados principalmente em torno de textos orais, cujo conteúdo e sentido ficam explícitos devido a seus temas metafísicos. Em contraste com Platão, Aristóteles procurou dispor o pensamento com o que havia concebido como um conjunto divisível de entidades, o todo em categorias, cuja forma de explicação era, por sua vez, sujeita à classificação (Ibid, p. 176).

Havelok (1973) acrescenta que a escrita de forma mais organizada contribuiu para deixar a mente humana livre para pensar, desenvolvendo pensamento e sociedades:

Na passagem do século 5 para o 4, o grande efeito da revolução alfabética começou a se impor na Grécia. A palavra predominante deixou de ser uma vibração captada pelo ouvido e armazenada na memória. Ela se tornou um artefato visível. O armazenamento de informações para uso posterior, como fórmula destinada a explicar a dinâmica da cultura ocidental, deixa de ser uma metáfora. A declaração documentada, que permanece imutável através dos tempos, libertou o cérebro de certos fardos formidáveis da memorização, ao mesmo tempo em que incrementou as energias disponíveis ao pensamento conceitual. Os resultados, como podem ser observados na história intelectual da Grécia e da Europa, foram profundos (HAVELOK, 1973, p. 60, apud Morrison, 1990, p. 165).

Há certa divergência acerca do surgimento do texto escrito. De um lado, estão os que defendem que o formato começou a se instituir no século 7 a.C., a partir da chamada tese do acultramento grego, que leva mais em conta aspectos linguísticos. Esses dizem que o surgimento do texto escrito se deu no século 7, de uma língua escrita definida, oriunda

do alfabeto grego, em 750 a.C.. Do outro, estão os que defendem que o formato começou a ser desenvolvido no século 5 a.C., no conceito de organização social, não só linguístico.

Os estudiosos do tema concordam que os primeiros textos foram escritos em papiros, que “inicialmente apresentavam-se como um rolo de largura inferior a 20 cm e de comprimento variável, sobre o qual escrevia-se o texto com um pauzinho de junco, molhado em uma água com goma e negro de fumo”, relata Fabre em *A História da Comunicação* (s.d.). O papiro foi a primeira forma de livro, o meio impresso que adotou o uso de títulos para destacar conteúdos muito tempo antes dos jornais.

Melo (2003, p. 14-15) observa que o aperfeiçoamento da escrita e a evolução da fala tornaram o homem civilizado, e deu a ele a condição de viver em sociedade. Segundo o autor, “a capacidade humana de gerar símbolos comunitariamente reconhecidos e pacificamente legitimados foi a alavanca que neutralizou a barbárie, dando passagem à civilização. Os grupos humanos substituíram a força da violência pelo poder do argumento”.

Bordenave (1983, p. 119) lembra que o texto escrito é um dos elementos facilitadores da comunicação humana, que ele define como “um processo natural, uma arte, uma tecnologia, um sistema e uma ciência social pode ser um instrumento de legitimação de estruturas sociais e de governos, como também a força que os contesta e os transforma”. Ela “pode ser veículo de autoexpressão e de relacionamento entre as pessoas, mas também pode ser sutil recurso de opressão psicológica e moral. Através da comunicação a humanidade luta, sonha, cria beleza, chora e ama”.

2.2 - Conversa, a raiz do jornalismo

Habilidade desenvolvida pelo homem desde a pré-história, a conversa foi uma das primeiras formas notórias de jornalismo. Ela atraía aos mercados públicos gregos, no século 4 a.C., pessoas que queriam informar e ser informadas das novidades. Era um sistema parecido com o que se vê atualmente no jornalismo em ambiente digital, onde as redes sociais têm um papel semelhante, só que via computador.

Uma explicação possível a essa perpetuação da conversa como forma de informar reside no fato de que “a finalidade do jornalismo não é definida pela tecnologia, pelos jornalistas ou pelas técnicas usadas no dia a dia”, dizem Kovach & Rosenstiel (2003, p. 30). Para eles, “os

princípios e a finalidade do jornalismo são definidos por algo mais elementar: a função exercida pelas notícias na vida das pessoas”. Significa que o homem sempre teve a necessidade de se informar, independentemente do tempo, tipo de mídia ou plataforma.

Beltrão (1992, p. 33-34) defende que o homem primitivo, mesmo antes de conhecer a escrita, fazia uma forma de jornalismo, pois transmitia aos seus semelhantes e à tribo, regularmente e de maneira interpretativa, os fatos que interessavam à comunidade, como o resultado da pesca e da caça, a aproximação de animais ferozes, fenômenos da natureza, a escolha de líderes dos grupos e o relato das batalhas.

Park (1945)¹⁰ vê características semelhantes nos animais. Ele entende que a notícia, considerada como conhecimento, “é tão velha quanto a humanidade”. Argumenta que “os animais inferiores não estão isentos do tipo de comunicação que não é diferente da notícia”, e exemplifica que “o cacarejar da galinha mãe é entendido pelos pintos como sinal de perigo ou comida, e os pintos reagem de acordo”.

Stephens (1988) endossa os apontamentos de Park ao registrar uma espécie de traço comum noticioso ao longo dos tempos, algo que se mantém intocável mesmo com todo o desenvolvimento social e tecnológico. O historiador norte-americano entende a notícia¹¹ como uma forma de contar histórias. “Os humanos sempre trocaram uma mistura similar de notícias ao longo da história e através das culturas” (STEPHENS, 1988, p. 18). Ele descobriu que “os padrões básicos do valor da informação parecem ter variado muito pouco através da história” (Ibid, p. 35).

¹⁰ O artigo *A notícia como forma de conhecimento* foi originalmente publicado em 1945 e reapresentado em *A Era Glacial do Jornalismo* (2008), organizado por Christa Berger e Beatriz Marocco.

¹¹ Em *Ideologia e Técnica da Notícia* (1979), Nilson Lage reúne definições clássicas de notícia: “Se o cachorro morde um homem, não é notícia; mas se um homem morde o cachorro, aí, então, a notícia é sensacional (AMUS CUMMINGS); “É algo que não se sabia ontem” (TURNER CATLEDGE); “É uma compilação de fatos e eventos de interesse ou importância para os leitores do jornal que a publica” (NEIL MACNEIL); “É tudo o que o público necessita saber; tudo aquilo que o público deseja falar; quanto mais comentário suscite, maior é seu valor” (COLLIERS WEKLY); “Informação atual, verdadeira, carregada de interesse humano e capaz de despertar a atenção e a curiosidade de grande número de pessoas” (AMARAL).

A busca por informação é duradoura porque é um instinto básico do ser humano, apontam Kovach e Rosenstiel (2003, p. 36). “As pessoas precisam saber o que acontece do outro lado do país e do mundo, precisam estar a par de fatos que vão além de sua experiência” porque “o conhecimento do desconhecido lhes dá segurança, permite-lhes planejar e administrar suas próprias vidas. Trocar figurinhas com essa informação se converte na base para a criação da comunidade, propiciando as ligações entre as pessoas”.

Notícia é aquela parte da comunicação que nos mantém informados dos fatos em andamento, temas e figuras do mundo exterior. Em suas épocas, antigos governantes usaram a informação para manterem unidas suas sociedades. A informação produzia um sentido de coesão e metas comuns (...). Quanto mais democrática uma sociedade, maior é a tendência para dispor de mais notícias e informações. À medida que as sociedades se faziam mais democráticas, inclinavam-se na direção de uma espécie de pré-jornalismo (Ibid).

No prefácio de *Elementos do Jornalismo* (2003), Fernando Rodrigues acrescenta que, certa época, quando os antropólogos começaram a comparar suas anotações sobre as poucas culturas primitivas do mundo ainda existentes, “descobriram um aspecto inesperado: desde as mais isoladas sociedades tribais na África até as mais remotas ilhas do Pacífico, seus habitantes tinham uma definição básica do que é notícia”. Eles “se divertiam com o mesmo tipo de fofoca, procuravam as mesmas qualidades naqueles escolhidos para recolher informações e depois espalhá-la. Queriam gente que pudesse se mexer rápido, apurar os dados com exatidão e contá-los de forma envolvente” (Ibid).

Na Grécia Antiga, dois nomes se tornaram referência na arte de informar pela conversa: Heródoto e Tucídides. O primeiro percorria a Grécia (Europa) e a Pérsia (Ásia) atrás de histórias para contar; dizia que queria evitar que os feitos e costumes de sua época se perdessem no tempo (KAPUSCINSKI, 2006). O segundo era general e se destacava pelas histórias de guerra, entre as quais a do Pelomponeso, de Esparta com Atenas. Observemos o caso de Heródoto. Ele nasceu em Halicarnasso, cidade da Ásia Menor, por volta de 485 a.C. Em meados

de 450 a.C. mudou-se para Atenas. Viajou muito e escreveu *História*, sua única obra (HAMMER, 1954). Dedicou a vida a tentar descobrir “por que os homens travam guerras entre si” e “o que move o homem”. Queria saber por que a Grécia estava em guerra com a Pérsia, e por que aqueles dois mundos (Ocidente e Oriente) viviam em luta.

O objetivo de Heródoto, como o próprio escreveu em *História*¹², era “evitar que os vestígios das ações praticadas pelo homem se apagassem com o tempo” e que “as grandes e maravilhosas explicações dos gregos, assim como as dos bárbaros, permanecessem ignoradas”. Ele deixa claro que o material recolhido foi testemunhado por ele ou terceiros e que seu objetivo era ser o mais preciso possível, tal como fazem ou deveriam fazer os repórteres dos tempos atuais. Algumas de suas expressões em *História*, destacadas por Kapuscinski (2006), deixam isso bem claro:

Estes são os costumes dos persas, como pude observar. As perquirições que realizei em torno de suas origens convenceram-me de que foi assim que tudo aconteceu (...). Este é o meu relato sobre o que se comenta em países distantes. Levamos as investigações até onde era possível, e vamos dizer o que soubemos de exato pelas fontes a que recorreremos (KAPUSCINSKI, 2006, p. 218-443).

Shoemaker (2006, p. 3) atesta que a notícia é uma característica biológica. Diz que “as pessoas estão interessadas em notícia o tempo inteiro”; “não importa se vêm de outras pessoas (conversa) ou de veículos de massa, todos querem saber o que está acontecendo em lugares distantes ou com seus vizinhos”. A evolução dos povos “interfere no processo de assimilação e interesse pela notícia, mas não o exclui”, sustenta.

A autora assinala uma característica duradoura da notícia. Ao pesquisar o tema em 10 países do redor do mundo, ela constatou a hipótese que tinha antes da viagem, de que as pessoas estão interessadas basicamente em dois centros de informação: 1) pessoas, ideias ou

¹² Na versão original, em papiro, o material apurado por Heródoto era acessível a especialistas em grego antigo, capazes de ler um texto que mais parecia uma palavra sem fim. No formato de livro que conhecemos hoje, *História* foi publicado em 1954.

eventos que saiam da curva (para o bem ou para o mal), e 2) pessoas, ideias e eventos que tenham alguma relevância para a sociedade.

Se você pedir para um jornalista definir o que é notícia, ele provavelmente dirá "eu sei o que é notícia quando elas acontecem". Se você pressionar o jornalista, provavelmente ele irá listar uma série de condições que tornam pessoas ou eventos mais noticiáveis: esquisitice ou novidade, conflito ou controvérsia, interesse, importância, impacto ou consequência, sensacionalismo e proximidade (SHOEMAKER, 2003, p. 3).

Stephens (1988) também elenca valores de notícia que resistem ao tempo, desde a época de Heródoto. Ele chama isso de "qualidades duradouras da notícia". De exemplo, cita o insólito, o extraordinário, o catastrófico, a guerra, a violência, a morte e a celebridade.

O interesse do público por assuntos bizarros e curiosos ante os importantes é uma constante no jornalismo. Preocupados com tópicos dessa natureza, especialistas se reuniram nos EUA em 1997 e definiram nove funções do jornalismo: sua primeira obrigação é com a verdade; sua primeira lealdade é com os cidadãos; sua essência é a disciplina da verificação; seus praticantes devem manter independência daqueles que o cobrem; o jornalismo deve ser um monitor independente do poder; o jornalismo deve abrir espaço à crítica ao compromisso público; o jornalismo deve empenhar-se para apresentar o que é significativo de forma interessante e relevante; o jornalismo deve apresentar as notícias de forma compreensível e proporcional; os jornalistas devem ser livres para trabalhar de acordo com sua consciência (KOVACH & ROSENSTIEL, 2003).

A preocupação acerca do tema é antiga, como prova *De relationibus Novellis*, a primeira tese sobre jornalismo apresentada em uma universidade, defendida em 1690, na Universidade de Leipzig, na Alemanha, por Tobias Peucer. A tese é dividida em 29 parágrafos, nos quais o autor pontua diferenças entre jornalismo e história.

Apesar de escrever o texto há mais de três séculos, ele discute temas atuais como noticiabilidade e credibilidade. Um exemplo está no décimo parágrafo, no qual diz que "é merecedor de mais credibilidade o testemunho presencial". Atualmente o tema é debatido na teoria do *jornalista sentado*, sobre a apuração sem contato com as fontes (NEVEU, 2001). A prática provoca polêmica porque sugere que, depois

da expansão da internet, o material de terceiros na rede tem mais destaque do que o apurado pelo repórter.

O autor também debate o texto jornalístico e a forma para torná-lo, ao mesmo tempo, informativo e atraente --- o que, para muitos estudiosos da atualidade, seria uma forma de prolongar a existência dos jornais. No parágrafo 22, o alemão diz que “o estilo dos periódicos não há de ser nem oratório nem poético porque isso distancia o leitor desejoso de novidade e causa confusão, além de não expor as coisas com clareza suficiente”.

A tese de Peucer foi escrita pouco depois do surgimento dos jornais impressos. Há certa divergência sobre o primeiro, sobretudo porque no início do século 17 não se tinha uma definição clara a este respeito. Contudo, nota-se algum consenso acerca do *Aviso de Augsburg*, publicado em 1609, na Alemanha. Na América, o pioneiro foi o *Boston Newsletter*, em 1704 (BRIGGS & BURKE, 2006). No Brasil, a *Gazeta*, publicada no Rio de Janeiro, em 1808.

Como atividade remunerada, o jornalismo se desenvolveu durante o século 19, na sequência de um processo complexo de industrialização da sociedade, escolarização, urbanização, avanços tecnológicos e implantação de regimes políticos em que os princípios da liberdade de imprensa se tornaram sagrados (TRAQUINA, 2004).

2.3 - Rótulo, o embrião do título

O título é um elemento relativamente novo no jornalismo. Os primeiros jornais do mundo o ignoravam. Os que nasceram nas décadas seguintes, também. Assim que surgiram, inspirados nos livros, serviam só para separar conteúdos. Tinham letras iguais ao resto do texto e se misturavam com data e procedência do material. Com o desenvolvimento da imprensa, foram ganhando outros usos, como o design da página, até chegar ao estágio atual, em que literalmente vendem a notícia e agregam funções do link.

Os primitivos jornais não possuíam títulos com as características atuais. Eles limitavam-se aos títulos fixos, ou rubricas, simplesmente indicando aos leitores pequenas diferenças temáticas entre os textos publicados. Ou, eventualmente, continham títulos-assuntos, destacando sobretudo as matérias nitidamente opinativas das que se pretendiam informativas (MELO, 1985, p.67).

O autor acrescenta que os jornais dos Estados Unidos, referência para outros no mundo, usavam “títulos-rótulos, uma declaração genérica e indefinida, com pouca ou nenhuma informação sobre a notícia”. As chamadas “correspondiam ao estilo de diagramação vertical dos jornais de então, eram miúdas, pouco maiores que o corpo tipográfico usado para o texto e ocupavam apenas o topo da coluna”.

Sartori (1999, p. 113, apud Comassetto, 2003, p. 60) reforça que “a manchete jornalística foi tendo seu papel alterado e sendo aperfeiçoada na medida em que a atividade jornalística passou a acompanhar as transformações da sociedade, devido ao processo de industrialização”.

O desenvolvimento da imprensa norte-americana foi determinante para a cristalização do uso dos títulos jornalísticos, segundo Melo (1985). Trata-se de um período longo, que começou com o *Boston Newsletter*, o primeiro jornal dos EUA, criado em 1704, e se propagou até o século 19, com a consolidação do *New York Journal*, de William Hearst (1863-1951), e do *New York World*, de Joseph Pulitzer (1847-1911).

Principais empresários da notícia em Nova York, Hearst e Pulitzer foram os protagonistas da chamada guerra jornalística, na qual os títulos se destacaram: quando perceberam que o aspecto tipográfico influenciava na venda de jornais, os dois começaram a modificar a primeira página, introduzindo uma paginação equilibrada, com títulos de duas colunas nas margens do jornal, incluindo subtítulos e, mais tarde, manchetes que ocupavam oito colunas (MELO, 1985, p. 86).

O autor observa que “o contato com informações destacadas” vai muito além do design da página, pois “desempenha um papel decisivo na formação da visão de mundo que cotidianamente o cidadão obtém”. “Saber que determinados fatos aconteceram e outros não, que determinados personagens atuaram na cena social em primeiro plano, que tais ou quais organizações figuraram na linha de frente das novidades constitui referencial básico para moldar a atitude coletiva” (Ibid, p. 67).

Como observa Comassetto (2003, p. 60-61), “o título do texto jornalístico está hoje tão intimamente ligado à notícia que, sem ele, a matéria perde o sentido”. Segundo o autor, “o título serve, portanto, para dar equilíbrio estético à página, anunciar o fato, resumir a notícia e ativar fatores cognitivos que guiam a compreensão. Em geral, deve ser

constituído de uma frase, redigida em ordem direta e sempre com verbo, o que garante impacto e expressividade”.

O título, embora resumido, tem todas as condições de ser uma síntese precisa da notícia, expressando sua macroproposição mais importante. Pode haver casos, porém, de duas informações igualmente relevantes, mas que, por razão de espaço, estilo do veículo de comunicação e mesmo de eficiência, não podem ser ditas em uma única frase, o que deixaria o título demasiado longo e comprometeria sua expressividade (COMASSETTO, 2003, p. 61-62).

Pela importância que mostraram ter ao longo do desenvolvimento da imprensa, os títulos foram se consolidando de tal forma que se tornaram determinantes para a leitura ou não de uma notícia. Eles, enfatiza Douglas (1966, p. 24), “prendem a vista do leitor”, fazendo-o parar na notícia e “decidir, com fundamento nesse relance, se lerá ou não o texto”.

Um estudo feito por García, Stark e Miller (1991) citado por Sousa (1995) reforça este cenário. Ao pesquisar a leitura de notícias, eles descobriram que os elementos textuais mais processados são, geralmente, os títulos, incluindo os antetítulos e subtítulos, com cerca de 50% de audiência. O mesmo trabalho revelou que, depois de títulos, os resumos com letras grandes são as peças mais lidas e que menos de 12,5% do texto de um jornal é lido em profundidade pelos leitores,

Para Amaral (1989, p. 86), os títulos podem revelar a identidade do jornal porque “eles dão bem o tom da publicação, se séria, escandalosa ou equilibrada”, e “informam também sobre a qualidade de seus redatores e sua capacidade criadora”. Ao escrever poucas palavras, sublinha, “o profissional já mostra quanto é capaz e evidencia o grau de experiência da profissão. Um mau título altera, e até mesmo destrói, a qualidade de uma boa matéria”.

O título é a designação que se põe acima da matéria, chamando a atenção do leitor para a mesma, de forma objetiva, clara, apelativa, resumida, capaz de prender qualquer um que lhe ponha os olhos e de levá-lo ao texto. A sua ideia é a ideia central, a mais jornalística possível, do assunto que ele assinala. Normalmente feito após

a redação da matéria é, muitas vezes, procurado antes, na mente do redator, com o objetivo de fazer saltar-lhe o que de mais importante, em termos de jornal, deve ser explorado na redação do assunto em pauta. Se o redator não consegue imaginar um bom título antes de escrever o material que tem em mãos, é porque não compreendeu bem o valor do que possui (AMARAL, 1989, p. 86).

Amaral considera titular “uma verdadeira arte” e lembra que “não são todos os redatores, mesmo com muitos anos de tarimba, que conseguem fazer um bom título, embora consigam redigir matérias excelentes”. O autor assinala que, “para resumir a ideia central da matéria em tão poucas palavras, às vezes divididas em duas ou três linhas iguais, há que se dominar o idioma” (Ibid, p. 87).

2.4 - Os títulos na imprensa brasileira

Os primeiros jornais do Brasil, diferentemente dos primeiros jornais do mundo, usavam algum elemento parecido com o que hoje chamamos de título jornalístico. Eram chamadas discretas, em tipologia praticamente igual ao resto do texto, que limitavam-se a apresentar determinados conteúdos --- só alguns dos textos eram encabeçados por tal destaque. Tanto a *Gazeta do Rio de Janeiro*, publicada a partir de 10 de setembro de 1808, como o *Correio Braziliense*, a partir de 1º de junho daquele ano, apresentavam os textos com esse tipo de chamada. Naquela época, vale destacar, a imprensa mundial estava prestes a completar 200 anos (BRIGGS & BURKE, 2006).

A *Gazeta do Rio de Janeiro* foi criada pela Família Real, que naquele ano mudara de Portugal para o Brasil, e circulava duas vezes por semana, às quartas-feiras e aos sábados, mas podia ter edições extras. Falava essencialmente dos assuntos da coroa, e se apresentava como uma nova fonte de informação. Naquela época, a forma mais comum de se comunicar algo relevante no Rio de Janeiro, a então capital do país, era no fim das missas ou em panfletos colados em locais públicos.

O *Correio Braziliense* surgiu três meses antes, mas era impresso em Londres, onde seu idealizador, Hipólito José da Costa, estava exilado. Por isso é considerado o primeiro jornal brasileiro fora do país. Era editado mensalmente, e chegava ao Brasil de navio, até 90 dias após

a impressão. Mas era teoricamente livre de censura, por isso trazia críticas ao governo. Durou até dezembro de 1822, com circulação regular. Depois batizou o jornal quase homônimo, não fosse o “s” no lugar do “z”, editado em Brasília.

A *Gazeta* não era um jornal oficial, mas nela se transcreviam todos os artigos, os decretos reais, e era a possibilidade de D. João, de uma certa maneira, se comunicar com o povo do Rio e depois de todo o Brasil. É lógico que não eram todas as pessoas que liam esta *Gazeta*; eram as elites políticas, letradas, econômicas, mas também as camadas médias, porque havia a leitura oral (BASTOS, 2013).

O primeiro exemplar, em quatro páginas, destacava notícias sobre economia vindas da Holanda, Suécia, Inglaterra e Rio de Janeiro. Sobre os textos, apenas data e local. O que poderíamos tentar comparar com um título está no último artigo, sobre um conflito na Europa. A chamada era: *Londres a 16 de Junho. Extrato de huma Carta escrita a bordo do Stativa*. Discreto, o mesmo recurso foi usado nas 31 edições do primeiro ano do jornal, como pudemos observar a partir de digitalização desse material. Na segunda edição, de 17 de setembro de 1808, para citar outro exemplo, está destacado antes do texto sobre uma nomeação em Portugal: *Auto de Eleição do Conselho Supremo deste Reino do Algarve, a que procedeu o Clero, Nobreza e Povo desta cidade, como capital deste mesmo reino*.

O *Correio Braziliense* seguia a mesma linha, com apresentações discretas sobre alguns dos textos --- a maioria trazia apenas a data e a procedência da notícia. Importante notar a evolução que houve em poucos anos. A edição nº 175, a última a circular, em dezembro de 1822, já apresentava elementos visuais bem evoluídos, como o uso de itálico em algumas chamadas. O último exemplar destacava a palavra *Política* em letras garrafais e negritadas, seguida de *Império do Brazil*, também em destaque. Um dos assuntos da edição foi um despacho de Dom Pedro Primeiro: *Acto da Acclamação do Senhor Dom Pedro Primeiro, Imperador Constitucional do Brazil, e seu Defensor Perpétuo*.

A evolução dos títulos e layouts de página é percebida ao longo do desenvolvimento da própria imprensa nacional. O *Jornal do Commercio*, criado em 1º de outubro de 1827, no Rio de Janeiro, já

apresentava colunagem e títulos destacados, também em uma linguagem muito aquém do que conhecemos hoje.

Uma consolidação dos títulos bem perto do formato que conhecemos atualmente nos meios impressos pode ser percebida no jornal *A Noite*, fundado por Irineu Marinho, em 1911. O jornal, inicialmente vespertino, com tiragem de 5 mil exemplares, ficou com o fundador das Organizações Globo até 1925, quando ele, com base nos erros e acertos da primeira experiência, lançou *O Globo*, atualmente a terceira maior tiragem do país. No prefácio de *Irineu Marinho, Imprensa e Cidade* (2012), José Murilo de Carvalho destaca que *A Noite* marcou o início de um sistema editorial apoiado em anunciantes:

Irineu Marinho buscou outro tipo de independência, baseado na lucratividade do jornal. Para ser lucrativa, a folha precisava de leitores e anunciantes. Para aumentar a tiragem, o novo jornal, a exemplo do que fizeram o *Jornal do Brasil* no início da República, foi em busca do leitor comum, adaptou a ele sua linguagem e temática, ampliou a presença de reportagens. A tática funcionou, como demonstrado nas tiragens (mais de 20 mil exemplares em 1914), altas para os padrões da época. O jornal dava resultado do jogo do bicho na primeira página, caprichava no noticiário policial, envolvia-se nos problemas da cidade (CARVALHO, 2012, p. 12).

Uma análise nas reproduções de capa de *A Noite* (CARVALHO, 2012) mostra que o vespertino, em termos de títulos jornalísticos, se aproxima muito do formato atual na mídia impressa. As chamadas tinham tipologias destacadas, eram usadas no design da página e, principalmente, resumiam a notícia. A maioria dos títulos carregava questionamentos, típicos das reportagens opinativas da época, como pode-se notar na edição de 28 de fevereiro de 1914. Os três principais destaques da capa, cada um em uma coluna, são: *A conflagração do Norte/Está por horas a hecatombe de Fortaleza/Será destruído o açude de Quixadá*; *Os erros imperdoáveis/Por que nosso cães abaixa? É feito com lixo e latas vasia... (com s)*; *A Victoria da fome/A crise de uma blague da imprensa amarella/Tresentos operários candidatos a doze logares*.

Com o surgimento de *O Globo*, em 1925, nota-se a presença das manchetes, evoluções editoriais a partir dos títulos. O primeiro número, de 29 de julho, destaca *Voltam-se as vistas para nossa borracha* em letras de um canto a outro na página, seguido de títulos menores. Um deles diz: *Desvendam-se os mysterios de um archivo secreto*. Outro destaca: *O que o Sr. Ford vem fazer no Pará*. Além dos usos estéticos em voga ainda hoje, nota-se uma aproximação à forma moderna de escrever e titular notícias.

Imagens de jornais de época do Brasil e dos EUA

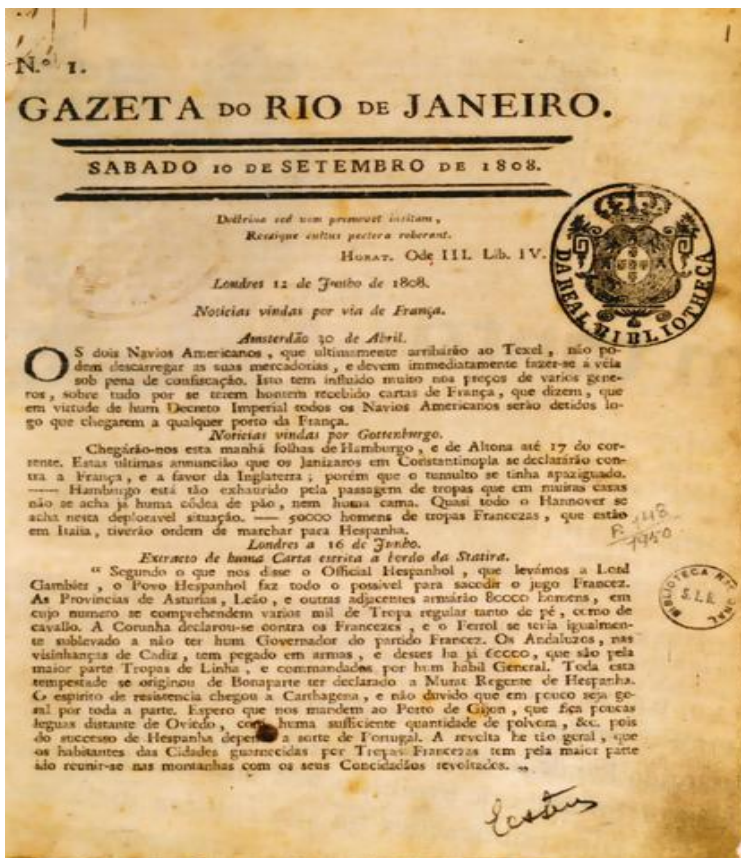


Figura 1: Primeira *Gazeta do Rio*, de 1808, ignorava títulos

CORREIO BRAZILIENSE

DE JUNHO, 1808.

Na quarta parte novz os campos ara,
E se unai mundo houvéra la' chegara.

CAMOEN'S, c. VII. e. 14.

Introdução.

O PRIMEIRO dever do homem em sociedade he ser util aos membros della; e cada um deve, segundo as suas forças Phisicas, ou Moraes, administrár, em beneficio da mesma, os conhecimentos, ou talentos, que a natureza, a arte, ou a educação lhe prestou. O individuo, que abrange o bem geral d'uma sociedade, vem a ser o membro mais distincto della: as luzes, que elle espalha, tiram das trevas, ou da illuzão, aquelles, que a ignorancia precipitou no labyrintho da apathia, da ineptia, e do engano. Ninguem mais util pois do que aquelle que se destina a mostrar, com evidencia, os acontecimentos do presente, e desenvolver as sombras do futuro. Tal tem sido o trabalho dos redactores das folhas publicas, quando estes, munidos de uma critica saã, e de uma censura adequada, representam os factos do momento, as reflexoens sobre o passado, e as soldidas conjecturas sobre o futuro.

Devem-se à Nação Portugueza as primeiras luzes destas obras, que excitam a curiosidade publica. Foi em Lisboa, na imprensa de Craesboeck, em 1649, que este Redactor traçou, com evidencia, debaixo do nome de Boletim os acontecimentos da guerra da aclamação de D. João o Quarto. Neste folheto se viam os factos, taes quaes a verdade os devia pintar, e desta obra interessante se valeo, ao depois, o Conde da Ericeira, para escrever a historia da aclamação com tanta censura, e acertada

Figura 2: *Correio Braziliense*, de 1808, ensaiava “títulos rótulo”

CORREIO BRAZILIENSE,

DE JULHO, 1817.

Na quarta parte nova os campos ára
E se mais mundo houvéra la chegára.

CAMOENS, C. VII. e. 14.

POLITICA.

REYNO UNIDO DE PORTUGAL BRAZIL E ALGARVES,

*Porcaria dos Governadores de Portugal, prohibindo
o Correio Braziliense.*

MANDA EL Rey Nosso Senhor excitar a exacta observancia da sua Real Ordem de 17 de Septembro 1811 participada á Meza do Dezembargo do Paço, em 22 de Março de 1812, e que prohibio nestes Reynos a entrada e publicação do periodico intitulado *Correio Braziliense*, e de todos os escriptos de seu furioso e malvado Author. E por que ainda são mais sediciosas e incendiarias, se he possivel, as terríveis maximas do outro periodico intitulado o *Portuguez*, que tambem se dirige a concitar tumultos é revoluçoens nos povos, para perturbar a harmonia estabelecida, em todas as ordens do Estado, e introduzir a anarchia, fazendo odiosos os dous supremos poderes, que Deus ordenou para governar os homens, com o

A 2

Figura 3: Em 1817, *Correio* apresentava avanço nas chamadas



Figura 4: Jornal do Commercio, de 1827: título destacado

HOJE

Redação, Largo da Cariaca, 14, sobrado — Oficinas, rua Julio Cesar (Carmo), 31

TELEPHONS, REDACÇÃO, 325.5 e OFFICINAS — OFFICINAS, 325 e 326

A NOITE

HOJE

US. BUREAU — 021 1/2 x 1 1/2

7 1/2 x 10, com 1/2 x 1/2 e 1/2 x 1 1/2

A NOITE

É impressa em máquina TYPONRAPH

www.a-noite.com.br

A CONFLAGRAÇÃO DO NORTE

á por horas a hecatombe de Fortaleza

Será destruído o açude de Quixadá

Fortaleza, 24 de maio de 1914. — A cidade do Norte do Brasil, Fortaleza, está sendo destruída por um incêndio que começou há 48 horas e não mostra sinais de cessar. O fogo se espalhou para o açude de Quixadá, ameaçando sua existência. O fogo se espalhou para o açude de Quixadá, ameaçando sua existência. O fogo se espalhou para o açude de Quixadá, ameaçando sua existência.

OS ERROS IMPERDOÁVEIS

Por que o nosso céus abaixa? — E' construído com lixo e latas vastas...



Fortaleza, 24 de maio de 1914. — O céu de Fortaleza está abaixando porque é construído com lixo e latas vastas. O céu de Fortaleza está abaixando porque é construído com lixo e latas vastas. O céu de Fortaleza está abaixando porque é construído com lixo e latas vastas.

A VICTORIA DA FOME

"A crise é uma 'blague' da imprensa amarela"

Presentes operários candidatos a doze lugares

Fortaleza, 24 de maio de 1914. — A crise é uma 'blague' da imprensa amarela. Presentes operários candidatos a doze lugares. A crise é uma 'blague' da imprensa amarela. Presentes operários candidatos a doze lugares. A crise é uma 'blague' da imprensa amarela. Presentes operários candidatos a doze lugares.

Domésticos assassinados

em São Paulo

São Paulo, 24 de maio de 1914. — Domésticos assassinados em São Paulo. Domésticos assassinados em São Paulo. Domésticos assassinados em São Paulo.

Uma horda de ladrões

em São Paulo

São Paulo, 24 de maio de 1914. — Uma horda de ladrões em São Paulo. Uma horda de ladrões em São Paulo. Uma horda de ladrões em São Paulo.

Eleição de amanhã

A NOITE pode fornecer aos seus leitores o resultado do pleito, com 24 horas de antecedência

ELEIÇÃO PRESIDENCIAL	
Candidato	Votos
Amazonas	000.000
Paraíba	000.000
Maranhão	000.000
Ceará	000.000
Rio Grande do Norte	000.000
Parahyba	000.000
Pernambuco	000.000
Alagoas	000.000
Sergipe	000.000
Bahia	000.000
Espirito Santo	000.000
Rio de Janeiro	000.000
S. Paulo	000.000
Paraná	000.000
Santa Catharina	000.000
Rio Grande do Sul	000.000
Minas Geraes	000.000
Goyas	000.000
Matto Grosso	000.000
Total	000.000

Um novo abuso a reprimir

A construção de uma ponte usa incommoda o trafego de lã do covador



Fortaleza, 24 de maio de 1914. — Um novo abuso a reprimir. A construção de uma ponte usa incommoda o trafego de lã do covador. Um novo abuso a reprimir. A construção de uma ponte usa incommoda o trafego de lã do covador.

Recalhado o Sr. Villanova

em São Paulo

São Paulo, 24 de maio de 1914. — Recalhado o Sr. Villanova em São Paulo. Recalhado o Sr. Villanova em São Paulo. Recalhado o Sr. Villanova em São Paulo.

Sangue nas guerras



Fortaleza, 24 de maio de 1914. — Sangue nas guerras. Sangue nas guerras. Sangue nas guerras.

Um novo abuso a reprimir

A construção de uma ponte usa incommoda o trafego de lã do covador

Fortaleza, 24 de maio de 1914. — Um novo abuso a reprimir. A construção de uma ponte usa incommoda o trafego de lã do covador. Um novo abuso a reprimir. A construção de uma ponte usa incommoda o trafego de lã do covador.

Um novo abuso a reprimir

A construção de uma ponte usa incommoda o trafego de lã do covador

Fortaleza, 24 de maio de 1914. — Um novo abuso a reprimir. A construção de uma ponte usa incommoda o trafego de lã do covador. Um novo abuso a reprimir. A construção de uma ponte usa incommoda o trafego de lã do covador.

Figura 5: A Noite, de 1914, avançou no uso de títulos destacados

EDIÇÃO DAS 18 HORAS

O GLOBO

Quarta-feira, 27 de julho de 1925

Directo-chauffeur — HERBERT HORN Directo-proprietario — BENEF MARINHO Directo-gerente — A. LEAL DA COSTA

JORNAL DA NOITE
180 de JARDIM
No. 180 de JARDIM
No. 180 de JARDIM

ASSIGNATURAS
Ano 1925 — 12000
Semestre 1925 — 6000
Trimestre 1925 — 3000
Mês 1925 — 1000

Voltam-se as vistas para a nossa borracha!

A QUEDA DO IMPÉRIO BRASILEIRO

Desvendam-se os mysterios de um archivo secreto

(Correspondência de Fluminopolis, 27 — O GLOBO)



Em um vasto salão das bovinas ardeas da Fluminopolis, o Sr. ...

... a queda do império brasileiro ...

UM CASO

Os inimigos natos



Um caso de ...

A CIDADE ESBURACADA

S. M. o rei dos Baracos foi tapado provisoriamente

UM PEQUENO SERVIÇO PRESTADO AO PÚBLICO PELO "O GLOBO"



Um serviço ...

Um importante conselho

Que o Sr. Faria ...

... a falta de ...



... o Sr. Faria ...

Um índice notável

E esboçamos o aumento dos automóveis!

De 2.722 para 12.495 no espaço de um anno!



... o aumento de ...

Processos em comitê

divida de guerra bolga

... a divida de guerra ...

SUCCESSO-SE OS ATENTADOS COMUNISTAS EM VARSÓVIA

Uma instauração morte em meio de confusão de Tribunal!

... os atentados ...

Encontro de forças

DIBUJO DE RUIZ



... encontro de forças ...

Figura 6: O Globo, de 1925, ampliou tamanho de colunas

REPORTING SPECIAL. AN AMERICAN PAPER FOR THE AMERICAN PEOPLE. NEW YORK JOURNAL. BASEBALL

THURSDAY, MAY 12, 1898. PRICE ONE CENT.

SPANISH SHIPS ON OUR COAST! DIED IN FOLDS OF OLD GLORY!

Mysterious Warships Seen by Incoming Vessels May Be Privateers.

Bagley and His Men to Be Revenged by the Machias and Wilmington.

FIRST DEAD OF THE WAR.
ENGLISH WORTHY BAGLEY.
OLEN J. VANDERBILT,
FOREMAN J. DEWEY,
CONOR E. S. FURNESS,
FOREMAN S. B. WELLS.
 They were...
 Capt. J. B. ...
 ...

WASHINGTON, MAY 12.—THE NAVY DEPARTMENT HAS BEEN INFORMED THAT SPANISH TORPEDO BOATS AND AN AUXILIARY CRUISER ARE OFF THE NEW ENGLAND COAST. THREE INCOMING MERCHANT VESSELS ORDERED TO CONTINUE THE BOMBARDMENT AT DIFFERENT PORTS REPORT HAVING ENCOUNTERED WARSHIPS. THEY MAY BE PRIVATEERS.

KEY WEST, MAY 12.—BAGLEY AND HIS COMPANIONS WILL BE SWIFTELY AVENGED. THE MACHIAS AND WILMINGTON WERE ORDERED TO CONTINUE THE BOMBARDMENT AT DIFFERENT PORTS REPORT HAVING ENCOUNTERED WARSHIPS. IT IS NOT IMPROBABLE THAT THE FORFEITORS HAVE SURRENDERED.

The American squadron, composed of nine war ships, is bombarding San Juan. Four American gunboats shelled Cardenas, Cuba. Five Americans were killed and two wounded. The Winslow was disabled. Reports that the Tecumseh was sunk in a battle off Cienfuegos are discredited by navy officials.

The Concord sunk a Spanish gunboat at Iloilo, Philippine Islands. George Downing, the Spanish spy, hanged himself in his cell in Washington to-day. Dewey wires: "I am taking Spanish guns." Two regiments of Pennsylvania troops and two of Massachusetts are ordered to Tampa.

NO. 10
 NEW YORK
 BROOKLYN

Figura 7: *New York Journal*, em 1898: pioneiro em manchetes



Figura 8: *New York World*, 1890: manchete ajuda a vender jornal

2.5 - Tópico, a chave da compreensão do texto

A estrutura do texto noticioso que lemos hoje no papel ou nas telas moveis é mais antiga que o próprio jornalismo. Explica-se: apesar de boa parte dos autores apontar a Segunda Guerra Mundial (1939-1945) como um marco do formato atual, com texto organizado do mais importante ao menos importante, essa técnica já era vista na Grécia Antiga, na época dos contadores de história. Destaca Karam (2000):

Na imediaticidade em que atua o jornalismo, os elementos retóricos da antiguidade greco-romana constituem eixos fundamentais de seu discurso. É com esta perspectiva, baseada na arte de dizer, resultado da habilidade em fazer, que se estrutura o discurso jornalístico. A escola norte-americana e inglesa de jornalismo tomou o que havia de melhor na arte de dizer para imprimir o ritmo da lógica informativa específica do jornalismo na segunda metade do século passado e durante o século 20 (KARAM, 2009).

A proposta aqui não é discutir as raízes do texto jornalístico. Marcamos tal ponto para nos aproximarmos dos estudos de Teun Van Dijk, um dos autores mais respeitados na teoria e análise do discurso e do texto. Com ajuda dele, pretendemos sublinhar a importância cognitiva do título jornalístico, a utilidade disso para o leitor e impactos desse processo na leitura e interpretação da notícia. O autor mostra que os títulos jornalísticos vão muito além de dizer de que trata o texto, resumindo a notícia e destacando o tópico principal dela em uma sentença objetiva. Eles são determinantes para a compreensão do texto, pois evocam a habilidade humana de simplificar informações em tópicos para poder compreendê-la melhor, relacioná-la com conteúdos guardados na memória e armazená-la, potencializando o próprio processo de desenvolvimento da inteligência humana.

Van Dijk entende que todo texto é organizado em superestruturas (ideia geral do texto) e macroestruturas (a organização do conteúdo). Ele coloca os títulos no que chama de estrutura da relevância, a partir da qual partem os tópicos (ideias) afins. Segundo o autor, tanto os processos de produção como a compreensão e memorização cognitiva da notícia dependem de um formato acordado entre jornalista e leitor.

Assumimos que há uma relação sistemática entre texto noticioso e contexto. Assim, parece plausível que as formas estruturais e os sentidos globais de um texto de notícia não são arbitrários, mas o resultado de hábitos sociais e profissionais de jornalistas em ambientes institucionais, de um lado, e uma condição importante para o processamento cognitivo eficaz de um texto noticioso, tanto por jornalistas como por leitores, de outro (Ibid, p. 123).

Analisemos um exemplo destacado pelo autor, após estudo com entrevistados em mais de cem países. O trabalho mostra, a partir da relação truncada entre jornalistas e o ex-secretário de Defesa dos Estados Unidos Caspar Weinberger, como funciona o processo de simplificação nato dos leitores (Ibid, p. 130-131):

1) O secretário da Defesa Caspar Weinberger está tão irritado com a cobertura feita pela mídia de sua controvertida viagem ao Oriente Médio que está considerando a possibilidade de proibir repórteres de acompanhá-lo em sua próxima visita ao Extremo Oriente. A principal queixa de Weinberger: ele acha que a imprensa distorceu o sentido de suas declarações, de forma que a disposição dos EUA de vender bombas sofisticadas à Jordânia apareceu como uma decisão final que acarretou um protesto imediato em Israel. Diz um assessor de Weinberger: “Precisamos realmente dessas dores de cabeça quando estamos tratando com governos estrangeiros?” O importante tópico da venda de armas provavelmente não surgirá em sua viagem ao Extremo Oriente, já quem nem a China, nem Taiwan constarão de seu itinerário.

2) O secretário de Defesa dos Estados Unidos, Weinberger, está cogitando barrar repórteres em sua próxima viagem ao Extremo Oriente, por achar que poderiam perturbar tratativas delicadas com governos estrangeiros, como aconteceu durante suas conversações sobre armamentos, no Oriente Médio.

3) Weinberger está cogitando não levar consigo a imprensa em sua viagem ao Extremo Oriente, pois

reportagens anteriores tiveram efeitos negativos sobre as relações com governos estrangeiros.

4) Weinberger está cogitando não levar a imprensa em sua próxima viagem.

Van Dijk sustenta que o leitor tem capacidade nata para simplificar temas escritos e falados para poder compreendê-los e guardá-los melhor. Faz isso pelas técnicas que chama de apagamento, generalização e reconstrução. Os temas são guardados na memória por meio de uma espécie de escala de relevância, e o conhecimento acumulado ajudará na compreensão dos próximos textos.

Os leitores usam macroestratégias adequadas para a derivação de tópicos de um texto. Para o discurso da notícia, essas estratégias têm importantes mecanismos textuais para ajudar a construir a estrutura temática, a saber, manchetes e leads (...). A manchete e o lead podem ser usados como sinais adequados para fazer previsões eficazes sobre a informação mais importante do texto. E quando uma manchete ou lead não é uma sumarização adequada de todo o sentido global do texto, podemos, formalmente ou subjetivamente, dizer que são distorcidos (Ibid, p. 133-134).

O autor acredita que a mente humana no Ocidente está configurada para leituras lineares, ou seja, da esquerda para a direita e de cima para baixo, por causa do processo de organização da escrita que se nota desde a Grécia Antiga. O jornalismo amplia isso, colocando, a partir do título, informações mais importantes antes das menos importantes.

Cognitivamente falando, o objetivo da leitura de um artigo de jornal é construir um modelo particular da situação ou evento de que trata o texto, e, por meio de um retrato particular da situação atual, atualizar modelos mais gerais. Estes, por fim, podem ser usados para formar ou modificar *scripts* ou *frames* mais abstratos, por exemplo, sobre guerras civis ou política internacional (no caso do texto sobre o secretário de Defesa dos EUA) (Ibid, p. 138).

Em uma leitura linear, a partir do título, o leitor costuma a) ativar o modelo da situação atual, b) derivar uma estrutura temática dele, c) decidir quais temas são mais importantes, d) assimilar o tema pelo lead, e) ir confirmando as hipóteses nos parágrafos seguintes, f) avaliar consequências da situação, g) identificar causas e condições.

No caso específico de manchetes e leads, eles a) primeiramente são reconhecidos como elementos do jornalismo, b) ativam conhecimento e crenças de importância, c) suas proposições subjacentes ativam e instanciam *scripts* relevantes e modelos de memória, d) indicam ou expressam macrotópicos importantes, e) os primeiros parágrafos confirmam ou não o que se leu no lead e título.

A compreensão constitui complexo processo estratégico de reconstrução, que envolve, além das informações recebidas, as motivações e objetivos do receptor, suas estimativas sobre as intenções do falante, seus pressupostos contextuais e representações cognitivas, ou seja, dados circunstanciais mais experiências e conhecimentos prévios guardados na memória e ativados no momento (VAN DIJK, 1999, apud COMASSETTO, 2003).

Segundo Trorndyke (1979), um dos primeiros psicólogos da cognição a por à prova hipóteses sobre a organização estrutural das notícias, a forma como o conteúdo semântico é distribuído no texto ajuda a compreensão e permite melhor evocação dos episódios relatados. Isso se deve à lógica macroestrutural da notícia, que prioriza as informações relevantes na formação da sentença, pontua Comassetto (2003, p. 45).

Os estudos sobre o papel das representações de conhecimento de mundo na compreensão do discurso começaram com Bartlett (2000), considerado o precursor de uma teoria dos esquemas, também rotulados, em estudos mais recentes, sobre modelos cognitivos, como cenários, *frames* e *scripts*. Para o autor, “esquema sugere uma organização ativa de reações ou experiências do passado, que devem estar sempre operando em qualquer resposta orgânica bem adaptada” (Bartlett, 2000, p. 201).

Van Dijk considera que existe um “vínculo óbvio” entre as estruturas do texto: a superestrutura, que refere-se à estrutura esquemática global, na qual o conteúdo é inserido; e a macroestrutura,

que se encarrega do conteúdo, da definição dos temas ou assuntos principais e da sua distribuição ao longo da matéria. O elo entre as duas estruturas é estabelecido no título e no lead, que ele denomina “encabeçamento”. Comassetto (2003, p.46) lembra que “estas primeiras e conhecidas categorias do esquema aparecem em posição de destaque, no início do texto, carregando com elas as informações tidas como as mais importantes”.

Para entender um texto, o leitor usa uma série de conhecimentos, que permitem “o estabelecimento de laços entre o material escrito e informações que já possuímos, para aumentar e corrigir nosso saber” (VAN DIJK, 1983, p. 177). O autor (2005) cita sete tipos de conhecimentos: *Comum*: necessário para entender o significado geral das palavras, sentenças e parágrafos, estabelecer coerência global e construir representação textual; *Linguístico*: usado para decodificar os itens léxicos e a sintaxe do texto; *Gênero de discurso*: empregado para interpretar o texto como notícia, e algumas de suas características (título, manchete); *Especializado de objeto*: utilizado por grupos referência em determinados temas; *Pessoal*: usado pelos leitores quando relacionam a informação transmitida pela notícia com suas experiências pessoais; *Comum e Pessoal*: empregados na formação de modelos mentais de eventos (estados ou situações) relacionados à notícia (no caso de ataque a mulheres, por exemplo, pode-se ativar conhecimentos sobre violência doméstica; *Social/situacional*: importante na construção dos modelos de contexto (saber que a notícia está no jornal).

Kleinan (1992, p. 35) acrescenta que, para processarmos e entendermos o texto escrito, primeiramente usamos o conhecimento linguístico, tanto em sua esfera lexical (reconhecimento instantâneo das palavras impressas) quanto em sua esfera sintática (fatiamento de conteúdo) e sintática-semântica (construção de elos coesivos).

Aspectos cognitivos da leitura são todos aqueles ligados à relação entre o sujeito leitor e o texto enquanto objeto, entre linguagem escrita e compreensão, memória, inferência e pensamento (...). O processamento do objeto começa pelos olhos, que permitem a percepção do material escrito. Esse material passa a uma memória de trabalho, que o organiza em unidades significativas. A memória de trabalho seria ajudada nesse processo por uma memória

intermediária, que tornaria acessíveis, como num estado de alerta, aqueles conhecimentos relevantes para a compreensão do texto em questão, dentro de todo o conhecimento que estaria organizado em nossa memória de longo prazo ou semântica (KLEIMAN, 1992, p. 36).

Para a autora, títulos mal formulados do ponto de vista linguístico podem confundir o leitor, especialmente quando há “inversão da ordem canônica, a ordem mais usual da linguagem”, aquela com sequência de sujeito, verbo e complemento, “porque isso contraria nosso impulso natural de pensar” (Ibid, p. 45).

Guimarães (1993, p. 50) acrescenta que “o título é parte componente e importante da mensagem, além de um fator estratégico para a articulação do texto, podendo desempenhar tanto função factual e de chamada como função poética e expressiva”. Ela reforça que, “em se tratando de notícias, os títulos, o cabeçalho e o ordenamento do texto não são cronológicos nem lógicos, mas determinados por um princípio da primazia --- os aspectos mais importantes figurando em primeiro lugar”.

Os títulos expressam a macroestrutura (tema central da notícia). Lidos em primeiro plano, orientam a compreensão para a estrutura da relevância na apresentação das notícias. Não são, por conseguinte, meros artifícios publicitários, mas chaves para a decodificação da mensagem, se convenientemente propostos. Enunciados sucintos de qualquer mensagem, sua interpretação deve ser integrada numa leitura global (GUIMARÃES, 1993, p. 50).

2.6 - Fala, o título sonoro

A habilidade humana para contar histórias também ajuda a moldar o formato dos títulos jornalísticos: dá-se o tópico mais relevante, ou o que poderíamos chamar de núcleo fundamental da informação, para em seguida partir aos detalhes do ocorrido e contexto.

Lage (2000) usa a notícia hipotética de um atropelamento do bairro Costeira do Pirajubaé, em Florianópolis, para exemplificar como um relato falado casa com a ideia de resumo vista nos títulos jornalísticos. Na cena, a testemunha do acidente diz aos colegas ao

chegar ao trabalho: “Vi um sujeito morrer atropelado agora mesmo na Costeira”. As circunstâncias e os detalhes do acidente viriam na sequência do relato. Em um jornal, poderíamos imaginar a mesma informação, com ajustes editoriais, para formar um título do tipo “Homem morre atropelado na Costeira”.

Como destaca Sousa (2005), a principal função do título é fisgar o leitor e revelar a essência da notícia, característica que não mudou com o jornalismo em ambiente digital. Segundo o autor, os títulos devem atrair o leitor porque são o primeiro contato com a notícia. Tanto nas mídias digitais como nas impressas, normalmente estão ligados ao lead, o primeiro parágrafo do texto, que funciona como uma espécie de resumo do texto.

Nesse cenário, é importante notar que, em plataformas digitais, para se chegar ao lead é preciso clicar no título. Perde-se o contato visual entre estes dois elementos estabelecido na cultura impressa. Um exemplo disso são os aplicativos para iPad e outros tablets da maior parte dos jornais brasileiros. Neles, o leitor tem contato com uma lista de notícias que traz basicamente o título. Daí a importância de ser atraente, com verbos ativos.

Em uma teoria baseada na cultura do jornalismo impresso que se aplica ao ambiente digital, Van Dijk (1990) observa que “títulos e lead compensam a grande desorganização que o leitor tem que desemaranhar ao longo do artigo”. Para ele, a notícia muitas vezes é constituída por uma série de fatos, alguns mais, outros menos importantes, mas todos, de alguma forma, relacionados a um tema principal. Cabe ao leitor buscar esta relação, o que, na avaliação do autor, nem sempre é simples frente ao grande número de informações expostas de forma atemporal e que saltam de um parágrafo ao outro, detalhadas conforme a sua importância. Ao analisar jornais impressos, dos quais vêm parte da cultura percebida nos meios digitais, o pesquisador observa que, muitas vezes, a leitura das notícias para no título. Daí a importância da atração.

Folhear o jornal é a estratégia efetiva que consiste em uma série de interpretações textuais parciais, que podem resultar suficientes para o processamento informativo global: a informação resultante deste processo se dirige até o processo de decisão que pode levar a uma leitura posterior. (...) O tempo de leitura é tão restrito, que (nos jornais) somente se lê uma seleção de artigos (VAN DIJK, 1990, p. 204).

Kleiman (1989) também considera que os títulos devem ser um resumo da notícia. A pesquisadora alerta que, às vezes, as chamadas da notícia podem decepcionar o leitor se não estiverem amarradas com o restante do texto, sendo, portanto, um resumo do conteúdo. Ela lembra de uma máxima praticada nas redações que diz que, se não der para tirar o título do lead, o lead não está bem construído.

Textos cujos títulos não correspondem ao tema são incompreendidos, ou distorcidos, pois o leitor considerará como temáticas ou subtemáticas apenas aquelas informações relativas à sua primeira hipótese, com base no título, e tenderá a ignorar aquilo que para ele é mero detalhe. Como, de fato, é comum, tanto nos livros didáticos como em outros textos, fornecer títulos que apelem para o interesse do leitor, sem que reflitam necessariamente a informação mais alta na macroestrutura, há, então, inúmeras possibilidades de o leitor menos eficiente fracassar na depressão do tema (KLEIMAN, 1989, p. 59).

Estudos cognitivos, destaca Van Dijk (1989, p. 116) com base em pesquisas feitas na Holanda, demonstram que, no início de narrativas e relatos, o tempo de compreensão para as primeiras sentenças é significativamente mais alto que para as outras sentenças do mesmo episódio. A proporção é de 800 milésimos de segundo contra 600 milésimos de segundo. Para o autor, o texto jornalístico deve “assinalar ao leitor o que é importante ou relevante” no processo de compreensão da notícia, pois isso influi “na representação textual de sua memória episódica”, que se refere a experiências vividas sobre determinado tema (Ibid, p.293).

Ao estudar títulos e leads, Comassetto (2003, p. 75) concluiu que “as informações mais importantes ou proeminentes, também resumidoras da notícia, estão nos títulos e no lead”. São “elas que organizam a macroestrutura detalhada no texto a um sentido mais simples, possibilitando ao leitor não só construir um modelo situacional como também estabelecer uma linha de coerência na compreensão do relato”.

Há quem diga que o título pode ser mais importante que o lead: “Sem título atraente o leitor não chega sequer ao lead” (BURNETT, 1991, p. 43, apud COMASSETTO, 2003, p.59).

Para ser eficiente do ponto de vista jornalístico e cognitivo, o título deve ser construído de palavras curtas e usuais e corresponder exatamente ao conteúdo do texto que resume e interpreta, diz Amaral (1978, p. 86).

Douglas (1966) assinala que os títulos indicam a importância relativa das notícias e têm funções técnicas (anunciar a notícia e resumir conteúdo) e estéticas (dar aspecto atraente à página). O autor diz que, como nos títulos não “há lugar para notas elucidativas, a ordem é usar palavras e frases absolutamente claras”

Em um ensaio para ajudar jornalistas, Sousa (2005) apontou nove funções valiosas para o título jornalístico. Ele considera que é preciso a) revelar a essência da notícia; b) antecipar a história sem a esgotar; c) anunciar e apresentar a história; d) despertar a atenção do leitor; e) atrair o leitor; f) agarrar o leitor; g) imprimir certa estética; h) organizar graficamente o espaço; i) ajudar na hierarquia das peças jornalísticas.

Um bom título acrescenta valor a uma peça jornalística. Na tradição jornalística dominante, os títulos devem ser informativos, sintetizando o núcleo duro da informação numa frase forte, dura e sedutora. Devem ter garra. Devem ser claros, concisos, precisos, atuais e verídicos (SOUSA, 2005, p. 146).

O autor também lista conselhos para titular: 1) o título é a última coisa a se fazer quando se redige uma peça jornalística; 2) o título deve ser extraído do lead; 3) os títulos não devem prometer o que o texto não traz; 4) títulos afirmam ou negam, evitando a sugestão, a interrogação, o comentário ou o enigma; 5) um bom título deve condensar um máximo de informação num mínimo de palavras; 6) em princípio um título deve ter um verbo explícito ou implícito, preferencialmente escrito na voz ativa; 7) em princípio não se repetem palavras no mesmo título nem em títulos que venham a surgir na mesma página; 8) deve ser compreensível para a maioria das pessoas; 9) nos títulos com mais de uma linha, o número de caracteres de cada linha deve ser similar para dar equilíbrio; 10) o tom do título deve respeitar o tom da matéria.

2.7 - Etiqueta, combustível para motores de busca

A principal função do título jornalístico é apresentar o ponto principal da notícia, resumindo o texto em uma ideia clara e concisa. Mas não é a única. Ele também pode, como já vimos, influir no design da página. Aqui, pretendemos pontuar seu papel para os buscadores de notícia, um dos principais usos no universo digital, onde está ambientada esta pesquisa. Trata-se de uma espécie de função agregada e invisível: agregada porque avança-se na ideia de título para resumir a notícia e alinhar a página; invisível porque está escondida nas palavras do título. Conciliar as duas é tarefa dura para quem não domina o SEO (do inglês, Ferramenta para Otimização de Busca), a engrenagem por trás dos motores de busca e fundamental para a audiência do jornalismo em ambiente digital.

Como lembra Juanjo Ramos (2012), os mecanismos para o bom posicionamento de um site começam na construção do domínio, tanto nas palavras do endereço quanto na extensão do país. Mas nossa proposta é focar nos textos noticiosos e em seus respectivos posicionamentos dentro da web, e não na internet como um todo. Como trata-se de uma breve explanação técnica, usaremos esclarecimentos de Contini (2011)¹³. Começemos pelos títulos, nosso foco, e, coincidentemente, o elemento mais determinante para o funcionamento dos motores de busca.

O *título* é ponto determinante para a notícia ser encontrada pelos buscadores. Em uma escala de zero a 10, tem peso oito para robôs como o do Google. Por isso, deve ter palavras-chave referentes ao tema tratado no texto. Nota-se aqui que, além das amarrações cognitivas vistas no tópico anterior, o título tem mais razões para ser fiel ao texto da notícia. Assim, em caso de enchente em Santa Catarina, o título deve trazer palavras como “enchente” e “Santa Catarina” porque presume-se que, na busca de tal conteúdo, o internauta digitará essas expressões no site de busca, não algo genérico como “água”, “destruição” e “cidades”, que poderia levar a qualquer outro conteúdo de chuva.

O uso de *expressões repetidas* ao longo do texto é outro fator relevante, apesar de ser um pecado no jornalismo. Então, no caso da enchente em Santa Catarina, essas palavras devem ser mantidas do início ao fim do texto. Trocá-las por sinônimos como “enxurrada” e

¹³ Lista elaborada em curso presencial, em 2011, com Giresse Contini, analista de web analytics e coordenador de tráfego de internet no Grupo RBS

“Estado” pode ser rico para o leitor, não para os robôs. Na lógica dos buscadores, quanto mais palavras iguais, mais relevância elas têm. O uso do *negrito* nessas palavras amplia a situação, pois ajudam a guiar os robôs pelo texto.

A quantidade de *links* dentro da notícia também é importante. Quanto mais notícias linkadas no texto, melhor, porque a audiência delas é levada em conta pelos buscadores --- eles entendem que, quanto mais lida for uma notícia, mais importante ela é, por isso pesam esse histórico na busca. Funciona como uma espécie de credencial. Para otimizar, o link deve ser feito nas palavras e ou expressões fortes do texto, no nosso caso hipotético, “enchente” em “Santa Catarina”.

Também deve-se considerar o poder dos *links externos*, de outros sites. Quanto mais audiência tiver esse site, maior é a visibilidade do conteúdo e maiores serão as chances de aparecerem na frente nas páginas de resultados de busca --- as hospedagens também contribuem nesse processo, mas não destacaremos porque normalmente é função de equipes técnicas, e aqui focamos atitudes que cabem ao jornalista na hora de publicar a matéria.

Para terminar esta breve lista de regras de SEO, cabe lembrar que o *tempo* tem papel fundamental. Na hipótese de dois jornais terem dado o mesmo título, usado as mesmas palavras-chave e dado a mesma quantidade de links internos, aparece na frente quem publicou antes e quem tem mais idade.

Do ponto de vista da audiência, estar bem posicionado nos buscadores é fundamental para qualquer site de notícias. Isso porque, com alguma variação para mais ou para menos, 50% das visitas deles no Brasil vêm por esses canais --- o leitor prefere escrever palavras-chave em buscadores a digitar o endereço do site no navegador. Os outros 50% vêm de portais de referência (comum em grandes grupos de comunicação, quando um portal reúne seus jornais e rádios, por exemplo), tráfego direto (quando o internauta digita o endereço no navegador) e redes sociais, nessa ordem¹⁴.

¹⁴ Média geral do mercado, conforme dados compartilhados por gestores de *Folha de S. Paulo*, *Gazeta do Povo*, *Estado de S. Paulo* e *O Globo* no Instituto Internacional de Ciências Sociais, em São Paulo, em 2011.

Criado em 2008, o Google Brasil era em 2013 o buscador mais acessado do país, com quase 80% de preferência. Era seguido por Bing (8%) e Ask (6%)¹⁵.

Ele perdia para o Yahoo (82%) na chamada taxa de sucesso, quando o internauta clica em um link após a pesquisa. Depois vinha Bing (81%) e Ask (77%). O Google tinha 69%. As buscas feitas no país são sucintas¹⁶, com apenas uma palavra (30%). Depois vêm as com duas palavras (20%), três (18%), quatro (11%) e cinco (7%).

No Brasil, nenhum jornal tinha em 2013 parceria com o *Google News*, o que aparentemente diminuiria a importância das técnicas de SEO na publicação de conteúdos. É assim desde 2011, quando a Associação Nacional dos Jornais recomendou que seus associados não permitissem a veiculação de conteúdo em tal plataforma enquanto não houvesse remuneração pelos direitos de propriedade intelectual do conteúdo. Mas o cenário é diferente em outros países. Em fevereiro de 2013, a imprensa francesa fez um acordo com o Google. Em troca de R\$ 161 milhões, permitiu que a empresa norte-americana indexasse o conteúdo noticioso no Google News. Em 2012, um acordo do tipo foi fechado na Bélgica.

As técnicas para bom posicionamento nos buscadores de internet vão muito além do conteúdo noticioso. Valem para praticamente todos os tipos de serviço de consulta na web. Tal comportamento tem crescido com a popularização dos celulares inteligentes e o acesso remoto à rede. Juanjo Ramos (2012, p. 6) diz que o “posicionamento local está adquirindo cada vez mais relevância graças às buscas móveis, que incluem a geolocalização do usuário de forma cada vez mais precisa”, e isso melhora a busca. “O conceito de SEO local se resume a uma ideia: proporcionar a informação necessária aos buscadores para que considere nosso site relevante para os resultados de busca”.

¹⁵ Dados da pesquisa Serasa Experian, publicada pelo G1 em março de 2013. Disponível em: <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2013/03/google-e-buscador-mais-acessado-mas-yahoo-e-o-mais-clicado-no-brasil.html>>. Acesso em: 20 de maio de 2013

¹⁶ Dados da pesquisa Serasa Experian, publicada no portal *Adnews* em março de 2013. Disponível em: <<http://www.adnews.com.br/internet/google-brasil-segue-no-topo-entre-os-buscadores>>. Acesso em: 20 de maio de 2013

3 - DA TECNOLOGIA

3.1 - A máquina como extensão do homem

Não é correto pensar que a relação entre homem e tecnologia inicia-se nos anos 1970, quando os computadores começaram a deixar as salas gigantescas em que primeiramente foram instalados para ocupar as mesas de escritórios e, mais recentemente, a palma da mão do usuário. Tal como a busca pela informação/notícia, que destacamos no tópico anterior, a tecnologia é biológica. Faz parte do desenvolvimento social desde os primórdios, quando o homem, ainda habitante de cavernas, sentia a necessidade de se autoprotger e evoluir, traços notados até hoje, na era digital.

Como lembra McLuhan (1964, p. 65), “a guerra e o temor da guerra sempre foram considerados os maiores incentivos à extensão tecnológica de nossos corpos”. Um dos maiores saltos tecnológicos da humanidade aconteceu nesse contexto: a computação, raiz das plataformas digitais tratadas neste trabalho, se desenvolveu com a Segunda Guerra Mundial (1939-1945), a partir de máquinas criadas para interceptar mensagens de inimigos.

Algo semelhante ao temor da guerra já se percebia na era pré-histórica (antes da escrita), quando o homem começou a viver em grupos e se distinguir de outros animais por sua capacidade de criar armas rudimentares de caça e autodefesa, como as lanças. Os equipamentos de autoproteção foram sendo adaptados às necessidades e ao descobrimento de novos materiais, como pedra e ferro, ao longo das idades antiga (após a escrita, com formação das sociedades), média (a partir do século 5, com o Império Romano), moderna (entre feudalismo e capitalismo) e contemporânea (a partir da Revolução Francesa, em 1789).

O desenvolvimento não pautou-se só pelas necessidades de defesa e ataque. A busca por uma vida mais confortável também foi determinante. O exemplo mais notório disso talvez seja a invenção da roda, que acelerou a vida a partir da idade antiga. Apesar de alguma divergência entre os historiadores, a data mais citada para a invenção da roda é 3500 a.C., quando datam as placas de argila nesse formato achadas onde hoje fica o Iraque.

Essas placas provavelmente foram feitas a partir de moldes arredondados de madeira presos por ripas, defendem os historiadores. Só por volta de 2000 a.C. é que a invenção, que se espalhou a outras

partes do mundo, começou a ter uso prático. O primeiro foi em veículos de tração semelhantes às carroças. Outro foi puxar madeira e animais abatidos, antes transportados por deslizamento, o que exigia mais força e gastava mais tempo.

A roda é um exemplo claro de dois conceitos de McLuhan que não envelhecem e com os quais estamos alinhados neste trabalho: o de aceleração, que diz que uma tecnologia nasce em função de uma necessidade ou de uma tecnologia já existente; e o de extensão, que classifica toda máquina como um prolongamento do corpo humano.

Dentro do conceito de aceleração, por exemplo, a roda ampliou o ritmo de vida. Seu uso fez surgir a carroça, que despertou a necessidade de se ter estradas; depois inspirou outros veículos, entre os quais a bicicleta, e, mais tarde, os automóveis. Estes também alteraram a noção de tempo, obrigando a pavimentação das vias, que se mostraram esgotadas e impulsionaram a invenção de outros tipos de transportes, como o avião. No conceito de extensão, a roda seria uma espécie de pé em rotação, algo capaz de facilitar a vida, criado a partir do movimento biológico e da necessidade de movimentar-se mais rapidamente.

Antes do aparecimento do veículo de rodas, vigorava o princípio da tração (...). A bicicleta elevou a roda ao plano de equilíbrio aerodinâmico, e criou o aeroplano ---de maneira indireta. As transformações da tecnologia têm o caráter da evolução orgânica, porque todas as tecnologias são extensões do nosso ser físico (...). Toda tecnologia cria tensões e necessidades nos seres humanos que a criaram. A nova necessidade e a nova resposta tecnológica nascem do abrangimento da tecnologia já existente, e assim por diante, num processo incessante (MCLUHAN, 1964, p.208).

Nesse contexto, a eletricidade¹⁷ representa outro marco importante na relação do homem com a tecnologia, pois ela está para a máquina como o sistema nervoso central está para o homem, segundo a

¹⁷ A eletricidade surgiu de um processo que começou em 600 a.C. com Tales de Mileto (o grego descobriu a existência de um campo de força ao esfregar âmbar e pele de animal), passou pela Revolução Industrial (em 1750, com máquinas a vapor, acelerando o desenvolvimento de combustíveis fósseis como carvão, gás e petróleo) até o uso coletivo, a partir do século 19.

teoria mcluhiana. Com a tecnologia elétrica, diz o autor, o homem projetou para fora de si mesmo um modelo vivo do próprio sistema nervoso central, que poderíamos chamar de “rede elétrica” que coordena os diversos meios de nossos sentidos.

Fisiologicamente, no uso normal da tecnologia (de seu corpo em extensão vária), o homem é perpetuamente modificado por ela, mas em compensação sempre encontra novos meios de modificá-la. É como se o homem se tornasse o órgão sexual do mundo da máquina, como a abelha do mundo das plantas, fecundando-o e permitindo o envolver de formas novas (MCLUHAN, 1964, p.65).

A simbiose entre homem e máquina está em cada objeto tecnológico, diz o autor, o que explicita a ideia de que todos os equipamentos que dispomos são extensões de nosso próprio corpo. O rádio, criado em 1912, um dos primeiros veículos de comunicação de massa a basear-se em ondas de recepção e transmissão, é um exemplo disso. Não é necessário entrar em detalhes técnicos para comparar o ouvido humano ao receptor de rádio, segundo Mcluhan, porque “assim como o equipamento contido no rádio é capaz de decodificar as ondas eletromagnéticas e recodificá-las como som, o ouvido humano faz o mesmo processo com a voz humana ao traduzir o som em ondas eletromagnéticas”.

O relógio é outro exemplo. Com o surgimento do tipo mecânico, no século 14, necessidades humanas como comer e dormir se acomodaram mais ao aparelho do que às necessidades orgânicas. Segundo a teoria mcluhiana, na sequência disso, assim que o padrão passou a se expandir, até a roupa teve validade anual: os ciclos de moda mudam a cada estação e de uma estação para a outra, favorecendo o comércio.

Mcluhan diz que a essência da simbiose entre homem e máquina reside no fato de que a tecnologia sempre exerceu fascínio na humanidade, algo parecido com o que ocorrera na mitologia grega com Narciso, que se encantou com o reflexo da própria imagem na água. Como diz o autor (1964, p. 59), “é fato que todos os homens se tornam fascinados por qualquer extensão de si mesmos em qualquer material que não seja o deles próprios”.

Ao longo da história, muitas novidades tecnológicas provocaram fascínio na humanidade. O computador, certamente, foi uma delas. Ele é um exemplo claro de extensão do homem na máquina. Quem poderia guardar tantas informações em sua própria memória, se não usando um computador? Quem processaria tantas informações e tão rapidamente sem o equipamento? Com o computador, o homem projetou para fora de si o próprio cérebro, especialmente as capacidades de guardar e processar informações.

A computação, por sua vez, é um exemplo claro de que “a guerra e o temor da guerra sempre foram considerados os maiores incentivos à extensão tecnológica de nossos corpos”, como dizia McLuhan (1964). Ela desenvolveu-se a partir da Segunda Guerra Mundial por causa das máquinas Enigma e Colossus¹⁸, criadas para decifrar as mensagens de Aliados (China, França, Grã-Bretanha, União Soviética e Estados Unidos) e potências do Eixo (Alemanha, Itália e Japão).

A guerra, no entanto, não foi o único combustível no desenvolvimento da computação. A matemática também a impulsionou, destaca Fonseca Filho (2007), para quem a ciência dos computadores nasceu do desejo de se compreender a capacidade que o homem tem de resolver problemas de forma sistemática.

A história da computação está marcada por interrupções repentinas, mudanças imprevistas, tornando-se difícil a visão da evolução dos computadores mediante uma mera enumeração linear de invenções-nomes-datas. O desejo de conhecer as vinculações que o trabalho de determinados homens estabeleceram no tempo vem acompanhado do impulso de compreender o peso desses atos no conjunto da história da computação (...). A computação é um corpo de conhecimentos formado por uma infraestrutura conceitual, e um edifício tecnológico onde se materializam o hardware e o software. O primeiro

¹⁸ A Enigma foi projetada com apoio da Alemanha logo depois da Primeira Guerra Mundial, nas primeiras tentativas de decifrar a criptografia rival. Foi melhorada até a Segunda Guerra Mundial, quando teve seu ápice, mas seus códigos foram revelados pelo Colossus, o computador criado pelos Aliados no Bletchley Park, na Grã-Bretanha, pela equipe coordenada pelo matemático Alan Turing.

fundamenta o segundo. A teoria da computação tem seu desenvolvimento próprio e independente, em boa parte, na tecnologia. Essa teoria baseia-se na definição e construção de máquinas abstratas, e no estudo do poder dessas máquinas na solução de problemas (FILHO, 2007, p.13).

O autor explica que a preocupação constante de minimizar o esforço repetitivo produziu o desenvolvimento de máquinas, como o computador, que passaram a substituir os homens em determinadas tarefas. Ele acrescenta que um marco para a computação foi o aparecimento da noção de número natural, passando pela notação aritmética e pela notação mais vinculada ao cálculo algébrico. Isso fez surgir regras fixas que permitiram computar com rapidez e precisão. Como destacam Asa Briggs e Peter Burke (2006, p. 273), “logo que deixaram de ser consideradas máquinas de calcular ou úteis acessórios de escritórios, nos anos 1970, os computadores passaram a fazer com que todos os tipos de serviços, e não somente os de comunicações, tomassem novas formas”.

3.2 - Ciber, o espaço do homem e da máquina

O encontro dos computadores pessoais com a internet, que nasceu nos EUA nos anos 1960, solidificou um ambiente novo, com valor incalculável para o desenvolvimento da comunicação e da própria humanidade: o ciberespaço. Como lembra Santaella (2004), não há um consenso sobre o sentido a ser dado a ciberespaço. Entretanto, destaca a autora, a maioria dos estudiosos concorda que, no seu sentido mais amplo, se refere a um sistema de comunicação eletrônica global que reúne humanos e computadores em relação simbiótica que cresce graças à comunicação interativa.

Ciberespaço é um espaço informacional, no qual os dados são configurados de tal modo que o usuário pode acessar, movimentar e trocar informação com um incontável número de outros usuários. O ciberespaço inclui, portanto, todas as modalidades de uso que as redes possibilitam, de modo que a realidade virtual é apenas a extensão última desse processo até o ponto de produzir um grau de imersão sensorial total no ambiente simulado. Em síntese, ciberespaço será

considerado como todo e qualquer espaço informacional multidimensional que, dependendo da interação do usuário, permite a este o acesso, a manipulação, a transformação e o intercâmbio de seus fluxos codificados de informação. Assim sendo, o ciberespaço tem a dimensão que se abre quando o usuário conecta-se com a rede. Esse espaço também inclui os usuários dos aparelhos sem fio, na medida em que estes permitem a conexão e troca de informações. O ciberespaço é um espaço feito de circuitos informacionais navegáveis (SANTAELLA, 2004, p. 45).

Lévy (1996, p. 47) acrescenta que o avanço do ambiente virtual, aquele que “não é falso ou imaginário, mas a dinâmica mesma do mundo comum, através do qual compartilhamos uma realidade”, coloca o computador no centro da relação humana moderna.

No limite, só há hoje um único computador, um único suporte para texto, e tornou-se impossível traçar seus limites, fixar seu contorno. É um computador cujo centro está em toda parte e a circunferência em nenhuma, um computador hipertextual, disperso, vivo, pululante, inacabado, virtual, um computador de Babel: o próprio ciberespaço (Ibid, p. 47).

O autor enfatiza que o ciberespaço é um espaço não físico ou territorial, que se compõe de um conjunto de redes de computadores através das quais as informações circulam.

O espaço cibernético é um terreno onde está funcionando a humanidade, hoje. É um novo espaço de interação humana que já tem uma importância enorme, sobretudo no plano econômico e científico e, certamente, essa importância vai ampliar-se e vai estender-se a vários campos, como na Pedagogia, Estética, Arte e Política. O espaço cibernético é a instauração de uma rede de todas as memórias informatizadas e de todos os computadores (Ibid, p. 35).

Um dos resultados dessa interação entre homens e máquinas em rede é o que Lévy (1994, p. 28) classifica de inteligência coletiva, aquela “distribuída por toda parte, que resulta em uma mobilização efetiva das competências”. Segundo o autor (Ibid, p. 209), “ao coordenar suas inteligências e imaginações, os membros dos coletivos inteligentes provocam a abundância dos melhores, inventam um melhor sempre novo e em toda parte variado”. De tal processo, baseado nas “autoestradas da informação”, “emerge um novo meio de comunicação, de pensamento e de trabalho para as sociedades humanas”.

Do ponto de vista etimológico, cabe destacar que *cyber* vem do grego, e quer dizer controle. Espaço carrega a ideia principal de lugar. O termo foi empregado pela primeira vez por Gibson (1984), que considera o ciberespaço uma representação física e multidimensional do universo abstrato da informação, um lugar para onde se vai com a mente, catapultada pela tecnologia, enquanto o corpo fica para trás. Ao narrar as aventuras de Case, seu personagem em *Neuromancer*, ele contextualiza a expressão:

No monitor Sony, uma guerra do espaço bidimensional desaparecia atrás de uma floresta de brotos gerados matematicamente, demonstrando as possibilidades espaciais das espirais logarítmicas; e então entrou uma filmagem militar azulada, com animais de laboratório plugados a sistemas de controle, capacetes controlando circuitos de comando de tanques e aviões de combate: o *cyberespaço*. Uma alucinação consensual vivida diariamente por bilhões de operadores autorizados, em todas as nações, por crianças aprendendo altos conceitos matemáticos. Uma representação gráfica de dados abstraídos dos bancos de dados de todos os computadores do sistema humano. Uma complexidade impensável. Linhas de luz abrangendo o não-espaço da mente; constelações infundáveis de dados. Como marés de luzes da cidade (GIBSON, 1984, p. 67-68).

Antes, porém, já se havia feito menção ao termo cibernética. Foi na década de 1940, pelo físico Norbert Wiener, significando ciência do controle e da comunicação entre os seres vivos e as máquinas. A partir

daí, destaca Monteiro (2007), o prefixo ciber passou a ser usado para designar termos relacionados à computação.

O ciberespaço não é algo que se possa medir, como um lote no campo. Os autores costumam dizer que ele é caracterizado pela não-espacialidade, estendendo-se por uma dimensão infinita ligada à globalidade dos usuários da rede. Lemus (2003) diz que o potencial do ciberespaço está em sua capacidade de criar uma comunicação ágil, livre e social que pode ajudar na democratização dos meios de comunicação, assim como dos espaços tradicionais das cidades. Desse modo, os cidadãos poderiam debater seus problemas de forma coletiva, incentivando o debate, a tomada de posição política e social.

Ao relacionarmos ciberespaço e jornalismo, temos o ciberjornalismo, que muitos autores defendem como um novo jornalismo. Há quem o diferencie com variantes como jornalismo online, jornalismo digital e webjornalismo. Apesar de reconhecer que há particularidades, acreditamos que, em essência, todos resumem-se a um só jornalismo, aquele tem a função de informar, independentemente da plataforma, e que, na ótica do interesse pela notícia, nos acompanha desde a pré-história, como mencionado no primeiro capítulo.

Scolari (2008), citando Landow (2003), destaca um pensamento bem equilibrado sobre o conflito entre o velho e o novo, comum diante de cada invento e, no caso dos jornais, especialmente forte desde o encontro entre os meios impressos e os digitais, nos anos 1990.

Cada inovação tecnológica tende a ser (mal) interpretada frente às velhas tecnologias. Enfatizar a continuidade pode nos deixar cegos diante das possibilidades e benefícios de uma inovação. Sim, é mais fácil entender um carro como fora um carro sem cavalos ou ver os computadores como máquinas de escrever. Mas a nossa tendência de colocar o vinho novo em garrafas velhas, tão comum nas primeiras fases de uma inovação tecnológica, tem um custo elevado: pode esconder elementos diferenciadores e nos fazer contextualizar fenômenos novos de maneira inapropriada (LANDOW, 2003, p. 35, apud SCOLARI, 2008).

Smith (2010), para quem a transformação que se observa atualmente já se viu em outros momentos, em outros veículos, como o

rádio e a televisão, também prega cautela ao se avaliar uma novidade tecnológica. Para ele, a transformação atual, como as do passado, emerge das novas necessidades dos leitores e das sociedades, que influem na forma das novas tecnologias. O autor acrescenta que os sites de internet tendem a copiar o jornalismo que já existe. Contudo, pondera que a internet facilita a entrada (do pensamento) no mercado por seu caráter democrático.

Dentro do que consideramos particularidades do jornalismo no ciberespaço estão temas como ritmos produtivos e convergência de redações. Aqui, a título de informação, decidimos compartilhar definição de Schwingel (2012):

Ciberjornalismo é a modalidade jornalística no ciberespaço, fundamentada pela utilização de sistemas automatizados de produção de conteúdos que possibilitam a composição de narrativas hipertextuais, multimídias e interativas. Seu processo de produção contempla a utilização contínua, o armazenamento e recuperação de conteúdos e a liberdade narrativa com a flexibilização dos limites de tempo e espaço, e com a possibilidade de incorporar o usuário nas etapas de produção. Os sistemas de gerenciamento e publicação de conteúdos são vinculados a bancos de dados relacionais e complexos (SCHWINGEL, 2012, p. 37).

Segundo a autora, há oito princípios para a composição do ciberjornalismo: 1) multimídia, 2) interatividade, 3) hipertextualidade, 4) customização de conteúdos, 5) memória, 6) atualização contínua, 7) flexibilização dos limites de tempo e espaço como fator de produção, e 8) uso de ferramentas automatizadas no processo de produção.

Zamora (2002), citada por Schwingel, enumera como elementos do jornalismo digital: 1) leitura não sequencial, 2) estar em rede mundial, 3) ser instantâneo, 4) atualizável, 5) ter interatividade, 6) profundidade, 7) personalidade, 8) disponibilidade, 9) multimídia, 10) confiabilidade, 11) novo desenho, 12) serviços gratuitos, 13) nova retórica, e 14) estar na tela.

Em nossa avaliação, a lista de Salaverría (2005, p. 25) é conveniente para elencar as características do jornalismo na internet. Ele

considera que é preciso interatividade, hipertextualidade, multimídia e instantaneidade, e define ciberjornalismo como a “especialidade do jornalismo que emprega o ciberespaço para investigar, produzir e, sobretudo, difundir conteúdos jornalísticos”.

Antes de abordarmos cada uma das quatro características mencionadas por Salaverría, consideramos importante demarcar o início do jornalismo na internet, que, como vimos anteriormente, só foi popularizado nos anos 1990.

Há alguma divergência acerca do primeiro jornal na internet, embora existam duas hipóteses mais aceitas. A primeira foi descrita Dizard (2000), para quem o primeiro jornal da rede foi o *Columbus Dispatch*, dos EUA, que disponibilizou conteúdo na web em 1992. A outra, pontua Schwingel (2012), diz que o primeiro site jornalístico foi lançado em 1993, na faculdade de Jornalismo e Comunicação da Flórida.

No Brasil, as empresas de comunicação começaram a investir na internet em 1994, quando o Ministério das Telecomunicações e o da Ciência e Tecnologia discutiram possibilidades para a liberação do acesso comercial da rede e começaram testes comerciais com linhas discadas (...). O Grupo Estado foi um dos primeiros a usar a web em parte de seus serviços (SCHWINGEL, 2012, p. 29).

Mais importante do que as discussões acerca do pioneirismo mundial e brasileiro na internet, é a forma como ela foi empregada. E nisso há consenso entre os pesquisadores: no início (primeira fase), os jornais fizeram uma transposição de conteúdo do meio impresso ao meio digital. Depois, como lembra Conde (2013), chegaram elementos como links e e-mail (segunda fase), os conteúdos exclusivos (terceira fase) e as bases de dados (quarta fase).

Nesse cenário, cabe acrescentar a visão de Zamith (2011), para quem o texto digital deve ser produzido originariamente para o meio eletrônico e não deve em nenhum caso constituir uma mera transposição do meio impresso para o digital. O autor considera que limitar-se a (re) transmitir na internet um noticiário de rádio ou de televisão, por mais útil eajuizado que isso seja, é utilizar o novo meio só como suporte de difusão, desvalorizando a multiplicidade de características e de possibilidades expressivas e comunicativas da rede.

A internet não só abarca as capacidades dos velhos media (texto, imagens, gráficos, animação, áudio, vídeo, distribuição em tempo real) como oferece um largo espectro de novas capacidades, incluindo a interatividade, controle por parte do utilizador e personalização (PAVLIK, 2001, p.3).

Zamith (2011, p. 4) acredita que “o ciberjornalismo atual vive no duplo embaraço de não encontrar um modelo de negócio sólido que o viabilize e, simultaneamente, de ver parte do seu território invadido por novos atores, muitos dos quais desconhecedores e/ou desrespeitadores da função social e das normas éticas da atividade”. No entender do autor, “são os próprios fundamentos do jornalismo que estão sendo postos em causa. E um desses fundamentos é a obrigação de colocar o fato em contexto, tarefa facilitada pelas potencialidades da internet, mas nem sempre executada”.

3.3 - A interatividade

A aproximação entre emissor e receptor da mensagem talvez seja o fato mais acentuado do jornalismo em meios digitais. O que outrora fora feito por cartas em seções do leitor, agora se faz via online. Não à toa, a interatividade é considerada de forma quase unânime como um traço definidor desse jornalismo reconfigurado.

Salaverría (2005, p. 34-35) destaca quatro tipos de interatividade: conversacional (a mais plena), de transmissão (só permite ativar ou cancelar uma emissão de mensagem), de consulta (o usuário escolhe entre um menu de alternativas) e de registro (pela qual os meios entendem e se adaptam aos usuários).

Santaella (2004, p. 155), por sua vez, distingue três modalidades de interatividade: de seleção (consiste, por exemplo, tocar nas teclas de um videocassete para fazer avançar as imagens), de conteúdo (oferece ao usuário a ocasião para modificações simuladas do conteúdo de imagens ou mesmo criação de imagens), e interações mistas (quando existe mais facilidade de acesso e de consulta).

Zamith (2011) lembra que a interatividade não nasceu com a internet. Ela já estava presente no rádio e na televisão, apesar de normalmente limitada a curtas intervenções, muito condicionadas pelos temas escolhidos e coordenados pelo moderador do debate.

Na internet, as possibilidades de interação dos visitantes, quer entre si, quer com os jornalistas, são maiores, podendo assumir a forma de comentários publicados junto às notícias, troca de emails entre utilizadores e jornalistas, fóruns de discussão, salas de comunicação instantânea, inquéritos ou sistemas de votação/avaliação dos conteúdos. Paralelamente, o cibermeio pode permitir que o utilizador participe ativamente no processo de construção noticiosa, nomeadamente através do envio ou publicação de informações, correções, notícias ou reportagens, em texto, fotografia e ou vídeo. A abertura ou não do cibermeio à publicação de conteúdos gerados por utilizadores tem suscitado grande controvérsia (ZAMITH, 2011, p. 28).

Salaverría (2005, p. 14-15) destaca que, fora do campo tecnológico operacional, o debate em torno da interatividade se mantém em torno destas questões: 1) qual a contribuição dos cidadãos na construção da atualidade, 2) os conteúdos gerados pelos utilizadores melhoram a qualidade geral do trabalho jornalístico, 3) em que medida as utopias democráticas que transporta a interatividade se refletem na realidade cotidiana do trabalho jornalístico, 4) como incentivar a participação dos utilizadores e assegurar a qualidade da produção de conteúdos de atualidade, 5) qual o papel do jornalista na era do jornalismo participativo, 6) até que ponto podem os jornalistas cidadãos desempenhar as funções clássicas dos jornalistas nas redações: repórter, cronista, entrevistador, editor, comentador e editorialista, 7) pode o utilizador, ou o conjunto de utilizadores, participar em todas as fases do processo noticioso: seleção de temas, recolha de dados, edição e publicação, 8) podem as contribuições dos cidadãos chamar-se jornalismo, 9) deve o jornalista ou o meio conservar o papel de *gatekeeper*, 10) devem pagar-se as contribuições dos utilizadores?

A ideia de interatividade não pode estar associada só aos computadores, defende Primo (2003). Segundo o autor, o adjetivo *interativo* sempre serviu para qualificar qualquer sistema cujo funcionamento permita ao usuário algum nível de participação.

Silva (1998) nota certa banalidade no termo. Ele cita exemplos fora do mundo dos computadores:

Os exemplos são abundantes. O cinema cujas cadeiras balançam sincronizadamente com o filme exibido é chamado de cinema interativo. Interativo apenas porque as cadeiras balançam, mas ninguém está interagindo com coisa alguma. Na televisão, quando um programa supõe respostas dos telespectadores por telefone, é chamada de tv interativa. Interativa somente porque as pessoas respondem x ou y, sim ou não. No teatro, quando os atores se envolvem diretamente com pessoas da plateia, previamente preparadas ou não, é teatro interativo (SILVA, 1998, p. 35).

O conceito de interação é usado em outras áreas do conhecimento, que não a informática, observa Silva (1998). Na física, refere-se ao comportamento de partículas cujo movimento é alterado pelo movimento de outras partículas. Em sociologia e psicologia social a premissa é: nenhuma ação humana ou social existe separada da interação, conceito que para o setor designa a influência recíproca dos atos de pessoas ou grupos.

Contudo, no âmbito tecnológico, o conceito de interatividade é recente. Pode ter surgido no final dos anos 1970 e início da década de 1980 no contexto das novas engenharias de informação. Um dado que permite esta afirmação é a ausência do termo nos dicionários de informática até meados dos anos 1980, avalia Silva (Ibid).

De modo geral, autores, artistas e tecnólogos não têm feito diferença entre interação e interatividade. E há os que dizem que interação refere-se a relações humanas, enquanto interatividade está restrita à relação homem-máquina (tecnologias, equipamentos, sistemas, no sentido do sistema hipertextual, da tecnologia informática). Manovich (2005, p. 55) diz que evita usar a palavra interativo sem qualificação porque “o conceito se tornou tão vasto a ponto de não ser mais útil”.

3.4 - O texto em camadas

Hipertexto e internet são elementos aparentemente fundidos na chamada era da informação. Mas não se pode pensar que o texto com hiperlinks, que torna a navegação sem rumo, tenha nascido com a rede

mundial de computadores. Como mostra Scolari (2008), as raízes do hipertexto estão em pergaminhos da Europa Medieval.

Para o pesquisador argentino radicado espanhol, as anotações nas laterais dos textos principais funcionavam como comentários que orientavam o leitor, e os desenhos traziam informações adicionais. Essa lógica se assemelha à encontrada atualmente nas redações, em que o jornalista usa uma série de matérias linkadas para oferecer todos os elementos acerca do assunto, muitas vezes descontextualizando o texto principal.

A ideia de hipertexto foi descrita pela primeira vez pelo físico e matemático Vannevar Bush no artigo *As We May Think* (1945). Ele dizia que a maior parte dos sistemas de indexação de informações na comunidade científica é artificial, que cada item é classificado apenas por uma única rubrica, que a ordenação é puramente hierárquica (classes, subclasses etc) e que a mente funciona por associações.

Entretanto, o termo só foi cunhado em 1965, por Ted Nelson, para designar a escrita e a leitura não linear dos sistemas de computadores. Nos anos 1990, Lévy explica, de forma muito clara, como se deve entender este novo conceito:

Tecnicamente, um hipertexto é um conjunto de nós ligados por conexões. Os nós podem ser palavras, páginas, imagens, gráficos ou parte de gráficos, sequências sonoras, documentos complexos que podem eles mesmos ser hipertexto. Os itens de informação não são ligados linearmente, como numa corda com nós, mas cada um deles, ou a maioria, amplia as suas conexões em estrela, de modo reticular. Navegar num hipertexto significa, portanto, desenhar um percurso numa rede que pode ser tão complicada quanto possível. Porque cada nó pode, por sua vez, conter uma rede inteira (LÉVY, 1993, p. 33).

Noci e Salaverría (2003, p. 117) destacam que “o hipertexto pode ser entendido como uma forma de discurso que se constrói a partir da combinação de diversos textos”, não necessariamente linkados. Significa que podemos encontrar hipertexto na literatura (nas notas de rodapé), nos textos acadêmicos e científicos (com as referências a fontes) e no jornalismo (com citações do tipo leia mais ao lado).

Bertocchi (2007, p. 134-137, apud Zamith, 2011) destaca dois grandes grupos de ações habitualmente dadas ao conceito de hipertexto: associação e conexão. No primeiro, o hipertexto “trabalha mais por associação do que por indexação; é um formato para a representação não-sequencial de ideias; implica a abolição da linguagem tradicional, linear, a apresentação e processamento da informação; é não linear e dinâmico; apresenta um conteúdo que não está limitado pela estrutura e organização”. No segundo, “é uma forma de documento eletrônico; é uma abordagem à gestão da informação em que os dados estão armazenados numa rede de nós e links (pode ser visto através de navegadores e manipulado por programas de edição); conota uma técnica para organizar informação textual de um modo complexo, não linear, para facilitar a exploração rápida de grandes corpos de conhecimento”. “Trata-se de uma base de dados hipertextual que apresenta uma interface para permitir ao utilizador navegar por tal base, passar pelos links desejados, explorando novas áreas de interesse; para existir exige a presença simultânea de três elementos: nós (unidades semânticas), associações conectando todos os nós (hiperligações) e uma interface digital interativa”.

Para muitos estudiosos, o termo hipertexto vem antes do termo hipermídia, frequentemente relacionados nos estudos acerca do jornalismo no ciberespaço. O segundo se destaca do primeiro por agregar novos conteúdos, segundo Negroponte (1995).

A hipermídia é um desenvolvimento do hipertexto, designando a narrativa com grau de interconexão, a informação vinculada (...). Pense na hipermídia como uma coletânea de mensagens elásticas que podem ser esticadas ou encolhidas de acordo com as ações do leitor. As ideias podem ser abertas ou analisadas com múltiplos níveis de detalhamento (NEGROPONTE, 1995, p.71).

Feldman (1995, p. 4), citado por Santaella (2004, p. 48), acrescenta que hipermídia significa “a interação sem suturas de dados, textos e imagens de todas as espécies e sons dentro de um único ambiente de informação digital”. O autor entende que “a hipermídia mescla textos, imagens fixas e animadas, vídeos, sons, ruídos em um todo complexo”. Ela configura-se por “esta mescla de vários setores tecnológicos e várias mídias anteriormente separadas e agora convergentes em um único aparelho, o computador, que é comumente

referida como convergência de mídias”. A hipermídia não é feita para ser lida do começo ao fim, destaca, mas sim por meio de buscas, descobertas e escolhas. “Hipermídia significa, sobretudo, enorme concentração de informação. Ela pode consistir de milhares de nós, com uma densa rede de nexos”.

Para Santaella (Ibid) há quatro traços marcantes da hipermídia: 1) hibridização de linguagens (processos de sinais, códigos e mídias que a hipermídia aciona), 2) capacidade de armazenar informação, 3) cartograma navegacional e 4) linguagem interativa.

3.5 - Mídia múltipla e convergente

O termo multimídia existe desde os anos 1970, quando os EUA criaram um simulador militar após tropas israelenses atacarem um aeroporto de Uganda para resgatar reféns de terroristas pró-Palestina, destaca Negroponte (1995, p. 68). Foi incorporado ao jornalismo a partir dos anos 1990, com o início do processo que prevê a produção de conteúdo jornalístico em texto, som e imagem para a internet. Como observa Palácios (2002, p. 5), quando falamos de multimedialidade estamos nos referindo “à convergência dos formatos dos media tradicionais (imagem, texto e som) na narração do fato jornalístico”.

Salaverría (2010, p. 42-59) diz que “convergência, no mundo jornalístico profissional, refere-se aos processos de integração das redações, uma solução logística para a adaptação no mundo digital e aumentar a produtividade”. No campo acadêmico, define que é “um processo multidimensional que, facilitado pela implantação das tecnologias digitais de comunicação, afeta os âmbitos tecnológico, empresarial, profissional e editorial”, proporcionando “uma integração de ferramentas, espaços, métodos de trabalho e linguagens”.

Para o autor, o marco estrutural da convergência é dividido em três áreas fundamentais: tecnológica, empresarial e profissional.

A tecnológica está ligada às adaptações dos jornais e sempre existiu porque “a história do jornalismo sempre esteve vinculada desde suas origens às inovações tecnológicas”. No início, “o intervalo de tempo entre cada descobrimento e sua correspondente implementação jornalística tendia a ser grande”, o que não se percebe agora:

Esta apressada implementação das tecnologias digitais está delegando ao jornalismo mudanças rápidas e abruptas, difíceis de digerir em tão pouco tempo. Rotinas produtivas e perfis

profissionais consolidados nos meios durante décadas têm entrado em crise, e isso explica seus problemas de adaptação ao novo entorno tecnológico. Mais complicados são os modelos de negócio para o jornalismo compatível com as dinâmicas do uso da internet, onde está a comunicação multidirecional, e o acesso gratuito. Por isso, é habitual encontrar resistências a esta transição (SALAVERRÍA, 2010, p. 33).

O espanhol diz que as ferramentas atuais obrigam mudanças no processo de produção e entrega, já que os aparelhos cada vez menores e mais rápidos, como os celulares, permitem a leitura em qualquer lugar e atualizada a todo tempo.

A convergência empresarial é fruto da tecnológica, observa o autor, porque as “empresas precisam reconfigurar suas estruturas e processos de produção para responder aos desafios de um mercado de comunicação regido por novas regras” (Ibid). O autor diz que, nesse estágio, há duas estratégias de desenvolvimento: a centrífuga e a centrípeta. A centrífuga consiste na diversificação midiática. Tal processo começou nos anos 1990 e produziu empresas que compraram outras ou se reinventaram para estar em múltiplas plataformas, com presença em negócios editoriais, audiovisuais e de internet. A centrípeta tem relação com a concentração de veículos em determinadas regiões, o que afeta a democracia.

A convergência profissional, enfatiza o espanhol, interfere no perfil de quem exerce a profissão, que precisa se adaptar aos novos marcos tecnológicos e logísticos.

Estas mudanças mostram um denominador comum: a crescente polivalência. Os jornalistas que se acostumaram a desempenhar uma única tarefa, como redação, foto ou infografia, para um único meio começaram a ser uma ave rara do passado. As empresas jornalísticas atuais buscam profissionais capazes de assumir distintas tarefas e com versatilidade para trabalhar em diferentes meios de produção (SALAVERRÍA, 2010, p. 36).

Scolari (2008, p. 207) acrescenta que, no ambiente da convergência jornalística, o profissional deve ter pelo menos três polivalências: funcional ou tecnológica (base do profissional

multimídia), temática (sai de cena o setorista e entra o generalista) e midiática (trabalha para vários meios ao mesmo tempo).

Barbosa (2009, p. 2) entende que “a convergência jornalística é um processo sujeito a gradações e em evolução contínua, em que o fator tecnológico é primordial, mas não o único a desencadeá-la”.

O que caracteriza a convergência jornalística é a integração entre os meios distintos; a produção do conteúdo dentro do ciclo contínuo 24/7; reorganização das redações; jornalistas capazes de tratar a notícia de maneira correta para impresso, web, plataformas móveis; introdução de novas funções além de habilidades multitarefas para os jornalistas; comunidade/audiência ativa atuando segundo o modelo *pro-am* (profissionais em parceria com amadores); interatividade, hipertexto e hipermídia para a criação de narrativas jornalísticas originais (BARBOSA, 2009, p.3).

Erdal (2009, p. 216) acrescenta que o “jornalismo para múltiplas plataformas tem sido chamado de jornalismo multimídia” e “a convergência refere-se à comunicação ou produção onde duas ou mais plataformas midiáticas se envolvem de maneira integrada”.

Para Kolodzy (2006, p. 7), o “jornalismo do futuro vai envolver todo tipo de mídia: velha e nova, de nicho e de massa, pessoal e global, envolvendo contação de histórias que combinem texto, foto e som. E isso será impulsionado não só pelos jornalistas, mas pelas audiências, como já se percebe hoje”. A autora entende que convergência “é ser flexível o suficiente para produzir notícias e informações para qualquer um, a qualquer hora, em todo o tempo e em qualquer lugar sem abandonar os valores jornalísticos”.

Convergência de mídias é um processo contínuo, que ocorre em várias intercessões das tecnologias de mídia, indústria, conteúdo e audiência; não é um estágio final. Convergência tecnológica envolve a vinda de diferentes equipamentos e ferramentas para a produção e distribuição de notícias. Convergência de conteúdo jornalístico envolve trabalho jornalístico em diferentes mídias convergindo para a produção de um produto diferente para diferentes audiências. A

convergência de conteúdos abraça as demais ao entregar um produto novo, que reúne texto, imagem (estática ou movimento) e som. Ganha espaço o conceito de informação (Ibid, p. 4-5).

Dentro das discussões acerca de convergência, a reorganização ou integração das redações online e offline é tema recorrente. Tal processo, ainda em curso, começou no início dos anos 2000. Saad Corrêa (2008, p. 42-43), citada por Barbosa (2009) lembra que “uma primeira onda de reconfiguração das redações ocorreu em empresas informativas europeias dos países nórdicos e experiências pontuais em empresas norte-americanas como o *Orlando Sentinel*, na Flórida”. A fusão do impresso e do online no *New York Times*, em agosto de 2005, e a decisão do inglês *Daily Telegraph*, em 2006, em construir uma nova redação integrada, parecem ter sido marcantes no desencadeamento desta onda recente, diz a autora.

Para Jenkins (2006, p. 27-28), “a convergência não deve ser compreendida só como um processo tecnológico que une múltiplas funções dentro do mesmo aparelho”, mas algo que “represente uma transformação cultural, à medida que os consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos midiáticos dispersos”. O autor entende que “próximo estágio da evolução vai da mídia interativa para participativa” porque “a circulação de conteúdos, por meio de diferentes sistemas midiáticos, sistemas administrativos de mídias concorrentes e fronteiras nacionais, depende fortemente da participação ativa dos consumidores” (Ibid).

Os velhos meios de comunicação nunca morrem, nem desaparecem, necessariamente. O que morre são as ferramentas que usamos para acessar seu conteúdo (...). Cada antigo meio foi forçado a conviver com os meios emergentes. É por isso que a convergência parece mais plausível como uma forma de entender os últimos 10 anos de transformações dos meios do que o velho paradigma da revolução digital. A convergência das mídias é mais do que uma mudança tecnológica. A convergência altera a relação entre tecnologias existentes, indústrias, mercados, gêneros e públicos. Ela modifica a lógica pela qual a indústria midiática opera e pela qual os consumidores processam a notícia e o

entretenimento. A convergência é uma mudança no modo como encaramos nossas relações com as mídias (JENKINS, 2006, p. 39-49).

Negroponte (1995) acredita que os meios de comunicação de massa evoluirão até se tornarem um canal personalizado, com informação circulando nos dois sentidos”. E Kellner (2001, p. 26-27) enfatiza que “a cultura da mídia é a cultura dominante hoje em dia”, e que, “com o advento da cultura da mídia, os indivíduos são submetidos a um fluxo sem precedentes de imagens e sons dentro de sua própria casa, e a um novo mundo virtual de informação, que está reordenando percepções de espaço e tempo, anulando distinções entre realidade e imagem, enquanto produz novos modos de experiência e subjetividade”.

Salaverría lembra que a expressão convergência não é algo que nasceu no jornalismo digital. Surgiu no começo do século 18, no campo da biologia, quando William Derham (1657-1735) usou os termos convergência e divergência para descobrir os mecanismos adaptativos da visão em distintos animais. No século 19, o conceito de convergência foi assumido por teóricos da Matemática. Até Charles Darwin (1819-1882) usou-o na teoria da origem das espécies. Nos meios de comunicação, a literatura acadêmica descreve o tema desde os anos 1970, mas só depois de 1990, por causa das tecnologias digitais, ganhou mais projeção.

3.6 - O fetiche do agora

Com o predomínio do jornalismo na internet, a ideia de fechamento ou *dead line* nos jornais vem sendo repensada. E isso pode ser bom, levando-se em conta o fato do instantâneo e da atualização contínua; ou ruim, se considerarmos que muitos sites, ao publicar várias pílulas noticiosas do mesmo tema, esquecem de agrupar o assunto em uma matéria consolidada e contextualizada, o que as versões impressas costumam fazer bem.

Salaverría (2005, p. 19) destaca que a instantaneidade foi sendo incorporada ao noticiário na internet, e atualmente é importante na cobertura de fatos imprevistos (acidentes, catástrofes naturais ou atentados) e acontecimentos programados (competições esportivas, conferências de imprensa). O espanhol recorda que “as primeiras publicações jornalísticas na rede mantiveram uma periodicidade

inadequada, renovando conteúdos apenas uma vez por semana ou uma ou duas vezes por dia, sempre à mesma hora”.

A instantaneidade dos dias atuais sublinha o ideal de periodicidade pensado por Groth (1965), o primeiro a defender uma ciência do jornalismo¹⁹. Para o autor, a periodicidade não deveria limitar-se a intervalos iguais entre os números de um jornal, mas guiar-se pela “sucessão mais rápida possível da nova edição”.

A internet tem se mostrado eficiente em atualização, a ponto de isso às vezes ser encarado como problema. Moretzsohn (2002) avalia que há certa irracionalidade no conceito de atualidade, uma vez que, aparentemente, na web, “o chegar antes parece mais importante que a qualidade”. Outro problema ampliado pela rede é o que considera “comprometimento dos ideais iluministas da verdade e imparcialidade do trabalho jornalístico”, na medida em que esse ideal “se perde diante da imposição da instantaneidade como valor fundamental”. A autora chama de fetiche a aparente necessidade de *chegar na frente ante dizer a verdade*.

Palácios (2004, p. 4) entende que “a rapidez do acesso, combinada com a facilidade de produção e disponibilização, propiciadas pela digitalização da informação e pelas tecnologias telemáticas, permite uma extrema agilidade de atualização do material nos jornais da web”. Para o autor, “isso possibilita o acompanhamento contínuo em torno do desenvolvimento dos assuntos jornalísticos de maior interesse”.

Mielniczuk (2002, p. 7) define instantaneidade como “uma característica que assume outra dimensão na web”. Segundo a autora, rádio e televisão são veículos instantâneos por causa da possibilidade de entradas ao vivo, mas essa informação extra se desprende do todo. No ambiente digital, “o material fica disponível, acumulando-se a cada novo bloco de texto, para formar uma única narrativa sobre determinado fato”.

¹⁹ O autor assinala quatro elementos básicos aos jornais: periodicidade, atualidade, universalidade e difusão. Para o autor, periodicidade não se limita ao tempo de publicação de um determinado número, mas como o jornalismo interfere no ritmo de vida das pessoas, representando, inclusive, comportamentos e padrões econômicos, políticos, sociais, culturais e psicológicos. A universalidade refere-se à abrangência e à heterogeneidade com que o jornalismo seleciona e apresenta os fatos. A atualidade diz respeito aos fatos novos. A difusão corresponde ao acesso do público à informação.

Adghirni (2002, p. 2) lembra que “o desenvolvimento das tecnologias de comunicação permitiu a instalação de novos circuitos de informação rápidos e eficazes. A circulação da informação em redes globalizadas altamente velozes introduziu no jornalismo a noção de tempo real”. A partir de então “os jornais passaram a funcionar como agências de notícias que despejam informação em fluxo contínuo diretamente para o público, que é convidado a reagir e a participar dos acontecimentos”. No entender da autora, “isso dá à internet a possibilidade de ser uma mídia realmente interativa nos processos de comunicação”.

O tempo real materializa o conceito e turbina a informação porque renova sua produção de forma contínua. A notícia é produzida e multiplicada em cadeia na medida em que o anúncio de um fato novo ou de uma declaração tem repercussão na sociedade e gera outras notícias. No início, o tempo real era uma exclusividade para assinantes que pagavam caro por este serviço. Para receber as informações, o usuário deveria se conectar ao servidor da empresa jornalística através de um modem decodificador instalado no seu computador. A agência Broadcast, do Grupo Estado, foi pioneira neste tipo de informação e hoje ainda é a mais importante agência de notícias em tempo real para assinantes, na área econômica (Ibid, p. 3).

3.7 - O leitor e o navegador

Santaella (2004) aponta que nossos hábitos de leitura derivam de dois momentos: a chegada do conhecimento às universidades e a Revolução Industrial. O primeiro está inserido entre o século 5, quando os mosteiros e outros estabelecimentos eclesiais detinham o monopólio da leitura, e o século 12, quando surgiram mudanças intelectuais e sociais provocadas pela fundação das universidades e desenvolvimento da instrução entre os leigos. O segundo é percebido a partir de 1750, com a industrialização, que transformou os hábitos de leitura sobretudo pela revolução nos sistemas de impressão e desenvolvimento da indústria do papel e o surgimento da publicidade.

A autora cita três tipos de leitores: o contemplativo, o movente e o imersivo. O contemplativo, como sugere o nome, tem o hábito da contemplação, da meditação, do livro impresso e da imagem expositiva. Nasce no Renascimento e perdura até meados do século 19. A ideia de leitura com os olhos vem desse tempo, quando o silêncio era obrigatório nas bibliotecas das universidades --- o que era uma novidade desconfortável tornou-se um hábito importante porque acelerou a leitura e, conseqüentemente, o conhecimento. Foi nesse estágio também que ocorreram mudanças significativas na forma da apresentação dos livros: eles passaram a ser impressos em papel, que podia ser fabricado em grandes quantidades, e depois passaram também a ter os primeiros traços de diagramação, com contraste entre branco e preto, marcação dos parágrafos e linhas. Segundo Santaella (2004, p. 22), isso produzia uma leitura mais ágil, que permitia conexões intelectuais e nova forma de raciocínio. De forma resumida, pode-se dizer que esse tipo de leitor é aquele que lidou (lida) com objetos e signos duráveis, imóveis, localizáveis e manuseáveis como livros, pinturas e mapas, e que, entre seus sentidos, a visão é o que predomina.

O leitor movente é aquele que podemos chamar de filho da industrialização e dos centros urbanos que se formaram a partir de então, especialmente na Europa. Ele lê o mundo em movimento, mistura signos. Nasce com a explosão do jornal impresso e com o universo reprodutivo da fotografia e do cinema. Atravessa a era industrial e mantém suas características básicas com a revolução eletrônica e o *boom* da televisão. O hábito da leitura se dá em um ambiente dinâmico, com comunicação acelerada pelo surgimento do telégrafo e do telefone. Era um momento em que, ao se preocupar mais com as novidades e adaptação nas cidades, o homem lentamente se desligava do passado. O surgimento da publicidade se deu neste momento e contribuiu com a proliferação de imagens e mensagens visuais, em um mundo de produtos à venda, expostos ao desejo, como veremos melhor no próximo capítulo.

O desenvolvimento da publicidade, depois da revolução, colocou na vida cotidiana embalagens de produtos, cartazes e placas “em que praticamos o ato de ler de modo tão automático que nem chegamos a nos dar conta disso” (Santaella, 2004, p. 17).

A impressão mecânica, aliada ao telégrafo e à fotografia, fez surgir uma linguagem híbrida, acelerada, típica dos jornais, o primeiro grande rival dos livros, que obrigou o leitor a ter novos ritmos de atenção. Nesse contexto, aquele leitor do livro, que gostava de meditar,

observar, que não tinha urgências, aprende a conviver com o leitor movente, o leitor de formas, volumes, massas de luzes que acendem e se apagam.

O terceiro tipo de leitor, o imersivo, agrega tudo isso à virtualidade. Ao lado da leitura da imagem estática, como desenho e fotografia, e da leitura de jornal, revistas, signos urbanos, há o leitor expectador da imagem em movimento, que convive com as imagens evanescentes da computação gráfica e que manipula o texto em superfícies eletrônicas. Como classifica a autora, o aspecto mais espetacular da era digital está na conversão de qualquer tipo de informação, seja em som, imagem ou texto, em bits.

A inscrição na tela cria uma organização e uma estruturação do texto que não é de modo algum a mesma com a qual se defrontava o leitor do livro em rolo da Antiguidade ou o leitor medieval, moderno e contemporâneo do livro manuscrito ou impresso, onde o texto é organizado a partir de sua estrutura em cadernos, folhas e páginas. O fluxo sequencial do texto na tela, a continuidade que lhe é dada, o fato de que suas fronteiras não são mais tão radicalmente visíveis, como no livro que encerra, no interior de sua em cadernação ou de sua capa, o texto que ele carrega, a possibilidade para o leitor embaralhar, entrecruzar, reunir textos escritos na mesma memória eletrônica: todos estes traços indicam que a revolução do livro eletrônico é uma revolução nas estruturas do suporte material do escrito assim como nas maneiras de ler (CHARTIER, 1998, p. 12-13, apud SANTAELLA, 2004, p. 32).

O leitor imersivo navega em uma tela eletrônica, programando leituras num universo de signos evanescentes e eternamente disponíveis. Não é mais um leitor contemplativo que segue as sequências de um texto, virando páginas, manuseando volumes, percorrendo com passos lentos a biblioteca. Mas um leitor em estado de prontidão, conectando-se entre nós e nexos, num roteiro labiríntico que ele próprio ajudou a construir ao interagir com os nós entre palavras, imagens, documentação, músicas, vídeo etc.

Dos leitores contemplativo, movente e imersivo partimos para uma classificação parecida, a dos navegadores da rede de comunicação. Há três tipos: o novato, o leigo e o experto, segundo Santaella (2004).

Como indica o nome, os leigos são mais lentos e hesitantes do que os demais. Para navegar, usam repetidamente operações de busca. Avançam, erram e se autocorrigem seguidamente até encontrar uma solução. Usuários irregulares, usam a rede poucas vezes por semana. E sempre que o fazem, por insegurança na navegação, recorrem aos mesmos percursos nos labirintos intermináveis da web.

Os novatos estão um passo a frente dos leigos, mas também apresentam dificuldades. As características mais comuns são desorientação diante da tela do computador, ansiedade e insegurança nas operações de navegação e, em alguns casos, até impaciência em relação ao tempo e atenção que seriam necessários para tentar compreender os indicadores de navegação. Há entre eles uma tendência de abandonar as operações no meio do caminho porque alguns mostram perplexidade diante da tela. Os ícones de navegação os intimidam. É difícil saber o que significam e por que estão ali.

O experto é o mais avançado dos três. Conhece as ferramentas digitais e suas aplicações, e navega com velocidade e foco. Transita pela rede com familiaridade em função da representação mental clara que tem da estrutura, da qualidade e dos mecanismos de navegação. Diante da máquina, tem estratégias precisas porque conhece o conjunto, o que lhe permite tomar decisões rápidas.

Como observa Santaella (2004), os perfis dos navegadores leigo, novato e experto fazem parte de uma esfera maior de pensamento e correspondem aos três tipos de raciocínio humano descritos por Pierce (1975): dedutivo, indutivo e abduutivo. Segundo a autora, o raciocínio abduutivo é próprio do novato, que usa o método de tentativas, de erro e acerto, ao navegar por territórios desconhecidos. O indutivo tem a ver com o leigo, o internauta em processo de aprendizado. O dedutivo casa com o experto, que já conhece as regras do jogo.

Para Pierce, citado por Santaella, a abdução consiste em, diante de um fato surpreendente, chegarmos a uma hipótese que possa explicá-lo (somos capazes de fazer inferências porque a passagem da premissa à conclusão é auxiliada por um princípio-guia).

A indução é um raciocínio que assume que aquilo que é verdadeiro de uma coleção completa é também verdadeiro para um número de exemplares que são extraídos dela. Isso também pode ser chamado de argumento estatístico. Assim, a função da indução é

substituir para uma série de muitos objetos, apenas um que os engloba e um número indefinido de outros.

A dedução comprova que um fato é como necessariamente é. Nela, a mente está sob domínio de um hábito ou associação em virtude do qual uma ideia geral sugere em cada caso uma reação correspondente --- no sistema DOS, que predominava na computação antes do lançamento do Mac, sobre o qual falamos no início do capítulo, se as regras e os códigos não estivessem internalizados, não se conseguia fazer nada com o computador.

4 - DA BELEZA

4.1 - O pensamento sobre o belo

A filosofia é o ponto de partida deste capítulo: de uma referência ao belo, tema abordado por Platão mais de 300 anos a.C., seguiremos até o design gráfico, que trata o título jornalístico como imagem. O que é preciso para considerar algo bonito? O belo é instintivo? É o mesmo que estética? E o gosto, o que é? Por que muda de uma pessoa para outra?

Como vimos anteriormente, os títulos jornalísticos têm funções técnicas (ligadas à escrita, com frases curtas e usuais) e estéticas (ligadas à imagem, porque também foram pensados para dar harmonia às páginas). As duas se juntaram no século 19, quando empresários da imprensa norte-americana passaram a valorizar os títulos ao perceberem que o aspecto visual influenciava na venda de jornais. Dito de outra forma, quando descobriram que, nos jornais, o belo atraía o leitor --- algo como ocorre com roupas, comida e parceiros.

Atualmente, funções técnicas e estéticas estão intimamente ligadas, especialmente nos meios impressos, onde os títulos são diagramados nas páginas sob o mantra “valorizar”, “blocar” e “alinhar”. Nos meios digitais, devido à publicação contínua e apressada e os limites técnicos das ferramentas de edição de *homepage*, não têm a mesma ligação. Ou seja, o belo ainda é um desafio. Será que este descuido estético impacta na venda de notícias?

A palavra estética vem grego *aisthesis*. Significa sentir. Não com o coração ou sentimentos, mas com os sentidos, nossa rede de percepções físicas. Com o passar do tempo, o termo tornou-se tão utilizado que agora pode servir para qualificar tanto as filosofias do belo quanto objetos inspirados na arte, como o design, nosso tema de interesse aqui.

Na filosofia, o primeiro a empregar o termo estética foi Alexander Gottlieb Baumgarten (1714-1762), aponta Santaella (1994). Ele usou a palavra no texto *Reflexões filosóficas sobre algumas questões pertencentes à poesia* (1735), definindo-a como a ciência da percepção em geral. Depois, Baumgarten ajustou a própria definição, chamando-a de perfeição da cognição sensitiva, que encontra na beleza seu objeto próprio.

A primeira grande obra a dar forma e conteúdo à estética filosófica foi *Crítica e Julgamento* (1790), do alemão Immanuel Kant

(1724-1804), acrescenta a autora (1994, p. 11). Trata-se de uma obra que aborda temas acerca das regiões mais sensíveis do pensamento, como o sentimento, o discurso e a ação.

Apesar de a palavra estética, em contexto filosófico, só ter aparecido em 1735, questões relativas ao termo surgiram no mundo grego²⁰. Platão (428-348 a.C.) foi o primeiro a desenvolver uma teoria das artes inserida na filosofia do belo. Seus apontamentos são, até os dias atuais, fundamentais para quem pesquisa nesta área. A teoria dele tem dois conceitos básicos: o de mimese (ou imitação) e o de entusiasmo criador. O primeiro é mais aplicável às artes visuais. O segundo, às artes verbais e à música.

Platão concebia a arte como uma atividade prática qualquer, bem diferente da ideia de inspiração ou sobrenatural que se tem hoje --- em parte, essa visão atual tem elo com o Renascimento, nos séculos 12 e 13, que aproximou mais o homem de si mesmo e de Deus.

Na concepção platônica, os trabalhos realizados com as mãos eram vistos como inferiores frente aos produtos do intelecto, como o pensamento, por isso sua natureza era mais pobre. Resumidamente, a arte limitava-se a uma espécie de fazer mecânico, que chamava de *téchne*. O conceito de mimese vem dessa ideia de repetição e mecanicismo. O grego entendia a arte como cópia imperfeita do ideal ou imitação da imitação no universo de formas e ideias. Também a considerava aparência de segunda ordem, o que a afastava do ideal e da verdade.

Santaella (1994, p. 26) observa que “o conceito de mimese foi o primeiro a detectar e discutir o problema fundamental do qual nenhuma forma de arte pode escapar: o problema da sua duplicidade, que veio a receber, ao longo dos séculos, as mais variadas denominações, entre elas representação, ilusão, expressão, simulação etc”.

A obra de Platão acerca das teorias da arte é tão ampla que dela derivam quatro temas gerais: 1) a ideia geral de arte ou *téchne*; 2) o

²⁰ De forma resumida, as estéticas filosóficas do Ocidente passaram por três fases: 1) o nascimento das teorias do belo e do fazer criador nas obras de Platão e de Aristóteles; 2) o deslocamento da ênfase no objeto da beleza para o sujeito que a percebe, com Anthony Ashley Cooper, Lorde de Shaftesbury, René Descartes e Thomas Hobbes; 3) a partir do século 19, com Arthur Schopenhauer e Friedrich Nietzsche, e do século 20, com Martin Heidegger, com o deslocamento da preocupação com o belo às versões particularizadas e diferenciais, período no qual a questão filosófica foi cedendo terreno para as teorias da arte (SANTAELLA, 1994).

conceito de mimese; 3) o conceito de inspiração, entusiasmo, loucura ou obsessão como condição para a criação; e 4) o conceito de loucura erótica e sua conexão com a visão do belo.

O conceito de loucura²¹ é o mais destacado dos quatro porque, apesar de aparentemente contraditório ao pensamento inicial, do fazer mecânico, ele tira a arte do terreno técnico por meio de características instintivas como a inspiração. E isso, admitia Platão, transcendia as regras e o saber fazer.

Aristóteles (384-322 a.C.) também pensou sobre o tema. Para ele, a arte era resultado de uma habilidade para o fazer. Não o fazer repetitivo, mas àquele capaz de transfigurar a matéria a ponto de alcançar um poder revelatório --- a ideia de arte desliza do fazer mecânico ao campo da habilidade intelectual.

Ele dizia que o belo é fruto ou resultado do domínio que o artista tem da *téchne*, de quão habilmente ele é capaz de utilizar os meios de composição, tendo em vista a simetria, a harmonia e a completude. E entendia que a arte é valiosa por poder reparar as deficiências da natureza, especialmente as humanas, e por trazer uma contribuição moral capaz de levar ao engano e alimentar paixões.

Apesar de aparentemente oposta à filosofia platônica, a aristotélica sugou dela os conceitos de *téchne* e *mimese*. Juntas, essas duas correntes de pensamento serviram de referência a filósofos de gerações seguintes. Um deles foi Longino (século 3 d.C.). No ensaio *Sobre o Sublime*, ele levanta duas questões relevantes para qualquer tipo de arte: 1) qual a qualidade que faz uma obra ser grande ou sublime, e 2) como a qualidade pode ser produzida.

Longino, esclarece Barbas (2006), não apresenta uma fórmula mágica para responder aos seus dois questionamentos. Contudo, deixa claro no texto que, para aflorar, o sublime depende de uma disposição da alma, uma habilidade para absorver grandes concepções e alimentar paixões impetuosas. Na obra dele nota-se o primeiro grande passo que descola a arte e suas conexões da técnica, elevando-a ao patamar abstrato das sensações.

O termo sublime tem suas raízes na Antiguidade e etimologicamente vem do latim *sublimis*, composto de *sub-limen*, o que está suspenso na

²¹ A exemplo do que fez com as teorias da arte, o filósofo também criou categorias para definir os tipos de loucura, todas ligadas a instintos: profética, iniciatória, poética e erótica (Ibid).

arquitrave da porta, o *Intel* entre duas colunas. É, pois, um termo que, nas suas origens, está ligado à arquitetura, tendo o sentido direto de elevado, de algo que está acima da cabeça do homem (BARBAS, 2006, p. 2).

Outro a sugar das obras platônica e aristotélica foi Plotino (205-270 d. C.). Como aponta Santaella (1994, p. 32-33), no mesmo instante que ele levou a filosofia de Platão às consequências lógicas, a temperou com misticismo. Citou, por exemplo, a alma do mundo, que se manifesta em nossas almas e cria o mundo sensível. Para Plotino, a beleza nasce da unificação da multiplicidade da matéria sob a força de algum caráter essencial. Ele costumava dizer que, na natureza, isso será produzido pela alma do mundo, e, na arte, pela alma do mundo manifesta na alma humana.

Com a passar do tempo, a beleza descrita pela filosofia foi se aproximando de questões divinas. Foi assim em Santo Agostinho (354-430). Ele entendia que, na medida em que a arte concorda com as verdades da fé e reflete as harmonias do poder criador divino, ela está justificada.

Umberto Eco (1972, p. 34) diz que Santo Tomás de Aquino (1225-1274) foi quem levou mais para perto de Deus as aparições do belo. Segundo o autor, “os medievais apossaram-se de temas, problemas e soluções do mundo clássico, usando-os no contexto de uma sensibilidade nova e diferente. Desse modo, estavam dispostos a receber a beleza na sua aparição como realidade puramente inteligível, como harmonia moral ou esplendor metafísico”. Ao mesmo tempo, “não conseguiram descartar totalmente a beleza sensível porque um valor mais alto, no nível teórico, era conferido à beleza do espírito”.

Santo Tomás entendia a beleza como uma propriedade transcendental e constante do ser. Para ele, ser é aquilo que pode ser visto como belo. Todos os seres contêm as condições constantes da beleza, uma vez que o universo, como obra do seu criador, é necessariamente belo, uma sinfonia de beleza.

Como explica Eco, para Santo Tomás todo belo é bom, e tudo que é bom o é por estar associado numa perfeição definida com um certo ato de existir. O belo e o bem estão fundados na forma, que é a razão por que algo está em ato, ou tem atualidade, sendo bom por si mesmo. Santo Tomás criou uma lista com três tópicos para determinar aquilo que é belo. Segundo ele, para a beleza existir precisa de 1) integridade, porque a mente gosta de ser; 2) proporção, porque à mente

agradam a ordem e unidade; e 3) brilho e clareza, porque a mente gosta da luz e da inteligibilidade.

Jacques Maritain (1882-1973) é outro exemplo de associação da beleza com eventos abstratos. O foco dele era a alma e os sentidos da visão e audição. Acreditava que toda beleza sensível envolve um certo deleite dos olhos ou do ouvido, ou da imaginação, mas não pode haver qualquer beleza se a mente não estiver, do mesmo modo, deleitada. Em um ensaio sobre beleza, escreveu:

O belo é o que dá alegria, não qualquer alegria, mas alegria no conhecimento; não a alegria peculiar ao ato de conhecer, mas uma alegria superabundante, extrapolando tal ato devido ao objeto conhecido. Se algo exalta e delicia a alma pelo simples fato de ser dado na intuição da alma, é bom de ser apreendido, é belo. A beleza é essencialmente o objeto da inteligência, pois o que conhece, no pleno sentido da palavra, é a mente, apenas ela aberta para a infinitude do ser (...). O belo se relaciona à visão e audição entre todos os sentidos por que esses dois são *máxime cognoscitive* (...). O belo conatural ao homem é aquele que vem deliciar a alma através dos sentidos e suas intuições. Esse também é o belo particular de nossa arte, que trabalha sobre uma matéria sensível para o regozijo do espírito. Ela tem o sabor do paraíso terrestre porque restaura, por um breve momento, a paz simultânea e a delícia da mente e dos sentidos (MARITAIN, s.d., apud SANTAELLA, 1994, p. 34-35).

Marsilio Ficino (1433-1499), citado por Eco, também fixou Platão como ponto de partida a seus estudos sobre o que é bonito. Em *De Amore* (1475), ele defende que:

A criação é o processo dominante conduzido pela necessidade do amor, tal qual uma corrente em movimento de espiritualidade divina, viajando de Deus para o mundo e deste de volta a Deus. A beleza visível é o meio para a beleza inteligível. Este meio se realiza através do amor humano, enquanto a beleza inteligível só pode ter a realização divina (FICINO, 1987, p. 35).

Com o “fim” da filosofia e de escolas como o Renascimento, a arte foi suplantada pelo capital, o mundo das coisas. A partir de então exigiu-se só as qualidades humanas do artista, capaz de produzir objetos belos. O valor dos objetos artísticos, dali para a frente, seria duplo: espiritual e mercantil.

4.2 - Questão de gosto e julgamento

É inevitável falar em gosto e tópicos acerca do gosto, como julgamento e capacidade de julgar, quando se discute o que é belo. Do ponto de vista científico, um marco dos estudos sobre o que é gosto encontra-se em *Sobre os Prazeres da Imaginação*, publicado em 1712, por Addison. Nele, o sublime não foi separado do belo e da beleza, como o fazem muitos filósofos, mas passou a ser visto como um dos tipos da beleza, a incomum, a inusitada.

Addison definira gosto como “a faculdade da alma que discerne o belo com prazer e as imperfeições com desprazer”. Ele formulou três perguntas (e respostas) acerca do termo: 1) qual o caráter do sentimento do belo? (é um prazer interior, uma alegria e um deleite); 2) o que há nos objetos para causar isto? (pelo menos uma em três tipos de beleza: a percebida entre os membros da mesma espécie, a da arte e natureza, e a beleza da semelhança); 3) qual é o estado que nos torna mais receptivos para perceber a beleza? (o desinteresse estético) (KIVY, 1997, p. 254, apud SANTAELLA, 1994, p. 39).

A teoria do sublime, algo quase que intocável e mais bonito que o bonito, é destaque em Edmund Burke (1729-1797). Para ele, “a beleza une e civiliza por meio da forma; o sublime não tem forma, mas desperta os sentimentos morais mais profundos”.

Burke, destaca Barbas (2006, p. 12-13), definia o belo como “a qualidade ou as qualidades do corpo pelas quais se provoca o amor ou paixão idêntica”. Ele entendia o gosto “como algo natural, comum a todos, que nasce de um prazer por um objeto natural, seja na satisfação de determinado sentido, seja pela percepção da semelhança que agrada a imaginação” humana.

Kant também relacionou o belo ao prazer. No ensaio *Observações sobre o Sentimento do Belo e do Sublime* (1960), o prazer é visto como uma sensação ou sentimento. Ele volta ao tema em *Crítica do Julgamento* (1993, p. 42), onde define três faculdades da mente humana: da cognição, do desejo e do prazer e desprazer.

O alemão dizia que os julgamentos funcionam sob quatro rubricas, cada uma delas com três momentos: 1) quantidade (universal, particular, singular); 2) qualidade (afirmativo, negativo, infinito); 3) relação (categorial, hipotético, disjuntivo); e 4) modalidade (problemático, assertivo, apodítico).

Estudiosa do tema, Santaella (1994, p. 49-51) explica como funcionam as quatro rubricas/momentos: *Primeiro momento*: gosto é a faculdade de apreciar um objeto ou um modo de representação através de um prazer ou aversão, independentemente de qualquer interesse. O objeto de tal prazer é chamado belo. *Segundo momento*: o belo é aquilo que, sem depender de um conceito, agrada universalmente. *Terceiro momento*: o belo é a forma da finalidade em um objeto, mas na medida em que nele é percebido independentemente da representação de um fim. *Quarto momento*: o belo é aquilo que, independentemente de um conceito, é conhecível como um prazer necessário.

Em Kant há três tipos de prazer: o agradável, o prazer no bom e o prazer no belo, acrescenta a autora. Os objetos de cada um desses prazeres são: sensações, no caso do agradável; conceitos, no caso do bom; e formas perceptivas, no caso do sentimento de prazer.

Kant diferenciava os sentidos em inferiores e superiores. Os inferiores são cheiro, gosto e toque; os superiores são visão e audição, mais caracterizadores da forma.

Na experiência do belo, nossos poderes cognitivos jogam livremente, ao mesmo tempo em que se relacionam, de algum modo, com a forma do objeto mais do que com seu conteúdo sensório. Nesse jogo livre, estabelece-se uma harmonia entre a imaginação e o entendimento dos poderes mentais e gera prazer desinteressado (SANTAELLA, 1994, p. 53).

Para Kant há diferenças entre o belo e o sublime. O belo é formal, limitado e relativo ao entendimento discursivo e por vezes até lúdico. O sublime é informe, selvagem, invocando as ideias quase intuitivas da razão.

A beleza encoraja o avanço da vida, o sublime o suspende. Brincamos com a beleza, mas respeitamos o sublime. Enquanto a beleza, por si mesma, parece se adaptar à nossa sensibilidade,o

sublime desconcerta e ultraja a imaginação, levando nossa sensibilidade meramente empírica a um reino mais elevado (Ibid, p. 55).

O alemão dizia que os objetos podem ser chamados de belos, não de sublimes, porque a apresentação da sublimidade é descoberta na mente. Para ele, a mente, mais do que os objetos, expõe o caráter do sublime.

Ao estudar a moralidade em Kant, Cohen (1982, p. 221-236) diz que há três modos através dos quais as coisas fazem sentido para nós: 1) quando algo nos dá prazer sensorial, 2) quando contemplamos algo a fim de compreendê-lo, e 3) quando usamos algo para alguma finalidade.

No caso do objeto belo, diz ele, citado por Santaella (2004, p. 61), não se trata de nenhuma dessas três alternativas. E, não obstante, ele faz sentido para nós, mesmo que seja inexplicável. No pensamento kantiano, o belo é a finalidade de um objeto, na medida em que é percebido no objeto sem qualquer representação de finalidade.

4.3 - O darwinismo da beleza

Do mundo das ideias partimos ao mundo das coisas. Mais especificamente aos apontamentos de Charles Darwin (1809-1882), que mostram que, além de provocar emoções e agradar a alma, como visto anteriormente, a beleza é condição para a manutenção da vida.

Ao estudar pássaros, o naturalista percebeu que a beleza do macho guia as escolhas da fêmea na hora do acasalamento. Ele destaca que “os machos sem adornos ou não atraentes se saíram igualmente bem na batalha pela vida e na luta para deixar uma prole numerosa se machos mais bem-dotados não estiveram presentes” porque “as fêmeas tendem a optar por parceiros de linhagens mais fortes e simétricas” (1981, p. 258).

A beleza é uma das maneiras de a vida se perpetuar, e a fixação por ela também está profundamente ligada à biologia humana, pontua Etcoff (1999), a primeira estudiosa do tema a relacionar Darwin e beleza.

Os estudos darwinianos com pássaros mostram que modelos de beleza se propagam e se adaptam ao tempo, sempre mantendo ligação com o processo evolutivo. De acordo com a teoria do britânico, pássaros de variadas espécies desenvolveram bicos maiores, plumagens coloridas, penas alongadas e cantos graves e agudos ao longo dos séculos para terem mais chance de atraírem as fêmeas e se acasalarem.

Darwin descobriu comportamento semelhante em outros animais: a fêmea do peixe-espada gosta de machos de espadas compridas (extensão de cor viva da nadadeira anal); as andorinhas preferem machos com caudas longas; os pavões com caudas mais elaboradas atraem mais parceiras; insetos e sapos também têm obsessão por tamanho, e ambos fazem som durante o período de reprodução. Tamanho e intensidade do barulho estão relacionados, e as fêmeas respondem sobretudo aos coaxos mais baixos, que tendem a ser emitidos pelos machos maiores e, portanto, mais fortes, capazes de proteger a prole.

O geneticista Ronald Fisher destaca, na teoria *Fora de Controle*, publicada em 1930, que a preferência por machos mais bonitos integra o ciclo evolutivo de todas as espécies. Ele descobriu que a andorinha fêmea que se relaciona com um macho de cauda longa gera filhotes de cauda grande, provocando uma espécie de melhoramento com o tempo.

Em tal cenário, explica Etcoff (1999, p. 198), “a preferência se propaga quando outras fêmeas reparam nos pássaros de cauda grande. Quando a preferência se desenvolve, independentemente da razão, ocorre uma pressão da seleção para se conformar a ela, pois só então as fêmeas terão filhos preferidos como parceiros. Um processo semelhante ocorre com a popularidade de alguns discos, moda, livro ou filme”.

Também há nas leis da natureza comprovadas por Darwin os ideais de tamanho (o macho dominante é o maior, e do tamanho derivam associações com virilidade e reprodução da espécie) e de simetria (formas equilibradas agradam mais). Vejamos o comportamento humano masculino nesses dois enfoques. Primeiro, o tamanho. Houve um tempo em que homens usavam sapatos de salto para parecerem mais altos, o que dava-lhes mais poder. Líderes baixos criaram palanques para parecerem maiores. De tão propagado ao longo dos tempos, o perfil virou até refrão de música --- a mais notória delas talvez seja *Amante Profissional*, da banda Erva Doce, já extinta, que dizia “moreno alto, bonito e sensual”. E há que se considerar também a febre das academias, do peitoral e braços fortes, e até mesmo os anabolizantes.

Os músculos peitorais são o chifre do macho humano, suas armas de guerra. Talvez os homens não cacem nem combatam mais com armas de arremesso, mas um peito largo ainda repercute a capacidade de sobrevivência. Em geral, o torso masculino mais atraente é considerado em forma de V, formado a partir de ombros largos até a

cintura e quadris mais estreitos. A forma menos apreciada por homens e mulheres é a de pera, com ombros estreitos e o traseiro largo (ETCOFF, 1999, p. 207).

Há quem considere que a vontade masculina de aumentar o corpo para parecer mais atraente seja o inverso do que ocorre com mulheres que vivem querendo parecer magras. O homem com disformia muscular é aquele que, por mais forte que esteja, se sente pequeno, assim como mulheres com anorexia, por mais magras que estejam, se sentem gordas.

Agora vejamos o segundo ponto, o da simetria. Para os animais, a simetria é um sinal de bom desenvolvimento, resistência a parasitas, mais anos de vida e fertilidade. Como exemplifica Darwin, a vespa fêmea prefere o macho com as asas dianteiras simétricas, e as abelhas são atraídas por flores simétricas porque essas têm mais néctar. Mulheres simétricas também são as mais preferidas. Aos olhos dos parceiros, parecem mais férteis.

Poderíamos perguntar por que, em algumas tribos africanas, a mulher obesa é a preferida para acasalar. Etcoff lembra que as forças darwinianas são múltiplas e, às vezes, contraditórias. Alimentar-se é uma aspiração. Atrair parceiros, outra. E o que motiva a atração do parceiro está ligado tanto à saúde quanto ao status; uma fêmea obesa pode representar fartura, boa fonte de alimentação à cria.

O motivo status pode, às vezes, provocar impulsos que se contrapõem ao motivo alimentar-se e atropelam a estética. Podemos saber que os corpos esqueléticos ou obesos não parecem tão bons quanto os de peso médio, mas os valorizamos como emblema de status e os desejamos da mesma maneira que desejamos quaisquer outros apetrechos de beleza (ETCOFF, 1999, p. 233).

Como lembra a autora norte-americana, a beleza visual não reina soberana em nosso mundo sensual. Também somos seduzidos por vozes, gestos convidativos, cheiros. Importante lembrar que cultivar a beleza custa caro, consome tempo e dinheiro. Mas, especialmente as mulheres, são muito recompensadas por sua aparência, de uma maneira que nem sempre o são por outros atributos.

No caso dos humanos, ser bonito está ligado à preocupação de nunca deixar de ser desejável sexualmente e de não ser alguém que já

fora desejado sexualmente, diz a autora. Assim, adultos querem se passar por adolescentes. E isso já se via antes da era cristã: Cleópatra foi a primeira mulher a se depilar, por exemplo. Antes disso, havia uma infinidade de homens e mulheres marcando o corpo e o adornando com objetos para parecerem mais bonitos e mais atraentes sexualmente.

4.4 - Design: para vender produtos e notícias

O design é ponto relevante nesta pesquisa porque também pretendemos abordar o aspecto visual dos títulos jornalísticos nas telas digitais. Para tanto, é necessário entender como o design se desenvolveu, quais foram as suas contribuições para o jornalismo impresso, de onde o digital herdou as noções de alinhamento e afins, e o quanto está presente em outros aspectos de nossas vidas, como a compra de um móvel.

Bürdek (2010, p. 409) diz que “a linguagem é o mais importante critério na estratégia do design” em ambiente digital porque “é ela quem faz a conexão entre os mundos real e virtual”. Segundo o autor, “há no design uma capacidade de conexão entre a experiência do desenvolvimento de produtos analógicos com o mundo dos produtos digitais. Trata-se da transição da matéria para a linguagem e, então, de sua visualização”.

O design tem relação com o belo, que, como vimos no início deste capítulo, está ligado a emoções e sentidos. Diante de uma obra de design bem feita, seja um objeto de decoração ou um visual gráfico, é comum percebermos exclamações típicas de quem se emociona ao olhar uma obra de arte ou uma peça de artesanato --- design, arte e artesanato têm pontos de intersecção, sobretudo nas questões ligadas à emoção e criação, apesar de serem atividades distintas.

Para Denis (2000, p. 16) design é, em sentido amplo, “a atividade que atribui forma material a conceitos intelectuais e que gera projetos no sentido objetivo de planos, esboços ou modelos para a produção em série por meios mecânicos”. O termo design gráfico surgiu por volta de 1800, com o desenvolvimento dos meios impressos. No mundo digital, onde situamos nossos estudos, foi batizado de *webdesign*.

Do ponto de vista histórico, a passagem da fabricação artesanal de determinado objeto, em que o mesmo indivíduo o concebe e o executa, à fabricação industrial, na qual se separam as etapas de projetar e executar, é um dos marcos do design. Os produtos gráficos viveram essa fase no século 15: os impressos produzidos na Europa passaram a

ser feitos em série por meios mecânicos, com etapas distintas de projeto e execução --- com o passar do tempo, tais etapas ficaram mais específicas, sobretudo após a Revolução Industrial, em 1750.

Fuentes (2006, p. 26) defende que “o design se faz, não nasce, porque é uma atividade quase que exclusivamente humana”. O autor destaca que o desenho, no sentido de representação, base do design e da comunicação humana, é uma atividade de grupos evoluídos, percebida desde os primórdios, que não se conhece no resto das manifestações da natureza, com exceção de algumas espécies de primatas.

Para o homem, desenhar (representar) é uma atividade tão primária e tão vital como o são as necessidades mais básicas. Acompanha sua tentativa de comunicação desde as sociedades mais antigas. A utilização de sinais, imagens figurativas e combinação de ambos antecede, pelo menos para as culturas ocidentais, as sistematizações em forma de alfabeto, que podemos considerar o auge da designação simbólica. Em uma rápida visão cronológica, suas simbologias e sua intenção de transmitir conceitos, a unicidade e a imobilidade próprias de suas características técnicas o fazem transmissor de sinais (FUENTES, 2006, p. 79).

A prática do design também é antiga. A origem dos produtos configurados com função otimizada, como o é hoje, pode ser encontrada no tempo dos ancestrais. É o que sugere o trabalho do artista e construtor romano Vitruvius (80-10 a.C). Como assinala Bürdek (1997), Vitruvius deixou uma série de escritos que estão entre os registros mais antigos da arquitetura. Ele dizia que o arquiteto deve ter interesse pela arte e pela ciência, ser hábil na linguagem, além de ter conhecimento histórico e filosófico. É dele uma frase que entrou para a história do design e que casa com os propósitos de beleza na apresentação de notícia: “Toda construção deve obedecer a três categorias: solidez, utilidade e beleza.”

Os estudos acerca do design em sua concepção atual, não como algo baseado na atividade pré-histórica de se expressar por meio de desenhos, são relativamente novos no país. Os primeiros datam de 1920. Mas foi só a partir de 1980 que atingiram maturidade acadêmica (DENIS, 1999). Os primeiros textos acerca do design, como é comum diante de um campo novo, procuravam determinar o que é design e

designer, o profissional do setor. Eles também destacam a etimologia da palavra, que julgamos conveniente compartilhar.

A origem da palavra está na Língua Inglesa, na qual o substantivo *design* se refere às ideias de plano, desígnio ou intenção, configuração, arranjo e estrutura. Antes, porém, em sua origem do latim, a palavra vem de *designare*, verbo que abrange os sentidos de designar e desenhar. Nota-se, aqui, que o termo design traz, desde o princípio, uma ambiguidade entre o aspecto abstrato relacionado à arte de conceber/projetar/atribuir e o concreto de registrar/configurar/formar.

O surgimento das indústrias foi determinante para o aprimoramento do design. A Revolução Industrial, percebida na Inglaterra por volta de 1750, ampliou a oferta de produtos de toda ordem, de cerâmicas a revistas ilustradas, e conseqüentemente provocou uma onda de consumismo Europa afora. Natural, então, que também seja um marco para o design.

A Revolução Industrial dividiu o sistema que produção em etapas, mecanizou o trabalho e se apoiou em inovações tecnológicas. Assim, entre os séculos 18 e 19, verificou-se um aumento da produtividade, com custos cada vez menores em função da rapidez no processo e da redução da mão de obra.

Importante destacar que, pelo menos cem anos antes da revolução, havia um mercado consumidor expressivo na região por causa do acúmulo de riqueza em países europeus. Era época de pequenas oficinas, que entre outros objetos produziam artigos de luxo e exclusivos, feitos por artesões considerados artistas. Nessa época residem os primórdios da industrialização e das atividades do design.

A França do rei Luís XIV (1638-1715) é referência para o período por suas manufaturas exclusivas: o monarca tinha fábricas para produção de moveis, vidros e tapetes. E ao perceber o impacto que os produtos bonitos tinham sobre as vendas, contratou um pintor para criar formas a objetos a serem fabricados em oficinas a partir de desenhos.

A ideia das manufaturas reais espalhou-se por outros países da Europa, diz Denis (1999, p. 23). Na Alemanha, por exemplo, surgiu, em 1709, a cerâmica de Meissen, a primeira a produzir porcelana na Europa. Ela também empregava artistas para projetar as peças porque já estava assimilado que o que era visualmente atraente vendia mais.

No século 18 começaram a surgir na Europa indústrias da iniciativa privada. A cidade de Lyons, na França, tornou-se um centro internacional de fabricação de sedas. A Catalunha desenvolveu bem a indústria têxtil. Na mesma época, a Inglaterra começou a se especializar

em cerâmica e, graças a uma visão que reunia tecnologia, comércio e design, deu início a exportações para Ásia e Américas.

Com a oferta de produtos, as vendas chegaram à classe média da época. Foi preciso pensar espaços próprios para comercializá-los.

Depois do surgimento das primeiras fábricas na Europa, apareceu a ideia de se realizar exposições de artigos industriais e manufaturados com o objetivo de vender produtos. Entretanto, os organizadores não demoraram a perceber que muita gente ia às mostras para se divertir, não para fazer compras. Não era a intenção, mas foi daí que nasceu o conceito de compras e diversão que deu início aos shoppings e os mantêm cheios até os dias atuais (DENIS, 1999, p. 79-81).

Para o design, tais exposições foram importantes porque representavam, a quem já trabalhava com o desenvolvimento de peças, a oportunidade de trocar experiências e ver o que de melhor a indústria estava produzindo. Os próprios prédios montados para essas exposições eram referências em beleza e inovação de formas. O Palácio de Cristal (Londres, 1851) e a Torre Eiffel (Paris, 1889), para citar dois exemplos, são desta época e até hoje atraem visitantes do mundo inteiro.

Nas grandes capitais da Europa, impulsionada por tais exposições, a segunda metade do século 19 foi marcada por uma explosão do consumo, principalmente com o surgimento das primeiras lojas de departamento, em 1860. Com abundância de mercadorias, lojas como a norte-americana Macy's transformaram as compras em atividades de lazer.

Paralelamente, as grandes cidades entraram na era dos espetáculos de circo e teatro. Tanto as exposições universais quanto as lojas de departamento viraram cenário de uma vivência à parte da existência comum: o hábito de olhar como forma de consumir.

No caso da imprensa, dois fenômenos registrados por conta da industrialização contribuíram de maneira determinante ao seu desenvolvimento: a concentração de pessoas na cidade em busca de emprego, e o aumento de renda com o trabalho assalariado. A difusão da alfabetização também foi importante. Com pessoas um pouco mais instruídas e com jornada de trabalho sob algum controle, logo formou-se um público leitor e verificou-se um consumo dos impressos de informação e entretenimento.

A indústria gráfica percebia ali um de seus melhores momentos. De um lado, havia procura. Do outro, tecnologia que permitia uma impressão cada vez mais rápida. Logo tornou-se indispensável o design gráfico, de onde brota a vertente que nos interessa neste capítulo, mas com foco nos meios digitais.

Começou-se a notar que pensar o design não se restringia aos objetos utilitários ou à arquitetura, mas abrangia a palavra escrita. Para ser comunicada, a palavra deve necessariamente partir de um alfabeto, e estão contidos nos alfabetos os desenhos de letras, seu estilo, a forma da letra (AZEVEDO, 1998, p. 32)

Além das tipologias, havia a necessidade de sinalizar a cidade a quem chegava em busca de trabalho. Também era preciso mostrar os novos objetos da linha de produção para estimular as vendas. Tudo passou a ser informação nas ruas, com destaque para os cartazes e anúncios, e os olhos humanos passaram a conviver com um tipo de informação rápida, visível e apelativa até então inexistente.

A indústria gráfica, como outros setores da economia da época, experimentou diversos avanços. Um dos saltos mais significativos foi o uso da polpa de madeira para fabricar papel, segundo Denis (1999, p. 41). O procedimento já havia sido empregado timidamente no século 18, mas só se generalizou a partir de 1840, com a introdução das máquinas no processo de fabricação. O papel foi se tornando abundante e barato, o que alavancava os materiais impressos.

Outro avanço foi o aperfeiçoamento da fundição mecânica de tipos metálicos, o que facilitou a produção de letras de maiores dimensões e variedade, e propiciou a criação de fontes novas e as primeiras serifas. Também foram introduzidas durante o século 19 a estereotipia e as máquinas de composição, que culminaram no linotipo de Mergenthaler, um dos marcos da indústria gráfica.

Entretanto, a mais relevante dentre as novas tecnologias da época foi a introdução da prensa cilíndrica a vapor, em 1812, um marco na mecanização do processo de impressão. Para se ter ideia, a capacidade de impressão passou de 250 folhas/hora nas prensas de 1800 para 4,2 mil folhas/hora na máquina que dois engenheiros da época fizeram para o *The Times* em 1827 (CLAIR, 1976, p. 360-380; MEGGS, 1992, p. 132-137, apud DENIS, 1999).

Os avanços na parte de maquinaria da indústria gráfica causaram uma espécie de desânimo em tipógrafos, compositores, impressores e artesãos porque suas atividades tinham de ser repensadas --- algo parecido com o que nota-se agora com os meios digitais.

Nesse contexto, o papel do designer ganhou projeção. Com muitos impressos nas ruas, um dos critérios que distinguia a qualidade entre eles era a originalidade do projeto e as ilustrações, e não a qualidade da impressão. Dois nomes foram marcantes nos anos que se seguiram: Francisco de Paula Brito, o principal editor brasileiro na época, e Henrique Fleiuss, desenhista, litógrafo e editor. O primeiro dirigiu entre 1831 e 1861 algumas das principais editoras do Rio de Janeiro, responsáveis pela publicação de diversos jornais e revistas e boa parte da literatura nacional da época. O segundo começou em 1860 a publicação da *Semana Ilustrada*, a mais duradoura e influente da primeira leva de revistas ilustradas brasileiras, que começaram a circular em 1844 com *A Lanterna Mágica*.

Importante também destacar as evoluções no campo da imagem ao desenvolvimento da indústria gráfica. Primeiro com a xilogravura (com matriz de madeira), depois com a litografia (sobre pedra e zinco) e a gravura em metal (sobre chapas de aço), técnicas aprimoradas para o uso comercial no século 19. Era a primeira vez na história que se imprimia imagens em larga escala e a baixo custo. A expansão do mercado foi expressiva. Na França, por exemplo, o número de semanários ilustrados em circulação aumentou 17 vezes entre 1830 e 1880 (JOBILING & CROWLEY, 1996, p. 11). A proliferação de jornais e revistas ilustrados deu início a um processo de avanços nas tecnologias disponíveis para impressão de imagens, culminando na fotogravura, em 1880.

No Brasil, apesar do atraso secular na introdução da imprensa, o uso da litografia teve início com apenas alguns anos de defasagem em relação à França, Portugal, Espanha e Estados Unidos. Porém, enquanto neste último país o número de oficinas de litografia em operação passou de cerca de 60 em 1860 a 700 em 1890, no Brasil o número no mesmo período foi de 115 apenas para 128. Em parte, isso se deveu às características sociais e econômicas brasileiras, o que nota-se até hoje.

Quando uma nova tecnologia surge em um contexto que não está preparado para assimilá-la, ela tende a ser desprezada ou ignorada, como é o caso da descoberta do processo fotográfico por Hercules Florence no interior de São Paulo, seis

anos antes de Daguerre anunciar a invenção que revolucionou a comunicação visual moderna como nenhuma outra (DENIS, 1999, p. 51).

Com a consolidação da imprensa, outra atividade ligada ao design se desenvolveu: a publicidade. Presente em pequenos anúncios nos jornais e em grandes reclames fixados nas paredes da cidade, a publicidade começou a se definir na passagem do século 19 para o século 20 como o veículo para a expressão dos sonhos.

As primeiras agências especializadas nesse tipo de material surgiram em 1840, mas com atuação restrita para venda de espaço de anúncio. Só a partir de 1890 começaram a se envolver na concepção de campanhas --- no Brasil a propaganda ensaiou seus primeiros passos após a criação dos primeiros jornais, em 1808.

4.5 - O consumo visual

O ditado popular que diz que uma imagem vale mais que mil palavras dá a noção do quanto uma fotografia pode agradar nossa visão, que, como vimos anteriormente, representa um “sentido superior”, segundo classificação kantiana. Neste tópico, para tentar entender nosso hábito de olhar, apresentaremos resumo da fotografia e de estudos sobre o funcionamento do cérebro humano.

Começemos com a foto, um marco para a imprensa. Do ponto de vista histórico, o processo fotográfico data do final do século 18 e início do século 19, quando surgiram as primeiras imagens captadas pela exposição à luz de chapas preparadas quimicamente. O ponto máximo desses experimentos foi atingido em 1839, quando Louis Daguerre, na França, e Fox Talbot, na Inglaterra, divulgaram suas descobertas com um intervalo de 24 dias.

Como era de se esperar, a novidade provocou uma corrida desenfreada em busca do aparelho que marca o início da era fotográfica, talvez a mais profunda do olhar humano de todos os tempos. Ao Brasil a novidade chegou em 1840.

Oliveira e Vicentini (2009, p. 14) observam que “o anúncio da gravação da imagem feito por Daguerre provocou grande polêmica entre alguns pintores, que acreditavam que o único método de captação de imagem acabaria com a arte de pintar”.

De algum modo, a polêmica voltou há alguns anos, envolvendo duas formas distintas de captação da imagem: a fotografia analógica e a

fotografia digital. A analógica viveu um período marcante no século 20, quando a imagem passou a ser usada em grande escala pela imprensa mundial --- isso fez aumentar a exigência por equipamentos mais leves. Mas, com o surgimento da fotografia digital, no final dos anos 1980, o glamour conquistado pelo analógico, dos tons de cinza aos químicos usados na revelação, entrou em declínio.

Atualmente, o mercado define em três as categorias de profissionais depois da foto em pixel: o veterano que se adapta, o profissional que evoluiu com o digital, e o que se criou no digital (OLIVEIRA e VICENTINI, 2009).

Os modelos digitais agilizaram o trabalho do fotógrafo. E também mudaram a relação da imprensa com o público: leitores passaram a fotografar com câmeras digitais e celulares para contribuir com os jornais, favorecendo o jornalismo colaborativo. Esse comportamento alterou também a forma como os jornais percebem a fotografia: antes da chegada dos amadores, se perseguia o flagrante; agora, com a impossibilidade de concorrer com tantas pessoas aptas a um clic nas ruas, se valoriza a produção.

4.6 - Os dois lados do cérebro

Do ponto de vista cognitivo, a fotografia facilita a fixação da informação nova porque o cérebro humano, desde os primórdios, está condicionado a ler sinais. Edwards (1984, p. 38) compara nosso cérebro a uma noz: “Visto de cima, ele lembra as duas metades de uma noz: são aparentemente semelhantes, enroladas, arredondadas e ligadas no centro”.

Essas duas metades, destaca a autora, são chamadas de hemisférios esquerdo e direito. A ligação do sistema nervoso ao cérebro é feita em cruzamento. Ou seja: o hemisfério esquerdo controla o lado direito do corpo; o hemisfério direito, controla o lado esquerdo. Logo, a mão direita está ligada ao hemisfério esquerdo. A esquerda, ao direito.

A ligeira assimetria percebida no cérebro humano não é igual nos animais. Em macacos, cachorros, ursos e outros bichos os hemisférios cerebrais são essencialmente iguais, por isso são menos desenvolvidos.

No homem, a diferença de tamanhos explica, por exemplo, por que temos mais habilidade com uma mão do que outra e porque, uns mais que outros, temos sensibilidade às imagens. Não sensibilidade no sentido do toque. Mas no sentido de importar-se com sua simetria ou

assimetria --- no caso deste trabalho, assimetria seriam títulos desalinhados.

A função da linguagem e os estímulos que provocam prazer no belo localizam-se no hemisfério esquerdo na maioria dos indivíduos. Segundo Edwards (Ibid, p. 39), os cientistas descobriram isso há 150 anos ao estudar lesões no cérebro, como derrames. Ficou constatado que as lesões no lado esquerdo afetavam o lado direito do corpo, e vice-versa.

Por causa de descobertas do gênero, cientistas passaram a chamar o lado esquerdo de hemisfério dominante ou principal, e o lado direito de subordinado ou secundário. Outros elementos endossam esse pensamento. Em latim, esquerdo é *sinister*, ou seja, sinistro, mau, omissão. O direito é *dexter*, de onde vem a palavra destreza, habilidade, aptidão.

Outros estudos citados por Edwards indicam que existe vida independente nos hemisférios quando o feixe que os une é cortado. Uma das funções do feixe é permitir a comunicação entre os dois lados do cérebro, facilitando a transmissão do aprendizado e da memória --- o gosto, tema abordado no início deste capítulo, estaria associado à memória sensorial. Alguns trabalhos indicam que a modalidade de funcionamento do hemisfério esquerdo é verbal e analítica, ao passo que a do hemisfério direito é não-verbal e global.

4.7 - O ícone, na guerra e na arte

Um dos marcos para o design gráfico, de onde parte a cultura visual transportada para as plataformas digitais, está ancorado em um dos momentos mais tristes da história mundial: a Primeira Guerra (1914-1919), período em que a atividade foi aprimorada a partir do desenvolvimento de informações em ícones bélicos.

Além de pôsteres produzidos para incitar o envolvimento das nações, o design foi usado para tornar claros os mapas de guerra, criando um complexo sistema de signos para organizar e identificar as tropas aliadas, os grupos inimigos e a localização das bases de suprimentos. Também foi necessário no conjunto de símbolos para distinguir hierarquias.

Hollis (2001, p. 20) acrescenta que “os signos e símbolos para a identificação de posto e unidade militares eram um código de status imediatamente compreendido. A insígnia regimental, com seu emblema

heráldico e seu mote, tinha em comum com os pôsteres modernos o mesmo design econômico e as imagens e os slogans enxutos e fortes”.

Por outro lado, o design também se desenvolveu a reboque de grandes movimentos artísticos, a maioria dos quais surgidos na Europa no fim do século 19, como o *Art Nouveau* (França), o *Jugendstil* (Alemanha) e o *Modern Style* (Inglaterra). Juntos, eles representavam um sentido de vida artístico que deveria se refletir nos produtos da vida diária.

A escola Bauhaus, da Alemanha, surgiu nessa época. Fundada em 1906, tornou-se referência para o design por demarcar a mudança no perfil profissional do artesão/artista ao designer atual. A Bauhaus, tratada em todos os livros de design, surgiu da união de um seminário de artes aplicadas com uma escola de artes aplicadas. Os dois mentores, Henry van de Velde e Walter Gropius, determinaram que só magos da pintura cubista poderiam trabalhar como professores. Entre eles estavam Paul Klee, Lyonel Feininger e Oscar Schlemmer.

Com a Bauhaus foi criado um novo tipo de profissional para a indústria, alguém que dominava igualmente a moderna técnica e a respectiva linguagem formal. Gropius criou com isso os fundamentos para a mudança da prática profissional do tradicional artista/artesão no designer industrial como atualmente (BÜRDEK, 2010, p. 37).

A ideia de Gropius era que, na Bauhaus, a arte e a técnica deveriam tornar-se uma nova e moderna unidade. A frase emblema era: “A técnica não necessita da arte, mas a arte necessita muito da técnica”. Se fossem unidas, diziam os fundadores, haveria uma noção de princípio social: consolidar a arte no povo. Os alunos faziam curso na escola cujo lema era *inventar construindo e reparar descobrindo*. De início, a meta era criar produtos para camadas mais amplas da população, que fossem acessíveis e tivessem funcionalidade.

4.8 - Bonito de navegar

A popularização dos computadores pessoais, a partir dos anos 1970, foi cirúrgica para os rumos do design moderno. Profissionais da área passaram a produzir de formatos de máquinas até modelos de chip e interfaces.

Com a popularização da informática, surgiu um novo conceito dentro do design: o da interação, que significa como lidamos com um produto digital no qual as estruturas de ação nos indicam um procedimento de uso. Como defende Bürdek (2010, p. 35), “tornou-se evidente que não se deve deixar os engenheiros e programadores lidar com o assunto das interfaces entre produtos digitais e o homem” porque “suas ideias impregnadas de matemática e física e as soluções daí resultantes colidem com as expectativas do usuário leigo”.

Na ótica do design, a popularização dos computadores pessoais teve três grandes impactos: a construção de máquinas cada vez menores e ergonômicas, o desenvolvimento de interfaces e a facilidade para criar novos projetos com os programas de projeção como CAD.

Fischer (1998), citado por Bürdek (2010), definiu nove atribuições do design no campo do microeletrônico: 1) reforçar as funções indicativas de material escondido, 2) miniaturização de peças, 3) trabalhar com custo cada vez mais reduzido, 4) atuar em todos os tipos de displays, 5) intervir em produtos automáticos, 6) controles remotos, 7) construções modulares, 8) materiais luminosos e 9) gráfica de produtos.

Bürdek entende que as experiências com os produtos analógicos são base para o ambiente digital, pois as funções comunicativas são transmitidas no desenvolvimento e na configuração de produtos imateriais. Sendo assim, pontua o autor, os princípios estéticos são utilizáveis particularmente no design de tela: grid, regularidade, irregularidade, simetria, assimetria, distinto, indistinto. Todos estes aspectos são encontrados nas páginas *www* ou em displays de produtos digitais.

O desenvolvimento da era eletrônica, no fim do século passado, trouxe ao design gráfico uma questão no estilo de *ser ou não ser*, de Shakespeare. A pergunta fundamental, com a introdução da máquina e de todos os programas para a correção de fontes e cores, é: vale mais a infinidade da criação com lápis e papel, ou a agilidade de criar usando a máquina, com os limites que os programas têm?

Para Fuentes (2006), o final do século 20 mostrou uma saturação de imagens, pela poluição visual, bombardeio de publicidade e pelo olhar como forma de consumir. Mas ele considera errado dizer que a fragmentação visual é um fenômeno da era eletrônica.

Seja olhando para um outdoor a partir de um trem em movimento ou passando os canais de televisão

em revista, a velocidade do olhar humano pressupõe um processo de fragmentação e sobreposição de imagens. Um outdoor é tanto um fragmento inserido em uma paisagem quanto o é um comercial de televisão. A diferença entre os dois está mais na atitude do observador do que na disposição da coisa observada (FUENTES, 2006, p. 212).

É possível argumentar, segundo o autor, que, em função dos avanços da tecnologia eletrônica, o eixo conceitual do design vem se deslocando da autonomia relativa atribuída ao produto, como entidade fixa no tempo e no espaço, para uma noção mais fluida do processo de interação, bem mais próxima da maneira em que se conceituou o objeto gráfico. O primeiro impacto dessas transformações conceituais se deu no campo do design gráfico, no qual vem se sucedendo nos últimos 30 anos uma série de iniciativas dedicadas à substituição do tradicional por projetos com emprego de desordem visual, ruído.

Mais que um mero modismo, essa visão de design tem suas bases conceituais ancoradas na evolução das tecnologias digitais e nas possibilidades que estas trouxeram de superar limites tradicionais da diagramação e da tipografia. Com o aparecimento de plataformas operacionais como os sistemas Macintosh (1984) e Windows (1997) tornou-se possível, simples e barato manipular fontes, espaçamento, entrelinhamento e uma série de elementos gráficos que antes eram de domínio do tipógrafo profissional. Ao mesmo tempo em que a popularização das tecnologias digitais injetou, sem sombra de dúvida, uma grande dose de liberdade no exercício do design, pode-se dizer que elas também trouxeram novos limites para a imaginação humana, pois agora se pensa só dentro dos recursos do programa.

O risco de bitolar a excentricidade criativa é constante em qualquer sistema operacional que retira o controle instrumental do usuário, mesmo que seja para potencializar de forma exponencial a execução. Algumas pesquisas sugerem até que o uso do computador no processo projetivo, apesar de aumentar o número de decisões a serem tomadas pelo projetista, pode acabar reduzindo em última análise a sua capacidade de gerar novas soluções e podem resultar, portanto, em uma maior homogeneidade em alguns aspectos

fundamentais (THACKARA, 1988, p. 2007, apud FUENTES, 1996).

Uma crítica semelhante pode-se fazer à internet, outra área de grande crescimento para o design nos últimos anos. Ao mesmo tempo em que os desafios da navegação e da conjugação de linguagens gráficas com o som e a imagem em movimento representam uma frente de trabalho para o designer, boa parte da produção na área começa a empregar estratégias repetitivas e previsíveis, segundo Fuentes.

Embora os sistemas de informática nos permitam trabalhar as ideias quase diretamente sobre o real nunca deixa de ser necessário moldar uma ideia com os velhos e queridos lápis e papel, o contato com a realidade. De alguma forma, e exceto nos programas puramente virtuais, o destino final de nossas ideias será material palpável e visível como matéria (FUENTES, 2006, p. 55).

No caso específico das plataformas digitais, o design deve contribuir com uma navegação intuitiva, facilitando a comunicação com a máquina. Como observa Mantovani (1995, p. 65), “as tecnologias que funcionam bem têm a característica de desaparecer, de confundir-se com o entorno em vez de atrair a luz dos refletores; a atenção do usuário deve concentrar-se naquilo que ele quer fazer, não no instrumento. Quando comemos, nossa atenção se concentra na comida, e não no talher, a menos que o talher se dobre ou se rompa”.

Scolari (2004, p. 40) lembra que o termo interface existe há mais de um século e nasceu no campo da hidrostática. Era usado no fim do século 19 para definir uma superfície entre duas porções de matéria ou espaço que tem um limite em comum. Para o autor, “a interface não é uma espécie de membrana que separa dois espaços ou porções de matéria, mas um dispositivo que garante a comunicação (aqui entendida como intercâmbio de dados) entre dois sistemas informáticos ou entre um sistema informático e uma rede de comunicação”.

Manovich (2005, p. 120) relaciona as interfaces ao impulso humano de ler símbolos, e pensa a interface como um tecido cultural, que atua “entre o homem, o computador e a cultura”, sendo a “maneira que os computadores apresentam dados culturais e nos permitem relacionarmos-nos com eles”. O autor (2004, p. 135) diz que “a visualização dinâmica de dados é uma das mais genuínas e novas formas

culturais proporcionadas pela computação” e que no ambiente digital intuitivo “podemos visualizar maiores conjuntos de dados, criar visualizações dinâmicas, alimentar dados em tempo real e mapear um tipo de representação noutra (imagens em sons, sons em espaços 3D)”.

O papel da simulação eletrônica é revolucionário. A maioria dos programas para a manipulação da mídia não simula simplesmente as interfaces das antigas mídias, mas permite novo tipo de operações no conteúdo da mídia. Em outras palavras, essas ferramentas contêm o potencial para transformar a mídia em metamídia. A lógica da metamídia ajusta-se a outros paradigmas estéticos atuais, como a remixagem de conteúdos (mais visíveis na música, arquitetura e moda) e a remixagem das tradições culturais (submersas na globalização). A metamídia pode ser entendida com um terceiro tipo de remixagem, aquele que mistura a cultura e os computadores (MANOVICH, 2004, p. 137-138).

Os simuladores eletrônicos baseiam-se, em boa parte dos casos, em metáforas. Como observa Ford (1994, p. 43), citado por Scolari (2004), toda metáfora implica “na busca de um modelo no outro lado, em outra série, uma conexão isomórfica” que nos permite construir uma explicação e ordenar o sentido diante de algo que “nos resulta novo, inexplicável, ou pelo menos formalizável”.

Para Scolari (2004, p. 45), “as metáforas são potentes agentes modeladores da percepção, pensamento e ações cotidianas presentes em todos os sistemas semióticos que, quando conseguem articular e dar coerência a uma orientação discursiva, se constituem em eficazes dispositivos retóricos de persuasão”. O autor lembra que a informática está carregada de metáforas, desde o vírus que infecta os componentes de silício até a janela que abre e fecha com o dedo no mouse.

5 - RESULTADOS DA PESQUISA

5.1 - Os tipos de títulos jornalísticos na internet

Neste capítulo apresentaremos os resultados da parte empírica deste trabalho. Ele está dividido em duas etapas:

Na primeira etapa, em cumprimento ao objetivo específico 2, de *identificar os principais tipos de título jornalístico na internet, e descrevê-los em categorias*, apontaremos 10 tipos de títulos (categorias) identificados em nossa observação, todos acompanhados de descrição, exemplos escritos e imagem.

Na segunda etapa, em consonância com o objetivo específico 3, de *comparar títulos jornalísticos, da mesma notícia, publicados simultaneamente na internet e em jornal impresso*, mostraremos resultados do estudo no qual comparamos títulos de matérias publicadas pela *Folha de S.Paulo* em seu site e repetidas no impresso.

Para a primeira etapa, como destacado no início deste trabalho, no tópico Metodologia, observamos 5 mil títulos de notícias nos portais *UOL, Globo.com, R7 e Terra*, e nos jornais *Folha de S.Paulo, O Estado de S.Paulo, O Globo e Diário Catarinense*.

A observação foi feita nos meses de maio, junho, julho e agosto de 2013, com recheckagem em novembro e dezembro do mesmo ano. Foram avaliados os títulos de *homepage*, títulos das páginas internas de notícias, títulos das listas de últimas notícias e títulos de meios correlatos, como *timelines* de *Twitter* e *Facebook*. Em linhas gerais, foram avaliadas notícias de Cidades, Polícia, Economia, Política, Esportes e Cultura.

Na análise do material empírico desta etapa usamos abordagens qualitativas. Nelas, observam Dalfovo (2008) e Fonseca (2002), prioriza-se a interpretação, admite-se que o pesquisador exerce influência sobre a situação ou evento pesquisado, há flexibilidade no processo de conduzir a pesquisa, as amostras são consideradas representativas do todo e os resultados são tomados como se constituíssem um retrato real do alvo da pesquisa.

A lista está assim estabelecida: 1) títulos superalongados, 2) títulos motorizados, 3) títulos agregadores, 4) títulos hiperdestacados, 5) títulos autossuficientes, 6) títulos antiestéticos, 7) títulos introdutórios, 8) título em camadas, 9) títulos mutantes e 10) títulos dependentes. Importante observar que, em algum momento, pode haver interligação entre algumas das categorias.

Títulos superalongados: pertencem a esta categoria aqueles títulos que trazem muito mais que o resumo da notícia, e que, por isso, em determinados momentos podem destoar da tradição histórica de revelar a essência da notícia (SOUSA, 2005) e de dizer muito em poucas palavras (BURNETT, 1991). Neles, a frase até pode ser forte e impactante, mas é longa. Às vezes cansativa. Sujeito e ação se perdem no amontoado de palavras. Em geral, são percebidos nas páginas da notícia (onde lê-se o texto). Nas *homepages*, que costumam ter alguma limitação de espaço, como nas publicações impressas, são raros. No nosso entendimento, uma das explicações possíveis para esse tipo de título é o fim da “ditadura do espaço”, que obriga o jornalista dos meios impressos a um forte exercício de concisão e praticamente não existe no ambiente digital --- não é necessário contar toques ou avaliar quebra de linhas ao titular notícias na web (página da notícia). Outra razão possível é a pressa. Por causa dela, muitos jornalistas talvez titulem sem refletir sobre o ponto central da notícia, limitando-se a usar no título uma frase do lead.

No cenário da leitura paga, iniciado pelo *New York Times* em 2011, os títulos superalongados podem ser perigosos, do ponto de vista das metas de audiência, se disserem mais do que o necessário para o título: o leitor que souber tudo lendo o título pode ir embora sem clicar na notícia. E isso impacta na audiência, que costuma ser medida pelo clique. Como lembra Sousa (2005), o título deve “antecipar a notícia sem esgotá-la”.

Um título extraído do *Globo.com* em 29 de julho de 2013 pode ajudar a entender melhor a ideia de superalongamento: “Caminhão de combustível bate em 5 carros, explode e deixa pelo menos 9 mortos em MG”²². Nesse caso, para concluir o lead, talvez bastasse acrescentar “quando” e “onde”. A situação hipotética ficaria assim: “Um caminhão de combustível bateu em cinco carros, explodiu e deixou pelo menos nove mortos em Minas Gerais na madrugada desta segunda-feira (18)”.

Em outro cenário, os títulos superalongados podem flertar com a proximidade, poluindo a informação central da notícia com expressões e palavras desnecessárias. E isso, no nosso entendimento, também contraria a máxima da síntese da notícia (MELO, 1985). Nesse cenário, os superalongados trazem informações irrelevantes e geralmente são escritos de maneira desconexa. Na maioria dos casos, também

²² Disponível em: < <http://oglobo.globo.com/pais/caminhao-de-combustivel-bate-em-5-carros-explode-deixa-pelo-menos-9-mortos-em-mg-9269331> >

contrariam a ordem canônica da frase (a mais usual, que coloca na sequência sujeito, verbo e complemento). E isso, como observa Kleiman (1992), faz com que sejam “mal compreendidos pelo leitor”.

Por enxertar palavras demais, esse tipo de título muitas vezes não casa com o tópico central do texto, o que retarda o processo cognitivo de compreensão da notícia, segundo Van Dijk (2003). O leitor, diz o estudioso holandês, espera que a informação do título se confirme no lead e que o conteúdo do lead seja explicado ao longo do texto, em uma espécie de escala de importância. Uma explicação possível para essa falta de foco seria o que Amaral (1978) chama de “falta de experiência profissional”, aquela que “impede o jornalista de compreender bem o que é o mais importante do conteúdo que tem em mãos”.

Como exemplo desta “gordura editorial” trazemos um título do *Diário Catarinense* de 30 de julho de 2013: “Especialistas ensinam como elaborar um currículo profissional sem exageros e com todas as informações essenciais”²³. Uma alternativa possível, dependendo da ocasião, poderia ser algo como “Saiba como montar currículo profissional sem exageros” ou “Currículo profissional precisa ser objetivo, diz especialista”.

Os títulos superalongados, em outra ocasião, costumam valorizar o “quando” e o “onde” mesmo que estas informações não sejam relevantes para a compreensão da notícia. É uma espécie de sufixo de tempo (“nesta quinta-feira”, “neste domingo”) ou de local (no bairro Canasvieiras, no Norte da Ilha, em Florianópolis) que, especialmente por razões de espaço, não costuma ser visto nas publicações impressas.

Este hábito de valorizar o “quando” e o “onde” nasceu no segundo ciclo do jornalismo na internet, quando os jornais passaram a produzir conteúdo exclusivo para a web em vez de simplesmente transportá-los (BARBOZA, 2009). No início, o costume representava uma maneira de marcar o tempo da notícia, já que a ideia de atualização contínua (SCHWINGEL, 2012) começava a se fortalecer, e a cultura de fechamento do jornal, no fim da noite, começava a se dissipar. Com a evolução do noticiário online e o aculturamento do internauta, tal prática tornou-se dispensável, mas ainda é percebida em jornais menores, como se fosse um vício.

²³ Disponível em:

<<http://diariocatarinense.clicrbs.com.br/sc/economia/noticia/2013/07/especialistas-ensinam-como-elaborar-um-curriculo-profissional-sem-exageros-e-com-todas-as-informacoes-essenciais-4217294.html>>

Caminhão de combustível bate em 5 carros, explode e deixa pelo menos 9 mortos em MG









Figura 9: título superalongado pode ser completo a ponto de se parecer com o próprio lead da notícia (Oglobo.com)

Diário Catarinense > Economia > Notícias

Mercado de trabalho 30/07/2013 | 09h13

Especialistas ensinam como elaborar um currículo profissional sem exageros e com todas as informações essenciais

Candidatos devem priorizar a objetividade no documento e evitar citar cursos muito antigos


 Tweet 0
  Recomendar 0
  +1 0
  0
 



>> excesso de palavras pode tornar o título cansativo, flertando com a prolixidade e falta de objetividade (DC)

Infecção Destaque do editor 12/06/2013 | 19h02

19h02 Adolescente de Ipumirim, Oeste de SC, morre com meningite nesta quarta-feira

Lucas Eduardo Tobin, de 16 anos, teve a morte encefálica na tarde de terça-feira


[adolescente](#) • [Oeste](#) • [Concórdia](#) • [morte](#)

>> às vezes inútil ao título, hábito de destacar “quando” e “onde”, da fase inicial da internet, alonga a frase (DC)

Título motorizado: serve para potencializar a audiência online por meio de técnicas de SEO (do inglês, Ferramenta para Otimização de Busca). É mais usado em coberturas que duram dias, como o julgamento do Mensalão, mas também aparece no noticiário cotidiano por causa do poder dos buscadores. O título é o elemento mais relevante para o ranqueamento das notícias nas páginas de busca, segundo Contini (2011) e Ramos (2012). Estar bem posicionado nos buscadores é fundamental para a audiência porque, com alguma variação para mais ou para menos, 50% dos acessos vêm por esses canais --- o leitor parece preferir escrever palavras-chave em buscadores a digitar o endereço do site. O título motorizado é praticamente invisível para o internauta comum. Ele caracteriza-se pela repetição de palavras-chave ao longo da cobertura. No caso do julgamento do massacre do Carandiru, as chamadas destacaram as palavras “massacre” e “Carandiru” porque presumia-se que, ao procurar tal conteúdo, o internauta digitaria essas expressões no site de busca, não algo genérico como “preso”, “tiros” e “cadeia paulista”, que poderia levar a qualquer outro conteúdo de violência em prisão.

O título motorizado é diferente do hábito da imprensa de batizar coberturas com uma espécie de cartola especial, como fez a *Folha* com os protestos de junho de 2013, batizando o movimento de “O país em protesto”. No título motorizado, essas palavras são espalhadas no título em vez de servirem de cartola. Os riscos mais comuns do título motorizado são o flerte com a proximidade e a falta de objetividade.

links relacionados

- SP: manifestantes invadem terminal e PM reage com bombas
- SP: manifestantes farão reunião com governo sobre aumento nas passagens
- SP: manifestantes são detidos em protesto contra aumento da passagem
- MP-SP abre processo contra promotor que queria morte de manifestantes
- SP: novo protesto contra aumento de passagens é marcado para terça-feira
- SP: grupo diz que é impossível controlar frustração; governo vê vandalismo

Figura 10: repetição de palavras-chave, para facilitar trabalho de buscadores, caracteriza título motorizado (Terra)

Títulos agregadores: são aqueles que reúnem informações complementares ou divergentes sobre o mesmo tema, na mesma frase. Às vezes, esse agrupamento é marcado por ponto e vírgula. Nesses casos, a segunda ideia costuma explicar ou dar contexto à primeira, ou apresentar uma consequência. É muito comum quando se pretende regionalizar a informação maior. A Fórmula 1 é um exemplo. O piloto que vence a corrida recebe destaque em todas as regiões do mundo; o piloto da casa (interesse regional) vem depois do ponto e vírgula, como mostra título da *Folha de S. Paulo* em 28 de julho de 2013: “Hamilton vence na Hungria; Massa termina em oitavo”. Esse tipo de agrupamento também aparece em casos de denúncia, em que o jornalista entende ser necessário destacar no mesmo título algo como “fulano nega” depois do ponto e vírgula. Trata-se de uma forma de juntar o que Van Dijk (1983) chama de “vínculos óbvios do texto”, aqueles que leitor só confirma no decorrer da notícia. Para entender melhor situações de “contexto” analisemos exemplo de 30 de julho do *UOL*: “Itaú ganha R\$ 7,1 bi no 1º semestre; 2º maior lucro da história dos bancos”²⁴. Na mesma data, *Globo.com* oferecia um exemplo de ideia de “consequência” (no caso, a resposta da polícia).

Os títulos agregadores também podem “somar” informações. Isso ocorre quando usam o “e” para reuni-las. Nesses casos, geralmente a segunda metade do título dá ideia de continuidade ou providência, como mostra exemplo do *DC* em 30 de julho de 2013: “Queda de menina em mirante expõe insegurança e autoridades prometem medidas contra novos acidentes”²⁵. Ao “somar” informações, o título agregador reúne na mesma frase aquilo que, em publicações impressas, costuma ser destacado nas linhas de apoio. Ele é comum nos casos em que o jornalista não identifica o fato mais relevante da notícia entre dois possíveis, e cita ambos com o “e” no meio. Como pontua Amaral (1978), o “título também informa sobre a qualidade dos redatores e sua capacidade de criar e resumir”.

²⁴ Disponível

em:<<http://economia.uol.com.br/noticias/redacao/2013/07/30/itau-ganha-r-71-bi-no-1- semestre-2-maior-lucro-da-historia-dos-bancos.htm>>

²⁵ Disponível em:

<<http://diariocatarinense.clicrbs.com.br/sc/geral/noticia/2013/07/queda-de-menina-em-mirante-expoe-inseguranca-e-autoridades-prometem-medidas-contra-novos-acidentes-4217254.html>>

Itaú ganha R\$ 7,1 bi no 1º semestre; 2º maior lucro da história dos bancos

Figura 11: títulos agregadores reúnem informações sobre o mesmo tema (acima, contextualizam a informação) (UOL)

Diário Catarinense > Geral > Notícias

Alerta na Serra 30/07/2013 | 07h55

Queda de menina em mirante expõe insegurança e autoridades prometem medidas contra novos acidentes

Queda ocorreu domingo na Serra do Rio do Rastro e não foi a primeira no local

  Tweet 2  Recomendar 14  +1 0  0 

>> também podem “somar” a informação usando o “e”, dando ideia de “continuidade” ou “providência” (DC)

Títulos hiperdestacados: costumam ser usados só em ocasiões especiais, como a visita do Papa ou um desastre aéreo. Eles são diferentes daqueles que, em dias de noticiário rotineiro, ocupam o topo do site, fazendo as vezes de manchete. Os hiperdestacados mudam o formato da tela para indicar que o fato é fora do comum, e por isso merecem aparecer em fonte maior e em mais colunas --- em geral, avançam de uma ponta a outra do site, sem limitar-se a colunas. Esse tipo de título só é usado na *homepage*. Ele não difere dos demais em sua composição gramatical; só em sua apresentação, do ponto de vista gráfico. Por ser usado na capa, onde há limites de espaço, pode ser pensado em toques e linhas, o que desafia o jornalista. Como observa Amaral (1978), “para resumir a ideia central da matéria em poucas palavras, às vezes divididas em duas ou três linhas iguais, há que se dominar o idioma”.

No ambiente digital, o título superdestacado é o que mais “prende a vista do leitor pelas suas funções técnicas (chamar a atenção para o fato) e estéticas (dar equilíbrio à página)” (DOUGLAS, 1966). Em geral, é usado com parcimônia, pois dentro das limitações técnicas dos sites, é o único disponível em uma cobertura especial (rigidez de layout). Usá-lo com frequência enfraqueceria seu impacto visual --- no papel, exceto pelo projeto gráfico, não há nada que impeça o uso de títulos em fontes, tamanhos e cores diferentes em caso de notícia fora da curva. Quando usados, os títulos hiperdestacados levam para baixo todo o conteúdo do site. Em muitos casos, forma-se em torno dele uma caixa editorial, com conteúdo variado sobre o mesmo tema: galerias de fotos, vídeos, infográficos e outras notícias. Nesse cenário, ele dá link à matéria principal e serve de referência para títulos correlatos, como mostra exemplo da *Folha* em novembro de 2013, quando o ex-diretor do Banco do Brasil Henrique Pizzolato fugiu do país para escapar da cadeia por envolvimento no caso do Mensalão (imagem abaixo).

Em determinadas ocasiões, o título hiperdestacado não conduz a uma matéria, mas a uma narração ao vivo, o popular minuto a minuto --- o recurso foi muito visto em quase todos os portais e jornais brasileiros em junho de 2013, na onda de protestos por um país melhor. Nesses casos, ele destaca uma das situações narradas, geralmente a mais chamativa, sem que haja uma matéria completa linkada nele, como é o normal. Tal recurso visa chamar a atenção para o evento maior, destacando/atualizando particularidades. Não se pode dizer que o leitor, que “espera confirmar no texto a informação do título” (KLEIMAN, 1989), seja enganado nesses eventos, pois trata-se de dispositivo da

internet já assimilado. Nesses eventos, esse recurso é uma forma de evitar chamadas pouco apelativas como “Siga a cobertura ao vivo” ou “Ao vivo: acompanhe os protestos pelo país”. Em casos de grande relevância, a atualização desse tipo de título forma quase uma narração na própria *homepage*, a área mais visualizada de qualquer site. No caso dos protestos de junho, eventos como a prisão de algum estudante com coquetel molotov não tinham potencial para gerar um título/narração. A invasão do Senado, sim. Em muitos casos, as chamadas vêm acompanhadas das expressões “ao vivo”, “agora” e “acompanhe”, que dão noção de tempo real, termo criado a partir da circulação da informação em redes globalizadas, segundo Adghirmi (2002).

o julgamento do **MENSALÃO**

Pizzolato, ex-diretor do Banco do Brasil, foge para a Itália

Ele foi o primeiro a ter a prisão decretada pelo STF no caso do mensalão, com pena de 12 anos e sete meses de reclusão em regime fechado



TRANSFERÊNCIA
Dirceu e Genoino deixam SP em avião da polícia rumo a Brasília

Figura 12: título superdestacado muda o layout da tela, e só é usado em ocasiões especiais. É mais que a manchete (Folha.com)

PAÍS EM PROTESTO

Ao vivo: Protesto fecha a Paulista; no centro, bando tenta saquear lojas

Manifestantes queimam carro da Record e outro grupo faz bloqueios na Raposo Tavares. Haddad se reúne com Dilma e Lula para discutir a tarifa

- 'Estão entrando', diz assessora de Haddad
- Prefeitos reduzem passagens em capitais
- Preocupado, Alckmin falta a homenagem a FHC
- Dilma telefona para Alckmin, Cabral e Genro
- Planalto diz que já desonerou transporte
- Participa ou critica? Envie foto ou relato
- Ato devem parar ruas da periferia de SP amanhã
- Grupo depreda e saqueia lojas no centro de SP
- Nicoleti: Os atos e a lingua portuguesa



>> em eventos “fora da curva”, não leva à matéria alguma, só dá suporte a itens narrados no minuto a minuto (Folha.com)

MARINGÁ

Passeata contra aumento de tarifas fecha ruas no Paraná

BELO HORIZONTE

Governo mineiro pede apoio da Força Nacional após confronto

FLORIANÓPOLIS

Manifestantes promovem ato contra aumento de passagens

- Manifestantes mantêm prefeito sitiado há 5 horas

Títulos autossuficientes: aqueles que, pelo menos por alguns momentos, dispensam até a notícia em seu formato usual --- o que é impensável no meio impresso. Beira o cúmulo da concisão jornalística porque são, sozinhos, toda a notícia --- às vezes podem ter um complemento na linha de apoio. Costumam ser usados em situações de urgência, quando o jornalista tem só o núcleo central da informação e considera importante publicá-la mesmo assim. A morte de um líder importante seria um exemplo. O título autossuficiente encabeça uma única notícia. Às vezes é acompanhado de um parágrafo, com basicamente as mesmas informações do título, para não deixar em branco o campo tradicionalmente ocupado pelo texto da notícia. Em quase todos os casos é seguido da expressão “mais informações em instantes”, dando a ideia de “estar em rede e ser instantâneo” (ZAMORA, 2002). O título autossuficiente é pouco comum, mas pode ser encontrado nas *homepages* e nas listas de notícia, onde geralmente se vê diferença entre o “publicada às” e o “atualizada às”. Além do fator pressa, muitos jornais usam esse tipo de título de olho na audiência via redes sociais: ao ser publicada, mesmo sem texto, a página da notícia gera link, a partir do qual inicia-se o compartilhamento; gerar um novo link no meio desse processo representa perder audiência.

Guindaste desaba e derruba parte da estrutura metálica em obra do estádio do Corinthians

Três operários morreram num acidente nas obras da Arena Corinthians, em Itaquera, nesta manhã

Figura 13: notícia se resume ao título e à linha de apoio (Estadão)

Queda de grua deixa 2 mortos nas obras do estádio da abertura da Copa

De olho em interdição, Ministério Público admite que já investigava irregularidades no Itaquerão
27 de novembro de 2013 | 13h 11

Notícia

Comentários 2063



A+ A-



Enviar



Recomendar

418



Compartilhar

1



+1



Tweet

41

Felipe Cordeiro, Flavia Alemi e Marcio Dolzan - O Estado de S. Paulo

Atualizado às 18h50

>> no mesmo link, houve atualização (hora) e correção (mortes)

Títulos antiestéticos: são aqueles apresentados sem os cuidados estéticos que o leitor habituou-se a ver nos meios impressos. Eles ferem os princípios de simetria e regularidade do design de página (BÜRDEK, 2010). São vistos com mais frequência nas capas de edição automática, sem intervenção de um jornalista. Esse tipo de título fere uma das funções nobres do título, de “dar equilíbrio à página” (COMASSETO, 2003), e contrariam a máxima jornalística que prega que a composição visual da página (ou tela) é determinante para o consumo da notícia. Um marco a esse respeito está no século 19, com a chamada guerra jornalística, entre os donos do *New York Journal*, William Hearst, e do *New York World*, Joseph Pulitzer. Os dois perceberam que o aspecto tipográfico influenciava na venda de jornais e começaram a modificar a primeira página, introduzindo uma paginação equilibrada, “com títulos de duas colunas nas margens do jornal, incluindo subtítulos e, mais tarde, manchetes que ocupavam oito colunas” (MELO, 1985). Os títulos antiestéticos são especialmente evidentes nas capas das editorias, que costumam ter menos da metade da audiência da *home*. Por esse motivo, muitas delas são atualizadas por publicadores automáticos, como no *DC*, de onde tiramos o exemplo abaixo.

Em outra frente, a apresentação visual do título pode ser comprometida pelo “gesso” das interfaces digitais. Nesse cenário, a frase aparece incompleta na tela. Ela termina em reticências, deixando o leitor sem parte da informação. O problema é mais comum em aplicativos de celulares e tablets abastecidos com o mesmo conteúdo do portal referência.

Investigação

Mulher suspeita de mandar matar o marido é presa preventivamente

Mandado de prisão expedido na sexta, dia 11, foi cumprido na manhã desta segunda em São José

Crime

Homem é perseguido e baleado nas costas em Itajaí

Tentativa de homicídio ocorreu no Bairro São Vicente, na tarde de sábado

Figura 14: título antiestético desrespeita princípios de simetria e regularidade do design gráfico (DC)

30 de Julho de 2013

- 09h40 Assassino da Noruega quer fazer universidade de ciência...
- 09h38 MP vai investigar conduta de PM que prendeu manifestante...
- 09h37 Michael Jackson não conseguiu patrocínio para seu último...
- 09h37 Alemanha: mulher dá à luz bebê de 6,1 kg de parto normal
- 09h37 Chanceler da UE se reúne com presidente egípcio deposto...
- 09h37 Estudo indica que hábitos alimentares são "programados"...
- 09h34 Vazamento de petróleo afeta turismo na Tailândia, diz...
- 09h29 Vivo inicia serviço 4G em mais cinco cidades de São Paulo
- 09h07 Investigação de acidente de trem na Suíça aponta para...
- 09h07 Conta do Twitter da agência Reuters sofre ataque hacker
- 08h53 vc repórter: aeroporto de Guarulhos sofre com problemas...
- 08h52 Casamentos e divórcios de mentira alarmam autoridades...
- 08h49 Milhares prestam homenagem a vítimas de acidente de...

>> além de ferir padrões estéticos, às vezes leitor fica privado de parte da informação (Terra)

Títulos introdutórios: antes da informação central, fazem um enunciado para colocar o leitor no assunto. O enunciado geralmente traz uma espécie de memória da informação central, resgatando o último fato acerca do tema. Também é comum trazerem explicações históricas ou comportamentais. Em geral, esse tipo de título começa com o “como”. É mais comum nas páginas de notícias que nas *homepages*. Também é visto nas versões impressas, mas na internet, especialmente por causa do espaço ilimitado, é muito mais frequente. Tornou-se quase obrigatório no noticiário esportivo, como mostram exemplos do *Globo.com* em 2 de agosto de 2013: “*Com 14 troféus, técnico Guardiola diz que ganhar títulos não é tudo*”²⁶; “*Pronto para brilhar, Bolt mira recordes e quer a coroa dos 100m rasos*”²⁷; “*Engasgada com jejum, Dani Lins quer fim da série de vices: ‘estou cansada’*”²⁸; e “*Com Kaká de titular, Real estreia com vitória nos EUA ao superar o Galaxy*”²⁹.

O enunciado pode ajudar o leitor, quando o coloca no assunto, fornecendo uma memória episódica, mas também pode atrapalhá-lo, se descambar para expressões gordurosas. Como aponta Van Dijk (2003), os títulos são determinantes para a compreensão do texto, pois é hábito humano simplificar informações em tópicos para poder compreendê-la melhor. Para ilustrar, dois exemplos extraídos do *UOL* em 30 de julho de 2013: “*Após 5º ouro em mundiais, Cielo diz: ‘se o mundo acabar,*

²⁶ Disponível em: <<http://globoesporte.globo.com/futebol/futebol-internacional/futebol-alemao/noticia/2013/08/com-14-trofeus-na-carreira-guardiola-diz-que-ganhar-titulos-nao-e-tudo.html>>

²⁷ Disponível em:
<<http://globoesporte.globo.com/atletismo/noticia/2013/08/pronto-para-brilhar-no-mundial-bolt-mira-recordes-e-coroa-dos-100m.html>>

²⁸ Disponível em:
<<http://globoesporte.globo.com/volei/noticia/2013/08/engasgada-com-jejum-dani-lins-quer-fim-de-serie-de-vices-estou-cansada.html>>

²⁹ Disponível em: <<http://globoesporte.globo.com/futebol/futebol-internacional/noticia/2013/08/com-kaka-de- titular-real- estreia-com-vitoria-nos-eua-ao-superar-o-galaxy.html>>

estou feliz com o que conquistei”³⁰; e “*Depois de ano complicado, Messi mostra otimismo para nova temporada*”³¹.

Em casos extremos, o título introdutório traz apenas uma palavra-chave antes da informação central da notícia. A palavra destacada mostra rapidamente ao leitor sobre o que diz a notícia. Geralmente é seguida de dois pontos para reforçar a marcação. O recurso não exclui o uso da cartola tradicional, criada na mídia impressa para amarrar ou apresentar um tema, e também usada na internet. Poderia ser menos utilizado, mas tornou-se uma espécie de hábito no ambiente digital, bombardeado de informações, onde é preciso demarcar bem uma informação para fisgar a atenção do leitor.

Este recurso é visto em todas as editorias, mas parece mais comum no noticiário de entretenimento: usa-se o nome da celebridade seguido de dois pontos antes de, propriamente, destacar a informação sobre o que o ator ou a atriz fez; usa-se “cinema” ou “música” antes de titular lançamentos de filmes e discos; opta-se por “flagra” e “babado” antes de destacar o novo escândalo das celebridades.

Entre os títulos encontrados no ambiente digital, o perfil “cartola” é o que mais lembra os primeiros formatos de títulos jornalísticos, descritos por Melo (1985) como “rótulos ou rubricas”. Essas marcações “limitavam-se a separar conteúdos e indicar ao leitor pequenas diferenças temáticas entre o conteúdo publicado”.

No noticiário cotidiano (trânsito, clima, cidades), a introdução por “cartola” é muito usada para valorizar o “onde”, como mostra exemplo do portal *Terra* de 1º de agosto de 2013: “*Alemanha: mulher dá à luz bebê de 6,1 kg de parto normal*”.

³⁰ Disponível em: <<http://esporte.uol.com.br/natacao/ultimas-noticias/2013/07/30/apos-5-ouro-em-mundiais-cielo-diz-se-o-mundo-acabar-estou-feliz-com-o-que-conquistei.htm>>

³¹ Disponível em: <<http://esporte.uol.com.br/futebol/ultimas-noticias/2013/07/30/depois-de-ano-decepcionante-messi-mostra-otimismo-para-nova-temporada-do-barcelona.htm>>

02/08/2013 08h10 - Atualizado em 02/08/2013 08h10

Pronto para brilhar no Mundial, Bolt mira recordes e coroa dos 100m

Jamaicano espera recuperar título da prova mais rápida do atletismo e sonha ser primeiro homem a correr os 200m abaixo de 19 segundos

Por GLOBOESPORTE.COM
São Paulo

 Tweet 1

 Recomendar 6

Figura 15: título introdutório cria enunciado para colocar leitor no assunto; e costuma valorizar o “como” (Globo.com)

09h00 **Flagra: candidato a nacional, Mercedes CLA já roda limpo no Brasil**
Carplace

09h00 **Fernanda Ezabella: Outros escolhidos do Festival de Toronto**
Folha.com - Ilustrada

08h59 **Mural: Mal cuidados, túneis da Lapa causam transtorno aos pedestres**
Folha.com - Cotidiano

>> em casos extremos, usa só uma “cartola”, precedida de dois pontos (:), para delimitar tópico para introduzir assunto (UOL)

Título em camadas: é aquele que revela um novo conteúdo após o clique, como se a informação estivesse disposta em camadas. No caso da *homepage*, o título apresentado ali é o primeiro a atrair a atenção do leitor. Após o clique, ele revela um segundo título, sobre a mesma notícia. O primeiro costuma ser menor, pensado dentro do espaço disponível na tela. O segundo tende a ser maior, já que na página da notícia não há o mesmo rigor espacial. O primeiro pode ser pensado pela máxima da frase curta e usual (MELO, 1985). O segundo, pelos motores de busca, que, como citado anteriormente, representam mais da metade da audiência online dos principais portais do país³². Há, na passagem de um tipo ao outro, o que poderíamos chamar de “efeito surpresa”.

Do ponto de vista dos editores de portal, a relação entre camadas pode representar uma chance de melhorar o título: aquele que foi mal construído, seja por não valorizar uma informação importante ou por usar verbos inexpressivos, pode ser ajustado (ou esquentado, na gíria jornalística) ao ser levado à *homepage*, onde o índice de cliques é maior --- o ajuste na página da notícia leva mais tempo, e às vezes pode até ser ignorado.

O título em camadas é próprio da internet, pois toda navegação se dá a partir do clique, que revela uma página após a outra. Mas, em comparação com os jornais impressos, poderíamos fazer uma relação com os títulos de capa (primeira página) e os títulos da notícia (na página da notícia, em sua respectiva editoria). Na internet, há casos em que essa relação entre as camadas é explorada editorialmente. A editoria de Esportes talvez use o recurso com mais propriedade. Vejamos o exemplo do portal *Globo.com* (Esportes) de 2 de agosto, data em que Neymar e Messi jogaram juntos pela primeira vez no Barcelona. “Pontapé inicial”, dizia o título da *homepage* --- para o título fazer sentido, havia uma foto de Neymar chutando a bola, com se estivesse dando um pontapé. Na página da notícia, à qual se chegava após o clique no título, lia-se: “Criador x criatura: agora no Barça, Neymar revê Santos no *Camp Nou*”. Em outra frente, a relação entre camadas de

³² Para se posicionar bem nas páginas de resultado de busca, as notícias precisam estar acompanhadas de outras técnicas de SEO. Em geral, além das palavras do título, os buscadores consideram a hora em que a notícia foi publicada (quanto antes, melhor), a repetição de palavras-chave no texto (é um pecado no jornalismo, mas robôs não entendem sinônimos), a idade do site (quanto mais velho, melhor), a quantidade de links dentro das matérias (os cliques que elas tiveram somam pontos) e a parceria com grandes portais (dar e receber links de gigantes ajuda muito).

títulos pode ser frustrante para o leitor. Isso geralmente ocorre quando há diferença de informação entre o título da *homepage* e o título da página da notícia. Tal problema é comum quando a notícia é atualizada na página, e não na capa --- às vezes por falha de comunicação entre repórter e editor de *home*.



Figura 16: título em camadas tem um formato na *homepage* (neste caso, para casar com a foto) e outro na página da notícia (Globo.com)

02/08/2013 07h00 - Atualizado em 02/08/2013 10h28

Criador x criatura: agora no Barça, Neymar revê Santos no Camp Nou

Pelo Troféu Joan Gamper, atacante faz primeiro jogo no estádio catalão, justamente contra o Peixe, clube que o revelou

>> na página da notícia, na “segunda camada”, título apresentou composição menos “hard” (Globo.com)

Títulos mutantes: são aqueles que mudam substancialmente sua construção de acordo com os acontecimentos. Eles podem flertar com a falta de ética jornalística, uma vez que, sem a perenidade do papel, têm condições para “atualizar” a informação em vez de “corrigi-la” --- nesse caso, o título mutante é apagado no todo ou em parte relevante ao ser reescrito para um ajuste significativo, como mudar de vivo para morto a condição de alguém. Exemplo semelhante a isso verificamos em 28 de agosto do *Diário Catarinense*: às 9h44 foi publicado “Dois são baleados no Morro da Caixa, em Florianópolis”; às 10h40 a notícia foi atualizada e o título mudou para “Homem é morto pela polícia no Morro da Caixa, em Florianópolis”. Há uma mudança radical de informação e um tempo considerável entre a primeira publicação (com dados do momento) e a atualização (com dados novos). E isso, a nosso ver, mereceria uma nova matéria. Em um cenário mais “ingênuo”, a mutação ocorre diante de uma atualização típica da internet, como o ajuste na quantidade de cidades em emergência por causa da chuva (em caso de enchente, esse tipo de número muda rapidamente, e seria inviável fazer novas matérias) ou o número de presos em uma grande operação policial.

Há também uma mutação proposital em função do público e do canal de divulgação da notícia. Isso é muito comum nas redes sociais, que representam grande fonte de tráfego online. Assim, em um momento o título mutante pode ser curto e direto como manda a tradição jornalística, e em outro ser carregado de detalhes, estar associado a fotos ou vídeos e culminar com uma pergunta.

No *Twitter*, até onde pudemos observar, eles costumam ter viés mais noticioso e “resumir a notícia”, como recomenda Melo (1985). Em alguns casos, o resumo se deve ao limite de 140 caracteres (e há de se reservar espaço do link da notícia). No *Facebook*, geralmente vêm acompanhados de informações adicionais (às vezes o lead inteiro), elementos como fotografias e gráficos, e perguntas para estimular o debate, uma das características da rede criada por Mark Zuckerberg. Nos dois casos, o título social pode salvar o título da página da notícia, se este não estiver suficientemente atraente. Exemplo do *Terra* mostra que, mesmo com assuntos frugais, o título nas páginas de notícias costuma ser mais objetivo que nas redes sociais. Na lista de notícias, o tema foi titulado “Dispositivo escaneia ‘comida’ e revela quantidade de calorias”. No *Facebook*, a chamada foi precedida de pergunta: “*Preocupada com dieta? Canadenses desenvolvem dispositivo que ‘escaneia’ comida e revela a quantidade de calorias dos ingredientes*”.

- DC** **Diário Catarinense** @dconline 5min
Homem é morto pela polícia no Morro da Caixa, em Florianópolis
clic.sc/19N566Z
Abrir
-
- DC** **Diário Catarinense** @dconline 27min
Cirurgião plástico revela os 10 procedimentos preferidos pelos homens. clic.sc/15wDYs4
Abrir
-
- DC** **Diário Catarinense** @dconline 27min
AO VIVO: Plano de Gestão da Saúde em SC prevê a criação de metas e salários por produtividade. Acompanhe: clic.sc/18kAx5I
Abrir
-
- DC** **Diário Catarinense** @dconline 29min
"Há grande preconceito contra médicos cubanos", diz Dilma.
clic.sc/1dmCZPT
Abrir
-
- DC** **Diário Catarinense** @dconline 1h
Dois homens são baleados no Morro da Caixa, em Florianópolis
clic.sc/1caakev

Figura 17: Título mutante pode “apagar” título original (ver primeiro e último tuite) ao atualizar a notícia (DC)

Dispositivo "escaneia" comida e revela quantidade de calorias

>> também pode mudar de acordo com canal de divulgação, como o Facebook (abaixo) (Terra)



Preocupad@ com a dieta? Canadenses desenvolvem dispositivo que "escaneia" comida e revela a quantidade de calorias dos ingredientes.

Saiba mais: <http://bit.ly/194Eezq>

>> o título da notícia (figura acima) foi modificado para se adaptar à rede social (Terra)

Títulos dependentes: são aqueles títulos que, sozinhos, não permitem que o leitor entenda a notícia que apresenta. Um dos títulos dependentes mais clássicos é aquele que faz parte de um tema maior, algo como uma retranca no jornalismo impresso, e vai ao ar sem as amarrações necessárias. Ao ser publicado, perde o sentido, tornando-se desinteressante ao leitor. O problema ocorre principalmente na lista de “últimas” notícias. Nelas, o leitor perde o contato com o tema central, mesmo quando há cartolas. A dificuldade aumenta quando a publicação dessas partes do todo é feita em horários alternados.

Esse tipo de situação, da parte desprendida do todo, geralmente ocorre quando o conteúdo do jornal impresso é replicado sem os devidos ajustes para o site. No online, diferentemente do impresso, não há a visualização da página, que permite entender, por meio de uma cartola, que os conteúdos ali fazem parte de um conjunto de informações. Vejamos um exemplo de outubro de 2013, período de revisão de nossa lista de títulos, encontrado no *DC*. O título “Evoluir ainda é preciso”, sozinho, é indizível. Veio do impresso e para ser levado ao ar na internet deveria ter um complemento, como “Evoluir ainda é preciso, diz repórter que investiga desaparecidos”.

Outra situação de dependência ocorre diante de grandes acontecimentos, em que os jornais buscam constantemente complementar o assunto principal com “conteúdos correlatos”. Exemplo: se um avião cai, este será o assunto principal. Matérias com a lista de passageiros, última revisão da aeronave e relato de testemunhas seriam os conteúdos correlatos. Para não ficarem sem sentido, essas últimas precisam de elementos identificadores. Nas *homes* devem estar agrupadas em mesmo bloco editorial, como fez o UOL em 31 de julho de 2013, durante o mundial de esportes aquáticos de 2013, em Barcelona, com o principal nadador brasileiro: Sob a cartola “Esportes aquáticos”, estavam o título principal “Provas não olímpicas turbinam Brasil no mundial com ouro de Cielo”, e os agregados “Atleta muda treino por novos músculos” e “Estou feliz se ele está feliz, diz treinador”.

Os títulos dependentes podem, por outro lado, se converter em facilitadores de leitura. Do ponto de vista do leitor, quando bem amarrados ao tema central e agrupados na *homepage*, agilizam a leitura. Do ponto de vista dos portais, são uma forma de ampliar a audiência, já que, quanto mais cliques, maior o índice de leitura.

SOS Desaparecidos **Destaque do editor** 14/10/2013 | 06h04

06h04 "Evoluir ainda é preciso"

Autora da série Órfãos do Brasil, a repórter Mônica Foltran fala sobre as dificuldades enfrentadas pelo programa pioneiro da PM de Santa Catarina

 • Polícia Militar • Adoção

Figura 18: título dependente é aquele que, quando publicado separado do tema central, perde sentido (DC)

Esportes Aquáticos

Provas não olímpicas "turbinam" Brasil no Mundial com ouro de Cielo

- ∴ Atleta muda treino por novos músculos
- ∴ Estou feliz se ele está feliz, diz treinador

PLACAR UOL

>> quando corretamente agrupado na *homepage*, pode agilizar a leitura e ampliar audiência do portal (UOL)

5.2 - Comparativo entre títulos na internet e impresso

Nesta segunda etapa, como destacado anteriormente, mostraremos os resultados do estudo comparativo de títulos de matérias publicadas pela *Folha de S.Paulo* em seu site e repetidas no impresso (a mesma matéria, nas duas plataformas).

Esta etapa refere-se ao objetivo específico 3, de *comparar títulos jornalísticos, da mesma notícia, publicados simultaneamente na internet e em jornal impresso*.

Como explicado no tópico Metodologia, foram analisados 210 títulos das editoriais de Poder, Internacional, Mercado, Cotidiano e Ilustrada. Excluímos da análise títulos de colunistas, de seção de artigos, de editoriais e afins.

A análise levou em conta títulos publicados entre os dias 18 e 23 de agosto de 2013. Foi uma semana útil inteira, escolhida aleatoriamente, por conveniência. Não houve nenhum evento predominante no noticiário no período, o que nos permite imaginar que representa a rotina de uma redação jornalística em qualquer época do ano.

Partimos das notícias da edição impressa, a nacional, e procuramos conteúdo afim publicado no site, na lista de “últimas notícias”, em um período de 24 horas anteriores. Notícias sobre o mesmo tema, mas apresentadas sob um foco totalmente diferente em qualquer uma das plataformas, foram ignoradas.

Para facilitar o estudo e para termos medições do todo e das partes, dividimos a análise em editoriais. O procedimento de seleção e comparação foi igual para todas. Isso nos permitiu apontar, por exemplo, quais das seções mais mudam e o que elas mais mudam entre as notícias publicadas na versão impressa e na internet.

Dividimos esta etapa do estudo em quatro partes: 1) análise geral dos números, 2) impacto na leitura e compreensão da notícia, 3) por que os títulos mudaram e 4) o tamanho dos títulos nas duas plataformas. Para as partes 1, 2 e 3 criamos categorias, descritas nas próximas páginas.

A parte 4 foi construída por uma média matemática, extraída da soma das palavras do título (os artigos definidos e indefinidos também foram considerados palavras). Somamos as palavras dos títulos de cada plataforma, no todo e por editoriais, e as confrontamos para extrair a média.

Seguem os resultados:

1) Análise geral dos números

>> Categorias

a) Títulos sem ajustes entre site e impresso: títulos da mesma notícia que apareceram 100% iguais na internet e na edição impressa. Exemplo: “Nixon e Pelé discutem futebol em áudios divulgados pelos Estados Unidos” (21/08).

b) Títulos com ajustes entre site e impresso: títulos da mesma notícia que apareceram diferentes, em qualquer grau, na internet e na edição impressa. Exemplo: site “Itamaraty pede devolução de pertences de brasileiro detido em Londres”; impresso “Itamaraty pede bens de brasileiro de volta” (21/08).

c) Títulos ajustados sutilmente: títulos da mesma notícia, com a mesma construção frasal, mas publicados na internet com palavras/informações a mais ou a menos. Exemplo: site “*Supremo* reduz chance de José Dirceu ter pena menor”; impresso “*STF* reduz chance de Dirceu ter pena menor” (22/08).

d) Títulos ajustados radicalmente: títulos da mesma notícia que no site e no impresso foram publicados sem a mesma construção frasal e apresentavam abordagens diferentes nas duas plataformas. Exemplo: site “Namorado brasileiro de jornalista que denunciou ciberespionagem é detido em Londres”; impresso “Londres detém brasileiro por terrorismo” (18/08).

>> *Resultados totais*

Total de títulos analisados: 210

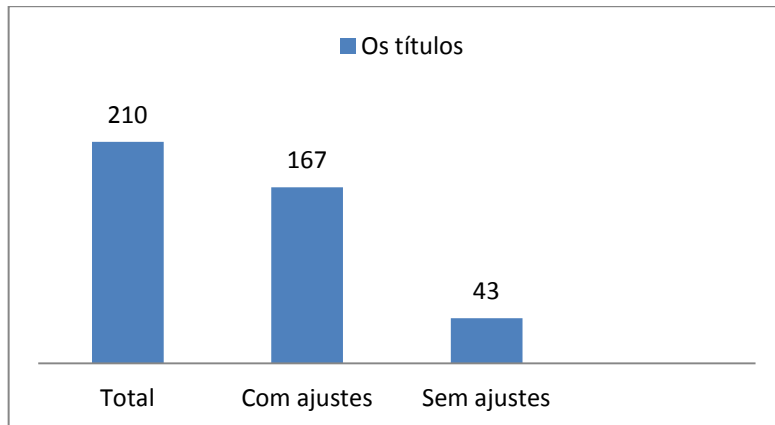
Sem ajustes entre site e impresso: 43 (20,47%)

Com ajustes entre site e impresso: 167 (79,53%)

Dos 167 com ajustes...

Ajustados sutilmente: 54 (32,33% dos com ajustes)

Ajustados radicalmente: 113 (67,66% dos com ajustes)



>> Resultados por editorias

Editoria	Títulos analisados	Sem ajustes	Com ajustes		Ajustados sutilmente	Ajustados radicalmente
Cotidiano	52	10 ou 19,23%	42 ou 80,76%	Dos 42 →	20 ou 47,61%	22 ou 52,38%
Esportes	37	7 ou 18,91%	30 ou 81,08%	Dos 30 →	9 ou 30%	21 ou 70%
Mercado	36	11 ou 30,55%	25 ou 69,44%	Dos 25 →	5 ou 20%	20 ou 80%
Poder	34	7 ou 20,58%	27 ou 79,41%	Dos 27 →	6 ou 22,22%	21 ou 77,77%
Internacional	29	2 ou 6,89%	27 ou 93,10%	Dos 27 →	5 ou 6,89%	22 ou 81,48%
Ilustrada	22	6 ou 27,27%	16 ou 72,72%	Dos 16 →	9 ou 56,25%	7 ou 43,75%
Total	210	43 ou 20,47%	167 ou 79,53%	Dos 167 →	54 ou 32,33%	113 ou 67,66%

2) Impacto na leitura e compreensão do texto

>> Categorias

a) Sem prejuízo ao leitor: título manteve-se compreensível no site, mesmo sem os elementos de apoio usados na versão impressa, como cartolas. Exemplo: “Prova para Itamaraty faz crítica à França” (22/08) (não há dificuldade para entendimento tanto no site quanto na versão impressa).

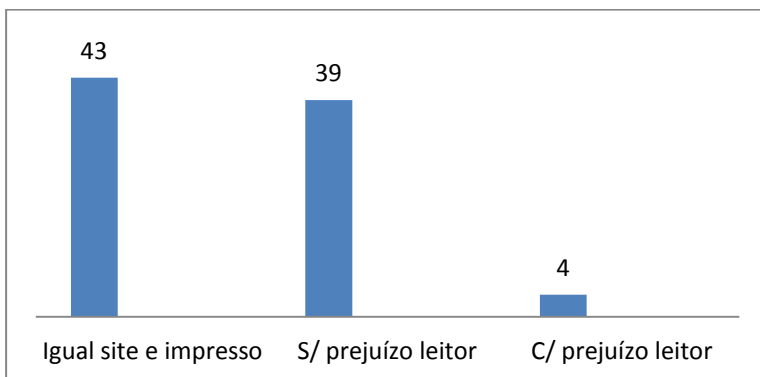
b) Com prejuízo ao leitor: título publicado no site foi afetado, em qualquer grau, pela falta de elementos de apoio usados na versão impressa, como cartola. Exemplos: “Barbosa defende pressa para encerrar julgamento” (julgamento do quê?); “Plano Diretor prevê confisco de imóvel abandonado” (onde?); e “Para defender título, Palmeiras encara rival da elite nas oitavas” (de qual torneio?).

>> Números gerais

Total de títulos s/ ajustes entre site e impresso: 43 (20,47% de 210)

Sem prejuízo ao leitor: 39 (90,69 dos sem ajustes)

Com prejuízo ao leitor: 4 (9,30% dos sem ajustes)



>> Números por editoria

Editoria	Total de títulos sem ajustes	Com prejuízo ao leitor	Sem prejuízo ao leitor
Poder	7	1	6
Internacional	2		2
Cotidiano	10	1	9
Esportes	7	2	5
Ilustrada	6		6
Mercado	11		11
Totais	43	4	39

Observação: todos os 43 títulos sem ajustes foram encontrados no site entre 3h e 4h, quando o conteúdo de notícias do impresso é publicado na internet. Essas 43 matérias referem-se a conteúdos exclusivos ou avanços substanciais em relação ao noticiário factual. Para esta análise, não levou-se em conta o conhecimento prévio sobre determinado tema, o que ajuda na compreensão da notícia (VAN DIJK, 2003; KLEIMAN, 1989).

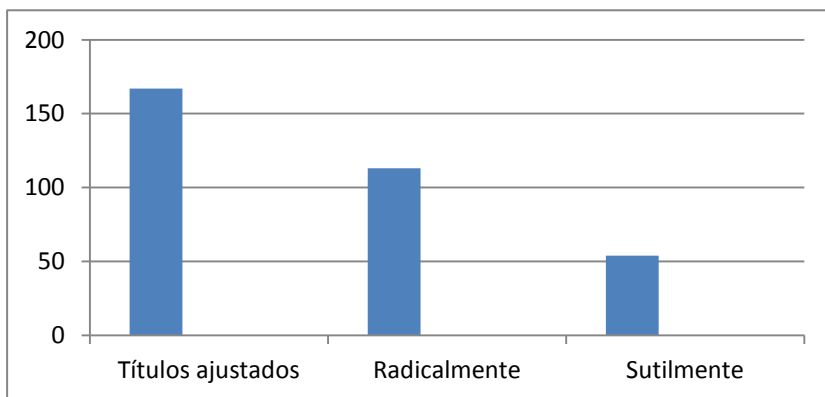
3) Por que os títulos mudaram

>> Números totais

Total de títulos com ajustes: 167

Ajustados sutilmente: 54 (32,33%)

Ajustados radicalmente: 113 (67,66%)



>> Categorias sutilmente

a) Acrescentou detalhe (onde, como ou quando): título que trouxe informação extra e melhorou a informação. Exemplo: site “*Bienal de São Paulo* terá quinteto de curadores na edição 2014”; impresso “*Bienal* terá quinteto de curadores na edição 2014” (23/08).

b) Introduziu fato: título que relacionou tema atual a antigo, facilitando a vida do leitor. Exemplo: site “*Após ficar fora de pódio no Mundial*, Fabiana Murer é bronze em etapa da Liga Diamante”; impresso “*Fabiana Murer* é bronze em etapa da Liga Diamante” (22/08).

c) Abriu sigla ou nome: o título trouxe siglas abertas ou nomes completos dos personagens. Exemplo: site “*Agente da Polícia*”

Federal é preso acusado de extorquir R\$ 2 milhões”; impresso “*Agente da PF é preso acusado de extorquir R\$ 2 milhões*” (21/08).

d) Excluiu palavras: o título manteve o mesmo radical noticioso do papel, mas excluiu palavras, sem prejuízo ao leitor. Exemplo: site “*Ataque no Sinai mata 24 policiais egípcios*”; impresso “*Ataque no deserto do Sinai mata 24 policiais egípcios*” (19/08).

>> Resultados categoria sutilmente

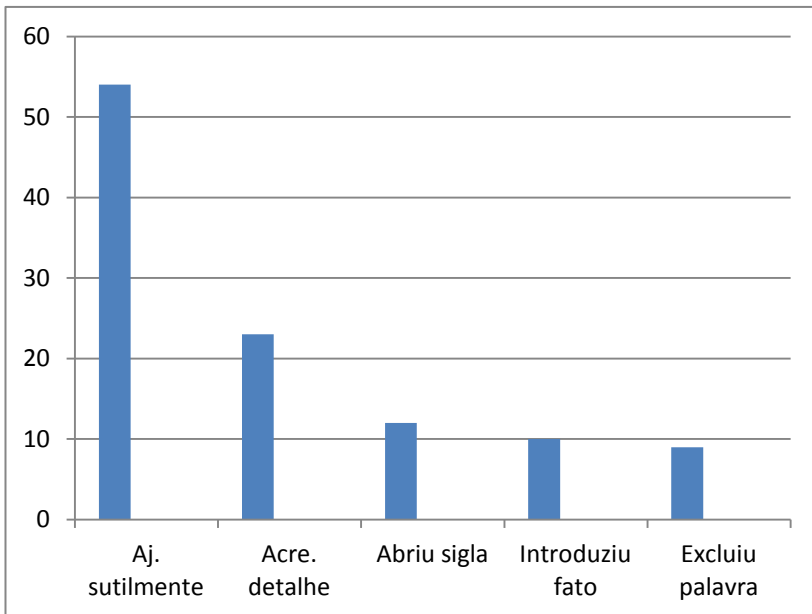
Títulos ajustados sutilmente: 54

Acrescentou detalhe: 23 (42,59% do total 54)

Abriu sigla ou nome: 12 (22,22%)

Introduziu fato: 10 (18,51%)

Excluiu palavras: 9 (16,66% do total)



>> Resultados sutilmente por editorias

	Poder	Inter.	Esp.	Ilust.	Cotid.	Merc.	Total
Acrescentou detalhe	2	3	5	3	10		23
Abriu sigla	2				6	4	12
Excluiu palavras		2	3	3	1		9
Introduziu fato	2		1	3	3	1	10
	6	5	9	9	20	5	54

>> Categorias radicalmente

a) Menos conciso: título de site que usou mais palavras que o impresso para dar a mesma informação. Exemplo: site “Taxa de desemprego desacelera e vai a 5,6% em julho, diz IBGE”; impresso “Desemprego recua para 5,6% em julho” (22/08).

b) Mais eventos: título de site que destacou mais de duas ações do sujeito/personagem/evento, para agregar dado ou por falta de foco. Exemplo: site “Sonnen surpreende em luta, finaliza Shogun e provoca Wanderlei no UFC em Boston”; impresso “Sonnen derrota Shogun e provoca brasileiro” (18/08).

c) Resumiu, sem explicar: título de site que limitou-se a resumir o lead, sem explicar ou traduzir a notícia ao leitor. Exemplo: site “Latam Airlines tem prejuízo de US\$ 330 mi no 2º trimestre e culpa dólar”; impresso “Desvalorização do real dá prejuízo à dona da TAM” (21/08) (não significa que a notícia na internet ficou incompreensível, mas a versão impressa ficou mais clara).

d) Acrescentou contexto: título de site que acrescentou informação de contexto ou explicação para ajudar leitor a entender evento. Exemplo: site “Com preços mais altos, cresce crédito para imóveis acima de R\$ 1 milhão”; impresso “Cresce crédito para imóveis acima de R\$ 1 milhão” (19/08).

e) Layout de página: título de site que apresentou diferenças em relação ao impresso por causa da diagramação do papel (construção foi invertida ou palavras foram trocadas/cortadas para se alinharem a projeto gráfico). Exemplo: site “*Denise Stoklos transforma Carta ao Pai, clássico de Kafka, em crítica aos políticos*”; impresso “*Stoklos transforma/Carta ao Pai em/crítica aos políticos*” (em três linhas iguais) (21/08).

f) Acerto de ordem estilística: o título precisou ser reconstruído na internet para ter sentido. Exemplo: site “Orestes une ficção e realidade para mostrar consequências da ditadura nos dias de hoje”; impresso “São tantas as verdades” (19/08).

>> Resultados categoria radicalmente

Total de títulos ajustados radicalmente: 113

Mais eventos: 37 (32,74%)

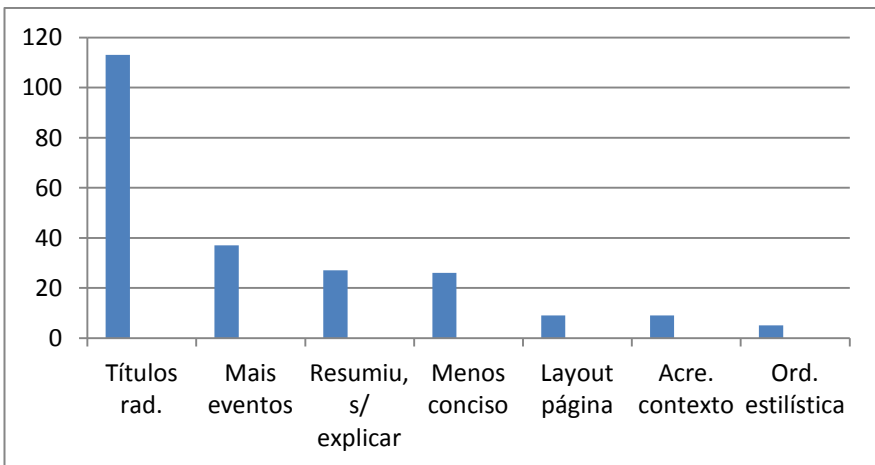
Resumiu, sem explicar: 27 (23,89%)

Menos conciso: 26 (23%)

Layout de página: 9 (7,96%)

Acrescentou contexto: 9 (7,96%)

Acerto ordem estilística: 5 (4,42%)



>> Resultados radicalmente por editoria

	Poder	Inter.	Esp.	Ilust.	Cotid.	Merc.	Total
Mais eventos	6	6	10	2	9	4	37
Resumiu, s/ explicar	6	4	5		4	8	27
Menos conciso	6	6	4		6	4	26
Layout de página	3	1	1		3	1	9
Acrescentou contexto		5	1			3	9
Ordem estilística				5			5
	21	22	21	7	22	20	113

4) Tamanho dos títulos nas duas plataformas

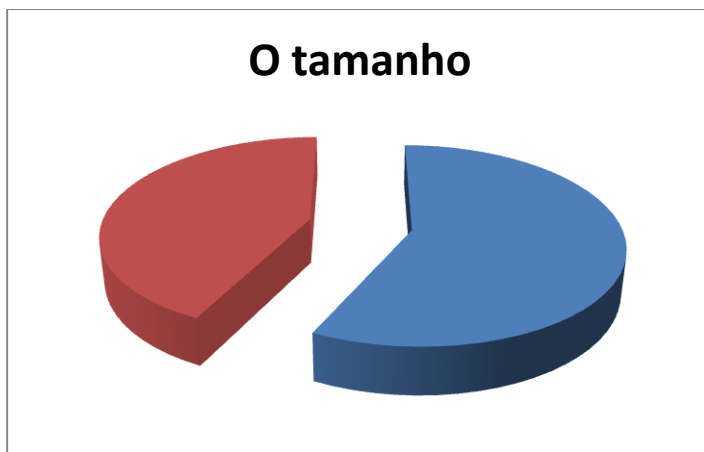
>> Resultados gerais

Títulos analisados na internet: 210

Títulos analisados no papel: os mesmos 210

Média geral de palavras na internet: 10,83 (33,86% maior)

Média geral de palavras no papel: 8,09 (fatia menor)



>> Resultados por editorias

Editoria	Média de palavras no site	Média de palavras no impresso	Percentual de aumento
Ilustrada	11	7,54	45,88%
Esportes	11,56	8,56	35,04%
Poder	10,52	7,79	35,04%
Mercado	10,16	7,72	31,60%
Internacional	10,66	8,22	29,68%
Cotidiano	11,11	8,74	27,11%

Considerações sobre comparação de títulos web/impreso

Análise geral

A análise feita a partir da comparação de 210 títulos da *Folha de S.Paulo* sugere que o título jornalístico na internet está maior que no impresso. Na amostra analisada, o percentual de aumento foi de 33,86%. Na ótica otimista, é possível entender que o tamanho maior seja indicativo de um título mais completo, que acrescenta informações, especialmente detalhes de como, quando e onde, como mostra exemplo extraído da *Folha de S.Paulo* em 20 de agosto: Site “*Em carta*, sindicato pede dinheiro para ações contra Mais Médicos”; impresso “Sindicato pede dinheiro para ações contra Mais Médicos”. No caso específico, a palavra “carta” é um detalhe que faz pouca diferença no entendimento do enunciado. Mas nossa observação mostrou que, em determinados casos, a palavra extra pode acionar conhecimentos prévios sobre certos temas e estimular a leitura ou acelerar a compreensão do assunto. Em parte, o título aparece maior na internet, pelo menos em nossa amostra, por causa do espaço ilimitado da rede. Na ótica pessimista, que nos parece mais fiel com o estudo feito, o título maior vai contra a ideia história do “dizer muito em poucas palavras” e contra o processo cognitivo pelo qual o homem tende a simplificar o máximo a informação para assimilá-la melhor. Também contraria a tradição oral, de onde vem o formato do texto jornalístico e dos próprios títulos das notícias, que pede que o mais importante seja dito primeiro e que os detalhes sejam explicados a seguir. A análise mostra que, em relação ao título impresso, o título na internet parece mais “cômodo”. Entende-se por “cômodo” o título que limita-se a resumir a informação do lead da notícia, sem a habitual tradução da informação vista nos melhores exemplos de meios impressos. Em relação ao impresso, o título da web nos pareceu ter menos interpretação da informação e ser menos conciso.

Análise por editorias

Ilustrada: O título do caderno de cultura é o que mais cresce na internet, dentro da nossa análise. Isso não nos pareceu surpresa porque, tradicionalmente, os títulos dos cadernos de cultura são os mais breves do jornalismo impresso. Pelos temas abordados, até o desenho das páginas e os textos costumam ser tratados de uma maneira mais leve. Os títulos entram nesse conjunto, muitas vezes sendo definidos com base na

imagem que o editor usará na página. Na internet, para não ficarem sem sentido, os títulos desta editoria analisados por nós transformam-se em títulos estilo *hard news*. Saiu o título curto, entrou a receita de sujeito, verbo ativo e complemento. Exemplo disso extraímos da Ilustrada em 21 de agosto de 2013. A notícia sobre o novo CD do rapper Emicida foi apresentada na edição impressa como “Volta sem revolta” em fonte de destaque. Na internet foi adaptada para “Lançando novo disco, Emicida fala sobre mudança de abordagens em suas letras”. Outro exemplo marcante encontramos na edição de 23 de agosto do mesmo caderno em notícia sobre o festival de cinema de Veneza. No impresso, o título foi “Da selva para Veneza”, destacando que muitos filmes indicados abordavam assuntos ligados às florestas. Na internet foi adaptado para “Temas ecológicos são ponto comum entre filmes brasileiros do Festival de Veneza”.

Esportes: O título da editoria de Esportes na internet foi o maior entre todas as editorias analisadas. Teve uma média de 11,56 palavras, três a mais que a média do impresso. Em parte, acreditamos que isso se deve ao excesso de chamadas com mais de uma ideia ou informação. Trata-se de algo comum nesse tipo de noticiário, que costuma destacar o feito e o que ele representa ao atleta, à modalidade ou ao país. Costuma ser assim inclusive no impresso. Mas na internet, diante do espaço sem fim, parece tornar-se muito mais abundante. Para ilustrar, destacamos um exemplo de 18 de agosto sobre vitória do tenista espanhol Rafael Nadal em um torneio internacional. No impresso a notícia foi “Nadal ganha Cincinnati e sobe no ranking”. Na internet, além desse núcleo central, foi destacado o nome do derrotado e detalhes do nome do torneio e da posição no ranking: “Nadal vence Isner, fatura o título do Masters de Cincinnati e vira nº 2 do mundo”. Dentro da nossa amostra, a editoria também lidera o uso de “apostos” para contextualizar algum feito, algo comum no mundo esportivo, como mostra título da edição de 22 de agosto sobre a saltadora Fabiana Murer. No impresso, o título foi “Fabiana Murer é bronze em etapa da Liga de Diamante”. Na internet, destacou-se o contexto da vitória dela: “Após ficar fora de pódio no Mundial, Fabiana Murer é bronze em etapa da Liga Diamante”.

Cotidiano: O tamanho do título de Cotidiano na internet é o que menos cresce ante o título equivalente na edição impressa, sugere nosso comparativo. Uma explicação para isso é que a editoria é a que tem os maiores títulos na edição impressa, com média de 8,74 palavras. Outra é

o fato de a editoria ser a mais equilibrada entre as duas plataformas pesquisadas: não pula do poético para o *hard*, como verificado em Ilustrada; não acrescenta consequências, como visto em Esportes; e não traduz tanto a informação como é comum no noticiário econômico. Em percentual, a editoria de Cotidiano foi a terceira que mais fez ajustes em títulos para publicá-los na internet --- 80,76% dos títulos analisados; o maior percentual foi de Internacional, com 93,10%. O principal motivo de ajuste de títulos dentro da nossa amostragem foi acrescentar detalhe de como, quando e onde. Importante registrar que, de todas as editorias pesquisadas, Cotidiano é a que lida com temas mais imprevisíveis, como desastres pelo país, o que requer atualização contínua no site e no impresso.

Internacional: O noticiário internacional é o que mais mudou títulos na versão impressa frente à digital. Os títulos online pesquisados focam mais o evento em si. Os impressos costumam trazer mais análise/interpretação sobre o episódio, como sugere notícia de 22 de agosto sobre o brasileiro detido em Londres pela lei antiterror. O título na internet foi “Reino Unido restringe inspeção de documentos apreendidos com brasileiro”. No impresso foi “Brasileiro tem vitória contra Reino Unido”, seguido de linha de apoio “Corte britânica restringe uso e análise de material apreendido com David Miranda que se destinava o namorado jornalista”. Em parte, essa cultura de mudanças pode estar relacionada a dois aspectos: ao fuso horário, que permite à editoria trabalhar melhor os temas registrados fora das Américas, e à aproximação com o Brasil, que ajusta o foco da notícia em si para o impacto ou relação dela com os interesses brasileiros. Um indicativo disso é que, dentro da nossa amostra, a editoria foi a que mais mudou títulos radicalmente para acrescentar contexto.

Mercado: O título econômico foi o que mais apresentou “tradução de informação” entre as versões online e impressa. Nota-se uma espécie de conflito entre o que acontece (site) e o que isso representa (impresso). O hábito de explicar a informação é uma tradição do noticiário econômico, praticado por poucos jornalistas e muitas vezes considerado complicado para o leitor. Das editorias analisadas, Mercado foi a que mostrou ter os menores títulos na edição impressa, com média de 7,72 ante 8,74 de Cotidiano, a líder. Também tem os menores títulos na edição online, como média de 10,16 palavras, contra 11,56 de Esportes, a líder. Apesar de depender de muitas siglas e índices, os

títulos de Mercado foram os que menos apresentaram problemas na transposição entre impresso e site: dos 11 títulos da editoria encontrados 100% iguais nas duas plataformas, nenhum apresentou problema para compreensão da notícia, segundo nossa classificação.

Poder: títulos do noticiário de Poder foram os que apresentaram maior equilíbrio entre os aspectos avaliados nesta etapa do estudo. Poder é a terceira editoria que mais muda títulos radicalmente, com 77,77% da amostra (Internacional lidera com 81,48%, seguido de Mercado com 80%) e a terceira que menos faz ajustes entre os títulos publicados na edição impressa e na internet, com 20,58% de incidência (líder é Mercado, com 30,55%, seguida de Ilustrada, com 27,27%). Esse último dado pode se justificar porque, pela proposta do jornal, até onde pudemos observar, a editoria de Poder opta mais por conteúdos exclusivos que as outras editorias.

5.3 - Nove características gerais do título na internet

Apresentamos agora avaliações feitas pelo autor deste trabalho sobre o título jornalístico na internet. Baseado no estudo bibliográfico, na observação de 5 mil títulos de notícias publicados na internet por oito sites e portais referências no país e na comparação direta entre títulos publicados em jornal impresso (*Folha*) e repetidos na internet, ou vice-versa, nossa pesquisa, dentro de suas limitações, sugere que os títulos na internet:

a) **São maiores:** o crescimento, até onde foi possível observar dentro de nossa análise, se deve principalmente ao espaço quase ilimitado da rede, que permite acrescentar informações. Visto pelo ângulo positivo, significa que o título maior é mais completo, como indica exemplo singelo extraído da *Folha* em 21 de agosto de 2013 sobre a Rede, partido que Marina Silva quis criar em 2013. Na internet, o título foi “Justiça pede investigação sobre fichas da Rede, novo partido de Marina”³³. No impresso foi “Justiça pede investigação sobre fichas da Rede”, sem acrescentar que se trata do partido idealizado pela ex-senadora. No mesmo dia, a *Folha* destacou no site que “Serra cobra

³³ Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/poder/2013/08/1329484-promotoria-investigacao-fraude-na-coleta-de-apoios-da-rede-em-sp.shtml>>

igualdade de condições para disputar prévias com Aécio”³⁴, e no impresso “Serra quer igualdade de condições em prévias”. O primeiro é ligeiramente mais completo que o segundo porque acrescenta o partido de Serra e com quem ele disputa para concorrer à Presidência. A ótica negativa sugere que o título maior, especialmente o que perde o foco por excesso de palavras, se distancia de três aspectos que julgamos relevantes: 1) o dever ser resumido, para rapidamente situar o leitor; 2) a tradição oral, de onde vem o formato do texto jornalístico e dos títulos, que pede que o mais importante seja dito primeiro e que os detalhes sejam explicados a seguir; 3) o processo cognitivo pelo qual simplificamos a informação para assimilá-la melhor. Vejamos títulos do *Diário Catarinense* em 23 de outubro de 2013 que podem servir de exemplos. O primeiro refere-se à estrutura do prédio que abriga acervo de um artista plástico de Joinville: “Chuvas e cupins travam batalha com a entidade que procura conservar o legado de Schwanke na úmida Joinville”³⁵. Acreditamos que poderia ser adaptado para “Infiltração e cupins abalam prédio com acervo de Schwanke”. O segundo é sobre um incêndio em área florestal da Grande Florianópolis. “Incêndio em vegetação mobiliza bombeiros e é apagado com auxílio do helicóptero Arcanjo, em Palhoça”³⁶. Pensamos que poderia ser melhor “Bombeiros usam helicóptero para conter incêndio florestal em Palhoça”. No comparativo com 210 títulos da *Folha*, que apresentamos anteriormente, os títulos da mesma notícia na internet apresentaram média de 10,83 palavras, contra 8,09 do impresso. Dito de outra forma, 33,86% maiores.

b) Demonstram mais homogeneidade: para fazer sentido na internet, onde o leitor perde o contato com outros elementos de referência da página, como as cartolas e as fotos, os títulos ganham palavras e são empacotados dentro de uma estrutura ou receita editorial

³⁴ Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/poder/2013/08/1329984-serra-cobra-igualdade-de-condicoes-para-disputar-previas-contr-aecio.shtml>>

³⁵ Disponível em: <<http://anoticia.clicrbs.com.br/sc/cultura-e-variedades/anexo/noticia/2013/10/chuvas-e-cupins-travam-batalha-com-a-entidade-que-procura-conservar-o-legado-de-schwanke-na-umida-joinville-4308209.html>>

³⁶ Disponível em: <<http://diariocatarinense.clicrbs.com.br/sc/geral/noticia/2013/10/incendio-em-vegetacao-mobiliza-bombeiros-e-e-apagado-com-auxilio-do-helicoptero-arcanjo-em-palhoca-4299364.html>>

comum entre os veículos digitais (títulos de *O Globo* e *Folha*, por exemplo, têm mais semelhança ou homogeneidade na web que na versão impressa). Isso parece verdadeiro especialmente nos cadernos de cultura, que tradicionalmente optam pelo estilo poético nas versões impressas e precisam reconstruir a chamada na web, como mostra exemplo da *Folha* em 20 de agosto de 2013: no papel, o título foi “As fantasias de Robert Crumb”; na rede, “À beira dos 70, Robert Crumb fala à Folha da antologia com suas histórias mais pervertidas”³⁷. Um processo parecido ocorre com os textos das notícias. Na internet, eles se parecem mais. Tem estrutura e ritmos muito parecidos. Na versão impressa as nuances de estilo entre os veículos são mais visíveis.

c) São mais completos: sem os limites físicos do papel, que eleva a necessidade de concisão, os títulos na internet podem destacar mais de uma informação acerca do fato noticiado. Na maioria dos casos, dentro do nosso recorte, o texto extra completa o núcleo central do título, dando contexto a ele, o que ajuda o leitor no entendimento da notícia. O noticiário esportivo talvez seja o maior beneficiado com tal possibilidade, pois no ambiente digital pode, na mesma sentença, facilmente dizer quem ganhou e o que representa o título (se o faz subir no ranking ou se o classifica a um nível mais elevado de disputa, por exemplo) ou em que circunstâncias determinada equipe venceu ou perdeu (depois de um jejum histórico? Sem os titulares?). O acréscimo pode ser sutil, mas geralmente agrega valor à chamada. No nosso comparativo, associado à ideia geral a que chegamos depois da observação dos títulos, as informações extras ofereceram detalhes circunstanciais de como, quando ou onde, e fatos que relacionam o fato noticiado a eventos passados ou introduzem o leitor no assunto.

d) São mais prolixos: títulos pequenos, aqueles com alto poder de resumo de um fato, parecem ter virado, dentro de nossa amostragem, uma espécie de pecado editorial no universo noticioso de chamadas maiores. Talvez por isso muitos redatores se sintam no dever de esticar títulos, agregando a eles termos e informações irrelevantes. Ou seja, um título de cinco ou seis palavras destoa da maioria dos publicados na internet, a ponto de seu tamanho chamar a atenção na lista de “últimas”. O excesso de palavras dificulta o entendimento da notícia, cansa o leitor

³⁷ Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2013/08/1328878-robert-crumb-se-diz-constrangido-com-historias-reunidas-em-antologia.shtml>>

e pode até afastá-lo da notícia se o conteúdo extra, além de desnecessário, for escrito fora da ordem canônica, a mais usual, que coloca em sequência sujeito, verbo e complemento.

e) Parecem mais acomodados: as receitas mais clássicas dizem que o título deve resumir a notícia, explicando-a em uma frase curta, objetiva e sedutora. Na nossa amostra, até onde pudemos perceber, muitos títulos aparentam destacar uma frase do lead, em vez da ideia central do texto, em um processo intelectual aparentemente afetado pela comodidade. A agilidade predomina. Faltam sacada e criatividade, essenciais para tornar o título atraente e sedutor. O problema talvez seja mais explícito no jornalismo econômico, que nos meios impressos costuma traduzir a notícia, e na internet parece homogeneizar a chamada. Nas redações, a habilidade para titular com resumo e criatividade juntos cria abismos entre os “bons de título” e os “ruins de título”. Ou, como pontuam alguns especialistas, entre os que dominam a língua e os que não a dominam. Em parte, esse suposto comodismo pode ser fruto de três traços marcantes do noticiário na internet: 1) a agilidade, que às vezes confronta a qualidade com o chegar antes; 2) a abundância de conteúdo, que indiretamente pode levar o jornalista a acreditar que se dará melhor da próxima vez; 3) ao caráter mais efêmero do noticiário, que envelhece rapidamente enunciados.

f) Têm mais funções: a exemplo do jornalista, que no ambiente da convergência produz para mais de uma mídia, desdobrando-se em tarefas (foto, texto, vídeo) que até algum tempo atrás eram feitas por mais de um profissional, o título na internet também tem mais de uma função: além das habituais, como oferecer uma síntese da notícia e equilibrar o layout da página, agora 1) dão link e abrem as páginas de notícia; 2) servem de base para motores de busca; 3) levam a audiência da notícia A à notícia B em caso de link interno; 4) conduzem a leitura pelos labirintos do hipertexto; 5) preenchem interfaces automáticas em sites, aplicativos e *timelines* de redes sociais, tornando-se “imagem” predominante; 6) determinam a venda da notícia nos modelos de *paywall*.

g) Têm efeito surpresa: o título publicado na capa do site revela outro, às vezes muito diferente, ao ser clicado. Há um efeito surpresa. E isso pode ser bom para a audiência: o título enxuto e bem apresentado

da capa poderá atrair quem navega pelo site, e o título interno (revelado após o clique) poderá fisgar aqueles que leem via buscador.

h) Têm maleabilidade: o título na internet muda de acordo com a vitrine em que será exposto e ao sabor dos acontecimentos. No primeiro caso, podemos citar de exemplo sua publicação na *homepage* (o título da página da notícia é ajustado de acordo com o espaço disponível na tela) e nas redes sociais (no *Twitter* segue levada jornalística e obedece limite de 140 caracteres, e no *Facebook* procura estimular a interatividade por meio de perguntas). No segundo caso, podem mudar após uma atualização da notícia, ou serem totalmente reformulados em casos de evento ao vivo (nessa situação chegam a narrar a notícia em tempo real, tornando-se também o corpo dela).

i) Tem menos cuidado estético: pela agilidade da rede e pelos limites gráficos das engrenagens mecânicas, costuma ser apresentado sem os cuidados estéticos vistos na mídia impressa. Isso espanta a leitura, porque as interfaces, para serem atraentes, devem ser fáceis de navegar e bonitas. O título sem cuidado estético é aquele que termina em reticências, impedindo o fim da leitura, e aquele publicado nas capas com palavras, linhas de apoio e legendas desalinhadas. Ele contraria os preceitos de simetria e regularidade do design gráfico. Em parte, o problema pode se dever 1) às ferramentas de edição online, que engessam formatos visuais e navegacionais; 2) aos dispositivos mecânicos de publicação e edição, que distribuem automaticamente conteúdos entre sites, capas de editorias e aplicativos; e 3) à instantaneidade do noticiário, que gera um volume grande de notícias a ser exposto nas capas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Elemento capaz de atrair ou afastar o leitor, o título jornalístico passa por uma transformação expressiva por conta do avanço das plataformas digitais, para onde cada vez mais migra a leitura do noticiário e para onde a maioria das empresas jornalísticas do país aponta suas expectativas de futuro.

Esta transformação é, no nosso entendimento, a maior vivida pelos títulos desde o século 19, quando parte da imprensa norte-americana, como pontua Melo (1985), inaugurou o estilo de chamadas destacadas que vemos até hoje nos jornais impressos --- nessa fase, o título passou a conciliar o que Douglas (1966) chama de funções técnicas (atrair o leitor) e estéticas (apresentar bem a notícia); ou seja, além de isca à leitura, o título foi alçado à condição de elemento determinante ao *layout* de página.

Na internet, nos parece que o título jornalístico deve ser ainda mais atraente, uma vez que a atualização de conteúdos é contínua, o que gera um amontoado de informações impossível de ser lido por inteiro --- talvez nunca antes na história do jornalismo a leitura tenha sido tão baseada nos títulos.

Na internet, também, o título amplia sua função “visual”, já que torna-se elemento mais visível que a própria fotografia em muitas telas digitais, especialmente as de telefone celular. É, ao mesmo tempo, frase e imagem.

Para o leitor, o título jornalístico na internet é guia e banca: guia porque conduz a leitura pelos caminhos labirínticos da rede; banca porque vende a notícia, literalmente, pois o clique sobre ele contabiliza os acessos via sistemas de cobrança digital.

Para o jornalista, o título na web parece mais “livre”. Na maioria dos casos não é mais necessário contar toques e linhas para fazê-lo, como é praxe nos jornais impressos. E ninguém precisa ser tão conciso, dado o espaço quase sem fim da rede --- contudo, é preciso lembrar que palavras a mais podem complicar o entendimento da frase, segundo observam Van Dijk (1989) e Kleiman (1989).

O que procuramos nesta pesquisa foi uma abordagem a esse novo título, que concilia funções históricas e novas. Também procuramos mostrar que o título jornalístico é fruto do desenvolvimento da própria imprensa (surgiu como mero separador de texto ou palavra-chave do texto) e de algo muito mais antigo que isso: a organização do texto.

Como pudemos observar com autores como Laignier (2009) e Walker (1996), houve um tempo em que o texto não seguia a organização de ideias e a apresentação como conhecemos hoje. Assim, a adoção de elementos como capítulos, parágrafos e títulos ajudou na organização textual. Esta, por sua vez, contribuiu indiretamente com a organização do pensamento, observa Havelok (1973), impulsionando o desenvolvimento humano e social.

Esta pesquisa está baseada em três etapas: 1) levantamento bibliográfico sobre títulos jornalísticos, focando suas interseções com o jornalismo, com a tecnologia e com a beleza; 2) observação e categorização de títulos jornalísticos na internet; e 3) comparação de títulos da mesma notícia publicados simultaneamente na internet e em jornal impresso para tentar identificar no que a primeira plataforma diferencia da segunda.

Estas três etapas referem-se, nessa ordem, aos três objetivos específicos que traçamos no início do trabalho, com o intuito de atingir o objetivo geral: abordar os títulos jornalísticos na internet, a fim de registrar suas principais características nessa plataforma tecnológica, alvo de inúmeras pesquisas no âmbito acadêmico.

Na primeira etapa procuramos reunir os principais estudos sobre o título jornalístico, e isso mostrou-se uma tarefa difícil porque os títulos, apesar de fundamentais para o entendimento e para a apresentação da notícia, são pouco estudados. Seja em obras específicas do jornalismo ou da linguística, campo que também percorremos minimamente, os títulos geralmente aparecem como conteúdo secundário, que ocupam sequer um capítulo. A maior fatia do conteúdo encontramos em Sousa (2005), Melo (1985), Amaral (1978) e Comassetto (2003). Os outros dois temas do nosso recorte bibliográfico, a tecnologia e a beleza, têm um conteúdo mais abundante. Assim, procuramos filtrar autores com os quais compactuamos ou que, pelos critérios acadêmicos, não poderiam ficar de fora. Como exemplo, citamos McLuhan (1964), Santaella (2004), Lévy (2003), Salaverría (2005) e Scolari (2008). No fim, acreditamos ter construído três linhas do tempo, com conceitos fundamentais, do título jornalístico em sua interseção com o jornalismo, a tecnologia e a beleza.

Na segunda etapa, procuramos categorizar os tipos de títulos na internet, observando os principais portais de notícias e jornais do país. Foram 5 mil títulos observados ao longo de quatro meses. O maior desafio dessa fase foi a volatilidade da internet: a maior parte dos títulos passa pouco tempo na tela de observação, a *homepage*, e a abundância

deles dificulta a categorização. Como observa Adghirni (2007, p. 237), “observar na internet é um desafio ao pesquisador por causa do fluxo contínuo da informação e de sua temporalidade” O trabalho foi feito entre maio e outubro de 2013, e ao concluí-lo pensamos ter listado os principais tipos de título/categorias na internet, sejam eles exclusivos do ambiente digital ou reconfigurados por causa da internet.

Na terceira etapa, comparamos títulos da *Folha de S.Paulo* publicados na internet e na edição impressa. Foi um trabalho difícil, porque envolveu a criação de muitas categorias para dar conta de apontar as mudanças que os títulos tiveram entre uma plataforma e outra. Os resultados a que chegamos mostram, entre outros, que o título na internet está maior que no impresso. E isso, na nossa avaliação, pode ser bom (quando as informações extras ampliam a informação) ou ruim (se as palavras a mais tornarem-se gorduras editoriais, alongando a frase de maneira desnecessária e dificultando a vida do leitor).

Ao fim dessas três etapas, acreditamos ter minimamente conseguido fazer uma abordagem aos títulos jornalísticos na internet, como nos propusemos em nosso objetivo geral. O conteúdo reunido aqui, dentro de suas limitações, nos parece um primeiro passo para tentar entender a reconfiguração dos títulos jornalísticos na internet, e talvez ajude futuras pesquisas sobre o tema. Uma opção nesse sentido seria um levantamento histórico, que investigasse os primeiros usos e a evolução dos títulos até a chegada às plataformas digitais.

Por fim, devemos reconhecer que esta pesquisa baseou-se principalmente em abordagens qualitativas, e nesse tipo de abordagem, como aponta Richardson (1989), os resultados do estudo passam por interpretações do pesquisador. Ou seja, outra pessoa, se tivesse percorrido o mesmo caminho, provavelmente teria tido conclusões diferentes.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABRAMO, Perseu. **Pesquisa em ciências sociais**. In: *Pesquisa social; projeto e planejamento*. SP, Quêiroz Editor, 1979. p. 21-44. Disponível em: <<http://migre.me/hFk5B>>. Acessado em: jan. 2014

ADGHIRNI, Zélia. **Jornalismo online**: em busca do tempo real. In: *XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. Intercom: Salvador, 2002. Disponível em: <<http://migre.me/hEwts>>. Acessado em: jan.2014

_____. **Instantaneidade e memória na pesquisa sobre jornalismo online**. In: LAGO, Cláudia; BENETTI, Marcia. *Metodologia de pesquisa em jornalismo*. Petrópolis: Editora Vozes, 2010.

AMARAL, Luiz. **Técnica de jornal e periódico**. Rio: Tempo Brasileiro, 1978.

AZEVEDO, Wilton. **O que é design**. São Paulo: Brasiliense, 1998.

BARBERO, Martin. **Os exercícios do ver**: hegemonia audiovisual e ficção televisiva. 2.ed. São Paulo: Editora Senac, 2004.

BARBOSA, Suzana. **Jornalismo em ambientes dinâmicos**. In: *III Congresso de Ciberperiodismo y web 2.0: la transformación del espacio mediático*. Bilbao: Espanha, 2011.

_____. **Jornalismo e dispositivos móveis**. In: *9º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo*. Rio de Janeiro, 2011.

_____. **Convergência jornalística em curso**: as iniciativas para integração das redações no Brasil. In: RODRIGUES, Carla (org). *Jornalismo online: modos de fazer*. Rio de Janeiro: Ed:PUC-Rio: Sulina, 2009. p. 35-55.

BARBAS, Helena. **O sublime e o belo**: de Longino a Edmund Burke. Artigo online publicado em novembro de 2002 e revisto em

junho de 2006. Disponível em: <<http://migre.me/gZ9k3>>. Acessado em: nov. de 2013.

BASTOS, Lúcia. *O primeiro jornal impresso do Brasil*. In: Observatório da Imprensa. Ed. 748, 17. Disponível em: <<http://migre.me/gZ7Jl>>. Acessado em: maio de 2013.

BELTRÃO, Luiz. **Iniciação à filosofia do jornalismo**. 2. ed. São Paulo: Edusp; Com-Arte, 1992.

BOLTER, Jay David; GRUSIN, Richard. **Remediation**. Understanding New Media. London, 1999.

BORDONAVE, Juan Diaz. **Além dos meios e mensagens**. 11.ed. Petrópolis: Vozes, 1983.

BOTTÉRO, Jean. **Cultura, pensamento e escrita**. São Paulo: Ática, 1995.

BRIGGS, Asa; BURKE, Peter. **Uma história social da mídia: de Gutenberg à internet**. 2.ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2006.

BÜRDEK, Bernhard. **Design: história, teoria e prática**. São Paulo, Blucher: 2010.

BURNETT, Lago. **A língua envergonhada**. Rio: Nova Fronteira, 1991.

CANAVILHAS, João. **Jornalismo para plataformas móveis de 2008 a 2011: da autonomia à emancipação**. In: LIBERO. São Paulo, 2011. v.14, n. 28, p. 53-66.

CARVALHO, Maria Alice. **Irineu Marinho, imprensa e cidade**. Rio de Janeiro: Globolivros, 2011.

CASTILHO, Cesar Aguilhera. **Comunicação e informação antes da impressão**. In: *História da Imprensa*. Madri: Planeta Editora, 1994. p. 13.28.

COMASSETTO, Leandro Ramires. **As razões do título e do lead**: uma abordagem cognitiva da estrutura da notícia. Concórdia: UnC, 2003.

CONDE, Mariana Guedes. **A estrutura da notícia na mídia digital**: uma análise comparativa entre o webjornal e o aplicativo para iPad do El País. In: CANAVILHAS, João (org). *Notícias e mobilidade: o jornalismo na era dos dispositivos móveis*. Covilhã: LabCom, 2013. p. 99-120.

DARWIN, Charles. **La expresión de las emociones en los animales y en el hombre**. Madri: Alianza, 1998.

DALFOVO, Michael Samir; LANA, Rogério Adilson; SILVEIRA, Amélia. **Métodos quantitativos e qualitativos**: um resgate teórico. Revista Interdisciplinar Científica Aplicada, Blumenau, v.2, n.4, p.01-13, 2008. Disponível em: <<http://migre.me/i1CYk>>. Acessado em fev. 2014.

DEMO, Pedro. **Metodologia científica em ciências sociais**. 3ª ed. Editora Atlas S/A, São Paulo, 2009.

DENIS, Rafael. **Uma introdução à história do design**. São Paulo: Blücher, 2000.

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

ECO, Umberto. **Arte e beleza na estética medieval**. Rio: Record, 2010.

_____. **A definição da arte**. São Paulo: M. Fontes, 1972.

EDWARDS, Betty. **Desenhando com o lado direito do cérebro**. Rio de Janeiro: Ediouro, 1984.

ERDAL, Ivar. **Cross-media (re) production cultures**. In: *Convergence: the international journal of research into new media technologies*. Washington: Sage, vol. 15, n.2, 2009. p. 215-231.

ETCOFF, Nancy. **A lei do mais belo**: a ciência da beleza. Rio de Janeiro: Objetiva, 1999.

FABRE, Maurice. **História da comunicação**. (S.L.), 1963.

FERRARI, Pollyana. **Jornalismo digital**. São Paulo: Contexto, 2003.

FICINO, Marsilio. **El libro dell'amore**. In: NICCOLI, Sandra. Firenze: Olschki, 1987. Disponível em: <<http://migre.me/hEwFa>>. Acessado em: nov. de 2014.

FONSECA FILHO, Clézio. **História da Comunicação**: o caminho do pensamento e da tecnologia. Porto Alegre: ediPUCRS, 2007.

FONSECA, João José. **Metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza: UEC, 2002. Apostila. Disponível em: <<http://migre.me/hEwSe>>. Acessado em: jan. 2014.

FUENTES, Rodolfo. **La práctica del diseño gráfico**. una metodología creativa. Barcelona: Paidós, 2005.

GIBSON, William. **Neuromancer**. São Paulo: Aleph, 1984.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2007. Disponível em: <<http://migre.me/hEwU3>>. Acessado em: jan. 2014

GUIMARÃES, Elisa. **A articulação do texto**. 3. ed. São Paulo: Ática, 1993.

GROTH, Otto. **O poder cultural desconhecido**: fundamentos da ciência dos jornais. Tradução de Liriam Sponholz. Petrópolis: Vozes, 2011.

HEALEY, John. **O primeiro alfabeto**. In: HOOKER, J. *Lendo o Passado: do cuneiforme ao alfabeto: a história da escrita antiga*. São Paulo: Melhoramentos, 1996.

HOLLIS, Richard. **Design gráfico**: uma história concisa. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

ISAACSON, Walter. **Steve Jobs, a biografia**. São Paulo: Cia das Letras, 2011.

JENKINS, Henry. **A cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2006.

JOBLING, Paul. & CROWLEY, David. **Graphic design**: reproduction and representation since 1800. Chicago: University Press, 1996.

JÚNIOR, Enio Moraes. **As raízes do pensamento jornalístico brasileiro**. Revista Pj:Br, ECA, n.1, 2003. Disponível em: <<http://migre.me/hEwWJ>>. Acessado em: maio de 2013.

KAPUSCINSKI, Ryszard. **Minhas Viagens com Heródoto**: entre a história e o jornalismo. São Paulo: Companhia das Letras, 2006.

KARAM, Francisco. **Retórica, Grécia e Roma Antigas**: vestígios da futura linguagem jornalística. In: ALCEU. v. 10, n.19, p. 109 a 117, 2009.

KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia**. Bauru: Edusc, 2001.

KLEIMAN, Angela. **Texto e leitor**: aspectos cognitivos da leitura. 2.ed. Campinas: Pontes, 1989.

_____. **Oficina de leitura**: teoria e prática. Campinas: Pontes, 2010.

KOLODZY, Janet. **Convergence Journalism**: writing and reporting across the news media. Maryland: Rowman & Littlefield, 2006.

KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom. **Os elementos do jornalismo**: o que os jornalistas devem saber e o público exigir. 2.ed. São Paulo: Geração Editorial, 2003.

LAGE, Nilson. **Estrutura da Notícia**. São Paulo: Ática, 2002.

LAIGNIER, Pablo. **Primórdios**: da comunicação oral ao advento da escrita. In: *História da Comunicação*. Rio de Janeiro: E-pappers, 2009. p.9-27.

LÉVY, Pierre. **O que é virtual?** São Paulo: Editora 34, 1996.

_____. **As tecnologias da inteligência**: o futuro do pensamento na era da informática. São Paulo: Editora 34, 1993.

_____. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

_____. **A inteligência coletiva**: por uma antropologia do ciberespaço. São Paulo: Edições Loyola, 1994.

LEMUS, André. **Cibercidades**: um modelo de inteligência coletiva. In: *Cibercidade. Cidades na cibercultura*. Rio de Janeiro. Editora e-papers, 2003, p-19-26.

LOPES, Maria Immacolata. **Pesquisa em comunicação**. 10. ed. São Paulo: Edições Loyola, 2010.

_____. **Estética de Platão a Pierce**. SP: Experimento, 1994.

_____. **Navegar no ciberespaço**: o perfil cognitivo do leitor imersivo. 4.ed. São Paulo: Paulus, 2004.

MANOVICH, Lev. **El lenguaje de los nuevos medios de comunicación**: la imagen en la era digital. Buenos Aires: Paidós, 2005.

_____. **A visualização de dados como uma nova abstração antissublime**. In: *Revista do programa de Pós-graduação em artes visuais EBA*. UFRJ, 2004, p. 135-143.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Editora Cultrix, 2007.

MIELNICZUK, Luciana. **A Pirâmide Invertida na época do Webjornalismo**. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

Salvador, 2002, p. 1-16. Disponível em: <<http://migre.me/hEx08>>. Acesso em: jan. 2014

MELO, José Marques. **História do pensamento comunicacional**. São Paulo: Paulus, 2003.

_____. **A opinião no jornalismo brasileiro**. Petrópolis: Vozes, 1985.

MONTEIRO, Silvana Dromund. **O Ciberespaço: o termo, a definição e o conceito**. In: *DataGramaZero*. Revista de Ciência da Informação, v.8 n.3, jun/2007.

MORRISON, Ken. **Cultura, pensamento e escrita**. São Paulo: Ática, 1990.

MORETZSOHN, Sylvya. **Jornalismo em tempo real: o fetiche da velocidade**. Rio de Janeiro: Revan, 2002.

NEGROPONTE, Nicholas. **A Vida Digital**. 2.ed. SP: Cia das Letras, 1995.

OLIVEIRA, Erivam Moraes; VICENTINI, Ari. **Fotojornalismo: uma viagem entre o analógico e o digital**. São Paulo: Cengage Learning, 2009.

PALACIOS, Marcos. **Jornalismo online: apontamentos para debate**. Disponível em: < <http://migre.me/hEx2r> >. Acesso em: jan. 2014.

PARK, Robert. **A luta pela existência** (1945). In: BERGER, Christa; MAROCCO, Beatriz. (orgs). *A Era Glacial do Jornalismo*. Porto Alegre: Sulina, 2008. 33-50.

_____. **A notícia como forma de conhecimento** (1945). In: _____. p. 50-70.

PAVLIK, John. **Journalism and new media**. New York: Columbia University Press, 2001.

PEUCER, Tobias. **Os relatos jornalísticos**. In: *Estudos em Jornalismo e Mídia*. Vol I: n.2, Florianópolis: Posjor UFSC/Insular, 2004.

PRIMO, Alex. **Quão interativo é o hipertexto?** Da interface potencial à escrita coletiva. *Fronteiras: Estudos Midiáticos*, São Leopoldo, v. 5, n. 2, p. 125-142, 2003.

RAMOS, Juan. **SEO local**: posicionamento web geolocalizado. iBooks, 2012.

RENO, Denis. **Interfaces e linguagens para o documentário transmídia**. Disponível em: <<http://migre.me/hEx5K>>. Acessado em: nov. de 2013

ROGRIGUES, Carla (org). **Jornalismo online**: modos de fazer. Rio de Janeiro: Ed.PUC-Rio: Sulina, 2009.

SALAVERRÍA, Ramón. **Redacción periodística en internet**. Barañáin: Ediciones Universidad de Navarra, 2005.

_____. **Estructura de la convergencia**. In: GARCÍA, Xosé López; FARIÑA, Xosé Pereira (coords.). *Convergência Digital: reconfiguración de los medios em España*. Santiago de Compostela: Servizo de Publicacións e Intercambio Científico, 2010. p.27-64.

_____. NOCI, Javier Díaz (coords.). **Manual de Redacción ciberperiodística**. Barcelona: Editora Ariel, 2003.

SCOLARI, Carlos. **Hacer clic**: hacia una sociosemiótica de las interacciones digitales. Barcelona: Gedisa, 2004.

_____. **Hipermediaciones**: elementos para una teoría de la comunicación digital interativa. Barcelona: Gedisa, 2008.

SMITH, Anthony. **El Periódico que viene**. Revista Infoamérica, nº 2, 2010.

SANTI, Vilson Junior. **O desafio da apuração jornalística no ciberespaço**. PUC/RS, 2011.

SCHWINGEL, Carla. **Historicidade, terminologia e conceito de ciberjornalismo**. São Paulo: Paulinas, 2012.

SHOEMAKER, Pamela; COHEN, Akiba. **News around the world**. London: Routledge, 2006.

SILVA, Marco. **O que é interatividade**. In: *Boletim técnico Senac*, v.24, nº2, Rio de Janeiro, 1998.

SOUSA, Jorge Pedro. **Elementos de Jornalismo Impresso**. Florianópolis: Letras Contemporâneas, 2005.

STEPHENS, Mitchell. **History of news: from the drum to the satellite**. Nova York: Viking Press, 1988.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo: Vol II: a tribo jornalística: uma comunidade interpretativa internacional**. Florianópolis: Insular, 2004.

VAN DIJK, Teun. **La ciência del texto**. Barcelona: Paidós, 1983.

_____. **Cognição, discurso e interação**. São Paulo: Contexto, 1992.

_____. **Notícias e Conhecimento**. Estudos em Jornalismo e Mídia, Vol II, número 2, segundo semestre, 2005.

WALKER, C.B.F. **O Cuneiforme**. In: HOOKER, J. *Lendo o Passado: do cuneiforme ao alfabeto: a história da escrita antiga*. São Paulo: Melhoramentos, 1996.

ZAMITH, Fernando. *A contextualização no ciberjornalismo*. 293 f. 2011. Tese (doutorado em Informação e comunicação em plataformas digitais). Faculdades de Letras. Universidade do Porto, 2011.

ANEXOS

ANEXOS A

Lista de títulos publicados pela *Folha de S.Paulo* na internet e reproduzidos na internet, ou vice-versa, usados em nosso estudo comparativo (capítulo 5).

Poder

18/08/2013 - 15h55

Professores fazem enterro simbólico de Cabral em protesto na orla de Copacabana

Em protesto, professores 'enterram' Cabral; Docentes, defensores de direitos de animais e ocupantes da Câmara fazem atos no Rio

19/08/2013 - 20h31

Renan recua e admite não votar 'vetos bomba' para o governo

Após reunião com Dilma, Renan admite retirar vetos

Senador recua e sugere adiamento de votações que preocupam governo
 Presidente da Casa prega 'equilíbrio das contas públicas'; tema mais polêmico é multa do FGTS em demissões

19/08/2013 - 21h16

Impedir que um ministro expresse seus pensamentos é inconstitucional, diz OAB

Presidente da OAB sai em defesa de Lewandowski

Para Fux, episódio foi superado e penas dos réus serão conhecidas até dia 7 de setembro

20/08/2013 - 23h16

PT desiste de recurso e TSE confirma aprovação de contas em ano do mensalão

TSE aprova contas do PT da época do mensalão

Partido retira pedido e tem confirmada aprovação para finanças da sigla em 2003; Supremo retoma hoje análise de embargos declaratórios do julgamento realizado no ano passado

20/08/2013 - 21h55

Documento entregue ao STF por José Dirceu ajuda defesa de Bispo Rodrigues

Defesa de Dirceu apoia recurso de outro réu

Argumento também pode beneficiar ex-ministro

20/08/2013 - 19h32

Líder quilombola envolvido em conflito com fazendeiros é morto no Pará

Quilombola envolvido em disputa de terras é assassinado em Belém

20/08/2013 - 23h20

STF abre investigação contra deputado que movimentou R\$ 21 milhões

STF abre investigação sobre deputado federal paulista

Segundo relatório, tucano Carlos Roberto de Campos movimentou R\$ 21 mi em sua conta

20/08/2013 - 13h43

Indicado à Procuradoria-Geral se reúne com Renan para viabilizar aprovação no Senado

Indicado por Dilma para Procuradoria vai ao Senado

Senadores precisam aprovar nome de Janot

20/08/2013 - 13h14

Na terra de Aécio, Dilma reverencia Tancredo e anuncia recursos para região

Dilma relança PAC em reduto de Aécio

Em São João del-Rei, terra da família do senador tucano, a presidente reverencia Tancredo e corteja prefeitos; Cotado para disputar Presidência em 2014, senador acusa petista de 'desrespeitar' população mineira

20/08/2013 - 16h39

Manifestantes ocupam a Câmara para sessão destinada aos vetos presidenciais

Manifestantes invadem plenário da Câmara e interrompem sessão

Ativistas favoráveis e contrários ao veto de Dilma à lei do Ato Médico quase entram em confronto; Além de médicos e enfermeiros, policiais, papiloscopistas e bombeiros também participaram do ato

20/08/2013 - 18h04

Em recado a Serra, Aécio diz que votará por prévias se elas forem solicitadas

Aécio defende prévias para ampliar pressão sobre Serra

Rivais dizem aceitar eleição interna para definir candidato do PSDB em 2014; Senador mineiro tem controle do partido, mas ex-governador quer concorrer mais uma vez à Presidência

21/08/2013 - 03h41

Justiça pede investigação sobre fichas da Rede, novo partido de Marina

Justiça pede investigação sobre fichas da Rede

Cartórios identificam indícios de fraude em assinaturas coletadas em cidades paulistas

20/08/2013 - 13h08

Nova licitação do metrô baiano atrai apenas um consórcio

Só um consórcio se inscreve na licitação para metrô de Salvador

Sem concorrentes, CCR deve ser declarado vencedor no pregão

21/08/2013 - 15h41

José Sarney recebe alta de hospital em São Paulo

CONGRESSO

Sarney recebe alta do SÍrio-Libanês após exame no coração

22/08/2013 - 03h15

Supremo reduz chance de José Dirceu ter pena menor

MENSALÃO - O JULGAMENTO

STF reduz chance de Dirceu ter pena menor

Supremo rejeita recurso de ex-deputado que pedia punição mais branda por corrupção; tese beneficiaria ex-ministro; Ministros da corte mantêm condenações de Carlos Rodrigues e de três integrantes do 'núcleo financeiro'

22/08/2013 - 03h35

Barbosa defende pressa para encerrar julgamento

MENSALÃO - O JULGAMENTO

Barbosa defende pressa para encerrar julgamento

Presidente do STF reage a críticas e diz que seu objetivo é evitar 'delongas'; Uma semana após bate-boca no plenário, ministro evita pedir desculpas por ataque ao revisor Lewandowski

22/08/2013 - 03h14

Justiça vê indícios de fraude em listas da Rede em cinco Estados

Justiça questiona listas de novo partido de Marina em 5 Estados

'Grafia semelhante' em assinaturas diferentes da Rede é investigada

21/08/2013 - 14h51

Após 12 dias, manifestantes saem da Câmara Municipal do Rio

Sob aplausos, grupo de manifestantes deixa Câmara do Rio

Protesto na sede do Legislativo carioca estendeu-se por 12 dias e terminou de forma pacífica, sem uso de força ; Justiça determinou desocupação; ato criticava CPI dos Ônibus por ser dominada por aliados do prefeito

22/08/2013 - 03h20

Barroso diz que não acha correto mudar resultado do julgamento do mensalão

Barroso diz que não acha correto mudar resultado

21/08/2013 - 19h49

Serra cobra 'igualdade de condições' para disputar prévias contra Aécio

Serra quer 'igualdade de condições' em prévias

Pela 1ª vez, tucano admite que pode concorrer à Presidência pelo partido

Após Aécio defender consulta interna, ex-governador diz que é preciso saber 'regras e prazos' da disputa

22/08/2013 - 03h19

Movimentos sociais pedem regulação das TVs e rádios

Movimentos sociais pedem regulação das TVs e rádios

Proposta da Confecom defende limitações à publicidade e cotas nacionais e regionais

21/08/2013 - 17h00

Governo inicia preparação para exumação do corpo de João Goulart

COMISSÃO DA VERDADE

Exumação do corpo de Jango começa a ser preparada

22/08/2013 - 03h30

Dilma decidiu trazer 4.000 médicos cubanos ao país para colocar o Mais Médicos 'de pé'

Cubanos na veia

21/08/2013 - 03h35

Congresso mantém vetos de Dilma a Ato Médico e fundo dos Estados

Congresso mantém vetos de Dilma, apesar de divisão no PMDB

Presidente da Câmara agiu como 'líder da oposição' em votação de interesse do Planalto, afirma Renan a aliados; Para Henrique Alves, lealdade ao partido será 'sempre maior' que a qualquer governo; ministra fala em 'vitória'

23/08/2013 - 03h30

Supremo rejeita tese petista e mantém pena de Delúbio

MENSALÃO - O JULGAMENTO

Supremo rejeita tese petista e mantém pena de Delúbio

Ex-tesoureiro tem pedido de redução de punição rejeitado por unanimidade

Ministro admite erro de data apontado por condenados, mas STF conclui que equívoco não muda julgamento

23/08/2013 - 03h13

FHC tenta reduzir tensão entre Serra e Aécio

FHC tenta reduzir tensão entre Serra e Aécio

Ex-presidente admite que prévias são 'naturais', mas busca pacto de convivência entre pré-candidatos no PSDB

Antes de cumprir agenda em São Paulo, senador mineiro recomenda 'sangue frio' a seus aliados

23/08/2013 - 03h27

Programa de TV do PMDB evita exibir políticos e destaca o papa

FOCO

Programa de TV do PMDB evita exibir políticos e destaca o papa

23/08/2013 - 03h50

Índios questionam demarcações de Dilma

Índios questionam demarcações de Dilma

Em mesa de negociações no Planalto, líderes indígenas responsabilizam governo por conflitos com fazendeiros

Ministros refutam críticas e atribuem dificuldades na delimitação de terras à lentidão da Justiça

20h24 Rede registra primeiro diretório estadual, no Rio Grande do Sul

REDE SUSTENTABILIDADE

Partido de Marina Silva consegue registrar seu 1º diretório estadual

06h00 Sem Serra, PPS deve apoiar Eduardo Campos para presidente, diz Roberto Freire

Sem Serra, PPS deve se aliar ao PSB, afirma Freire

Para o partido, porém, prioridade é atrair tucano

03h13 Dilma driblou seguranças e saiu de moto pelas ruas de Brasília, diz ministro

Motoqueira fantasma

Dilma driblou seguranças e saiu de moto pelas ruas de Brasília, conta ministro

03h33 Planalto decide criar página em rede social

Planalto decide criar página em rede social

'Gabinete Digital' quer aproximar o governo dos eleitores que navegam pela internet

23h25 CPI dos Ônibus do Rio tem 'guerra de claque', pancadaria e 9 prisões

CPI dos Ônibus do Rio tem 'guerra de claque', pancadaria e 9 prisões

Grupo contesta domínio do PMDB em comissão; Justiça suspende trabalhos por 48 horas

Polícia detém ativistas por lesão corporal e ameaça; jornalistas que cobriam protesto são hostilizados

19h15 Supremo encerra sessão após indecisão sobre recurso de Valério

MENSALÃO - O JULGAMENTO

Multa adia análise de recurso de Valério

Após erro na publicação de acórdão, ministros do STF divergem sobre cifra a ser paga pelo operador do esquema

Valor publicado supera quantia proclamada no término do julgamento; Lewandowski sugere redução de R\$ 62 mil

Internacional

18/08/2013 - 16h18

Namorado brasileiro de jornalista que denunciou ciberespionagem é detido em Londres

Londres detém brasileiro por terrorismo

David Miranda é namorado do jornalista Glenn Greenwald, pivô das denúncias de espionagem do governo dos EUA

Repórter diz que polícia só questionou namorado sobre suas reportagens; Itamaraty condena medida 'injustificável'

18/08/2013 - 15h24

Guerrilha ataca fazenda de brasiguai e mata cinco no Paraguai

Ataque de milícia a fazenda de brasileiro no Paraguai mata cinco

Ação, no sábado, teria sido primeiro ato do grupo guerrilheiro EPP no governo de Horacio Cartes

18/08/2013 - 10h40

Missão da ONU para investigar armas químicas entra na Síria

SÍRIA

ONU chega ao país para investigar uso de armas químicas

18/08/2013 - 11h41

Pescadores espanhóis protestam contra arrecife feito por Gibraltar

ESPANHA

Pescadores fazem ato contra arrecife na baía de Gibraltar

MUNDO MAIS EXPLICATIVO

18/08/2013 - 08h13

Coreia do Norte aceita diálogo para visitas de famílias separadas

PENÍNSULA COREANA

Pyongyang aceita negociar com Seul reunião de famílias

'Só pode ter sido um ato terrorista', afirma dono das terras; novo presidente do país diz que será 'implacável'

19/08/2013 - 17h55

Repórter da 'Time' defende morte de Assange no Twitter e causa polêmica

Repórter diz desejar morte de Assange

19/08/2013 - 10h07

Embarcação britânica chega a Gibraltar em meio a disputa com Espanha

GIBRALTAR

Navio de guerra inglês atraca em meio à tensão

19/08/2013 - 23h04

Líder supremo da Irmandade Muçulmana é preso no Egito

Governo prende líder supremo da Irmandade Muçulmana no Egito

Detenção de Mohammed Badie é mais um sinal do crescente cerco militar imposto a islamitas

Presidente deposto Mohammed Mursi tem prisão estendida por mais 15 dias; ex-ditador Mubarak pode ser solto

19/08/2013 - 06h30

Ataque no Sinai mata ao menos 24 policiais egípcios

Ataque no deserto do Sinai mata ao menos 24 policiais egípcios

19/08/2013 - 14h02

Brasileiro aperta botão errado e aciona alarme de emergência na embaixada dos EUA

Brasileiro aciona por engano alarme da embaixada

19/08/2013 - 17h14

Cristina Kirchner fez viagem não-oficial a paraíso fiscal, diz TV

ARGENTINA

Cristina fez viagem não oficial a paraíso fiscal, acusa jornalista

19/08/2013 - 16h17

Promotoria pede 60 anos de prisão para soldado que ajudou WikiLeaks

Promotor pede 60 anos de prisão para fonte do WikiLeaks

21/08/2013 - 03h45

Especialistas em mídia divergem sobre prisão de brasileiro em Londres

Especialistas em mídia divergem sobre o episódio

21/08/2013 - 03h15

Pirâmides ficam às moscas após golpe militar no Egito

Pirâmides ficam às moscas após golpe militar

Violência e instabilidade política afetam setor crucial para o Egito

Ex-vice interino, o Nobel da Paz ElBaradei deve ser convocado à Corte após acusação de traição, diz jornal

21/08/2013 - 03h30

Oposição questiona Kirchner sobre viagem a paraíso fiscal

Oposição questiona Cristina sobre viagem

Presidente argentina fez visita não oficial em janeiro às ilhas Seychelles, um paraíso fiscal, e levantou suspeitas

Segundo programa de TV, empresa de ex-sócio de Kirchner acusado de lavagem de dinheiro possui contas no local

20/08/2013 - 12h36

Farc admite responsabilidade por mortes durante conflito na Colômbia

Farc se responsabilizam por parte de vítimas de guerra

Durante diálogo, guerrilha colombiana pede cálculo para total de afetados e indenização

22/08/2013 - 03h30

Prova para Itamaraty faz crítica à França

Prova para Itamaraty faz crítica à França

Teste de candidatos a diplomata diz que intervenção no Mali visa proteger jazida de urânio

22/08/2013 - 07h46

Nixon e Pelé discutem futebol em áudios divulgados pelos EUA

Nixon e Pelé discutem futebol em áudios divulgados pelos EUA

21/08/2013 - 16h31

Itamaraty pede devolução de pertences de brasileiro detido em Londres

Itamaraty pede bens de brasileiro de volta

21/08/2013 - 11h24

Militar fonte do WikiLeaks é condenado a 35 anos de prisão

Militar pega 35 anos de prisão nos EUA por ter vazado dados

Menor que a esperada, sentença aplicada a soldado Bradley Manning foi 'vitória estratégica', diz WikiLeaks

Após cumprir 1/3 da pena, ele poderá pedir liberdade condicional; advogado tentará obter perdão presidencial

21/08/2013 - 08h30

Oposição acusa regime sírio de matar centenas em ataque químico

Oposição acusa Síria de ataque químico

Regime de Bashar al-Assad nega; Conselho de Segurança da ONU convoca reunião de emergência em Nova York

Vídeos mostram corpos, entre eles de crianças, sem ferimento visível; não há confirmação por fontes independentes

21/08/2013 - 00h08

Jovens são acusados de matar jogador de beisebol nos EUA por estarem 'entediados'

EUA Jovens dizem ter matado por estarem 'entediados'

22/08/2013 - 09h09

Militar informante do WikiLeaks diz que quer viver como mulher

Soldado condenado nos EUA pretende se tornar mulher

22/08/2013 - 16h24

Questão da prova para Itamaraty que atribuía à França segundas intenções no Mali é anulada

ITAMARATY - Questão de prova que acusava a França por ação no Mali é anulada

22/08/2013 - 13h13

Obama anuncia plano para reduzir endividamento de universitários

ESTADOS UNIDOS

Obama faz pacote para tentar conter dívidas estudantis

22/08/2013 - 11h35

Ex-ditador Hosni Mubarak é solto e encaminhado a hospital no Egito

Ex-ditador egípcio sai de prisão para hospital militar

Com saúde frágil, Hosni Mubarak passa a ficar detido em regime domiciliar

Governo interino sabe que transferência pode causar indignação, mas clima nas ruas do Cairo era de indiferença

22/08/2013 - 10h42

Reino Unido restringe inspeção de documentos apreendidos com brasileiro

Brasileiro tem vitória contra Reino Unido

Corte britânica restringe uso e análise de material apreendido com David Miranda que se destinava a namorado jornalista

Equipamentos, que incluem celular e pen drives, só podem ser usados em casos de segurança nacional

Cotidiano

20/08/2013 - 03h30

Motorista presencia tentativa de assalto e 'prensa' ladra entre dois veículos

Encurralada

No trânsito parado da ligação Leste-Oeste, motorista presencia tentativa de assalto em carro a sua frente e 'prensa' a ladra entre os dois veículos

20/03/2013 - 04h00

Haddad quer dar isenção fiscal a empresário que investir na zona leste de SP

Prefeitura propõe zerar impostos para atrair empresas à zona leste

Gestão Haddad anuncia isenção de IPTU e redução de ISS para aproximar empregos de moradias

Em menos de uma década, é a quarta tentativa para a região; centro terá incentivos para mais habitações

19/08/2013 - 19h45

Promotoria denuncia oito bombeiros à Justiça Militar no caso Kiss

Promotoria denuncia 8 bombeiros por fogo na Kiss

Agentes são suspeitos de negligência e fraude

20/08/2013 - 03h20

Em carta, sindicato pede dinheiro para ações contra Mais Médicos

Sindicato pede dinheiro para ações contra Mais Médicos

Em carta, SindMédico do DF pede R\$ 100 mensais

Doação voluntária visa promover 'ações de esclarecimento à sociedade', afirma trecho do documento

19/08/2013 - 12h37

Policial de UPP morre após troca de tiros na zona oeste do Rio

RIO - Policial de UPP morre em troca de tiros no Realengo

19/08/2013 - 08h01

Tiros em casa de PMs mortos poderiam ter sido ouvidos a 50 metros, dizem peritos

PERÍCIA - Vizinhos de família assassinada podem ter escutado tiros

19/08/2013 - 03h20

Aposentada é feita refém durante assalto no Morumbi, em São Paulo

Aposentada é feita refém em assalto a casa no Morumbi

Idosa de 72 anos foi surpreendida por ladrões ao chegar de carro

19/08/2013 - 03h00

Em metade das escolas, policial é formado em seis meses

Metade das escolas forma policial em até seis meses

É o que mostra pesquisa de ONG com 44 instituições de ensino do país

Para autores, formação de policiais militares e civis é curta demais e focada em áreas de pouco uso no cotidiano

19/08/2013 - 03h16

Novo plano diretor vai limitar vagas de garagem em prédios

Novo plano diretor vai limitar vagas de garagem em prédios

Hoje, legislação funciona ao contrário: exige mínimo de espaços para carros por apartamento Edifícios comerciais com espaços públicos ou comércio no térreo receberão incentivos legais da prefeitura

19/08/2013 - 03h45

Um terço dos acidentes aéreos envolve irregularidades

1/3 dos acidentes aéreos envolve irregularidades

Operação em pista não registrada é a violação mais frequente, segundo Ceniça

19/08/2013 - 03h15

Estrada velha de Santos será privatizada, mas não terá pedágio

Estrada velha de Santos será privatizada, mas sem pedágio

19/08/2013 - 03h16

Transporte público de qualidade reduz doenças e mortes, diz membro da OMS

ENTREVISTA DA 2ª - CARLOS DORA

Transporte público de qualidade reduz doenças e mortes

DE ACORDO COM ESPECIALISTA DA OMS, USO DE CARRO AUMENTA INCIDÊNCIA DE DOENÇAS COMO OBESIDADE, CÂNCER E DIABETES

19/08/2013 - 03h15

Corredor de ônibus na Brigadeiro começa a funcionar nesta segunda

Faixa de ônibus na Brigadeiro começa hoje

Novos trechos exclusivos para o transporte coletivo incluem quatro avenidas de São Paulo em um total de 10,5 km

Na avenida Brigadeiro Luís Antônio, na região central, faixas nos sentidos centro e bairro chegam a 4,8 km

19/08/2013 - 08h49

Casa desaba e deixa ao menos quatro feridos na zona norte de SP

Explosão de botijão em casa na zona norte soterra família

Quatro pessoas ficaram feridas, entre elas uma criança de 1 ano e 3 meses

Mãe do bebê ficou mais de 5 horas sob os escombros; quatro imóveis da vizinhança foram interditados

21/08/2013 - 03h30

Campinas, no interior de SP, é a metrópole campeã de bem-estar no Brasil

Campinas é metrópole campeã de bem-estar

Índice avaliou a situação de 15 conglomerados urbanos; SP é a 8ª no ranking geral e, em mobilidade, a penúltima

Estudo baseado no Censo considerou também itens como energia, iluminação pública e coleta de lixo

20/08/2013 - 18h37

Em dez horas, Rio multa 110 pedestres por lixo jogado na rua

Em 10 horas, 110 pedestres levam multa por jogar lixo na rua no Rio

21/08/2013 - 03h00

Marcelo contou que tinha matado família, dizem colegas de escola

CRIME NA BRASILÂNDIA

Menino contou que tinha matado família, dizem colegas de escola

20/08/2013 - 11h11

Coreógrafa e neto com doença rara são barrados em voo

Com doença rara, neto de coreógrafa é vetado em voo

Mal não contagioso causa erupções na pele

21/08/2013 - 03h50

Dono e diretor da CSN vão responder por crime ambiental no Rio

Dono da CSN vai responder por poluição de rio

20/08/2013 - 18h40

De volta a São Carlos (SP), macaca polêmica vai continuar a ser chamada de Chico

Após ser tirado da dona e de 'virar' macaca, Chico volta para casa

21/08/2013 - 03h40

Agente da Polícia Federal é preso acusado de extorquir R\$ 2 milhões

Agente da PF é preso acusado de extorquir R\$ 2 milhões

Comerciante denunciou ameaças à Polícia Civil

21/08/2013 - 03h10

Plano Diretor quer limitar nº de estacionamentos no centro de SP

Plano Diretor quer limitar número de estacionamentos

20/08/2013 - 17h44

PMs de fora da cidade de São Paulo poderão fazer 'bico oficial' à noite

Prefeitura vai manter bico noturno de policiais

Gestão Haddad havia anunciado desistir do uso de PMs em folga

Parceria com o governo estadual prevê que PMs recebam dinheiro extra do município para patrulhar periferias

20/08/2013 - 16h54

Justiça condena professor a 6 anos de prisão por vazar questões do Enem

Professor é condenado por vazar itens do Enem

Pena é de seis anos de reclusão; cabe recurso

20/08/2013 - 11h13

Governo suspende venda de 246 planos de saúde de 26 operadoras

Governo suspende venda de planos de saúde; Justiça libera no mesmo dia

ANS barra comercialização de 246 produtos, mas liminar diz que ela tem que rever parte das queixas

Punição anunciada é por negar coberturas e descumprir prazos; revés judicial beneficia principais empresas

21/08/2013 - 03h20

Condenado, israelense tem autorização para viajar, mas não volta ao Rio

Condenado ganha autorização para viajar, mas não volta

Justiça brasileira liberou israelense para ir à Inglaterra ver o nascimento do neto; Interpol pode ser acionada

Justificativa para fazer a visita comoveu um juiz federal, que chamou de 'sublime' o sentimento de ter neto

22/08/2013 - 03h10

Novo Plano Diretor prevê 'confisco' de imóvel abandonado em SP

Novo Plano Diretor prevê 'confisco' de imóvel abandonado

Inédita na cidade, medida prevê que a prefeitura se aproprie do lugar quando dono não tiver mais interesse

Imóvel vazio e com débito de imposto são outros requisitos; lei tem item polêmico: não há pagamento pela área

21/08/2013 - 17h41

Brasil vai receber 4.000 médicos cubanos ainda em 2013

Governo Dilma vai importar 4.000 médicos de Cuba

Acordo prevê que cubanos terão condições diferentes e não receberão pagamentos diretamente do Brasil

Sob críticas, acerto foi feito após programa para levar profissionais ao interior preencher apenas 10,5% das vagas

22/08/2013 - 03h53

Contrato com médicos cubanos é como 'trabalho escravo', diz federação

Contrato é como 'trabalho escravo', afirma federação

21/08/2013 - 21h10

Aborto no início da gravidez é descartado da reforma do Código Penal

Aborto no começo da gravidez é vetado por relator do Código Penal

Interrupção da gestação nas primeiras 12 semanas era prevista na primeira versão da reforma

Relatório precisa da aprovação em comissão e depois no plenário do Senado antes de seguir para análise da Câmara

22/08/2013 - 03h50

Operadoras de saúde induziram Judiciário ao erro, afirma ANS

Operadoras de saúde induziram Judiciário ao erro, afirma ANS

Agência diz que recorrerá da liminar que suspendeu punição

22/08/2013 - 03h40

Embargado, aeroporto de São Roque (SP) ganha aval ambiental

Embargado, aeroporto de São Roque ganha aval ambiental

Após multa de R\$ 5 mi da Cetesb, construtores ganham autorização de conselho

Projeto no interior de SP está previsto para 2014; empresa nega ter cometido irregularidades

21/08/2013 - 22h21

Atropelador de ciclista não responderá por tentativa de homicídio

Atropelador de ciclista responderá por lesão corporal

21/08/2013 - 18h05

Cunhado de ministro é morto durante assalto em Ribeirão Preto (SP)

Cunhado de ministro reage a assalto e é morto em Ribeirão

21/08/2013 - 21h23

Justiça diz que israelense condenado voltou ao Rio, mas errou lugar

Israelense apareceu no lugar errado, diz Justiça

22/08/2013 - 03h30

Rodoanel norte terá verba extra de R\$ 332,8 milhões da União

Rodoanel norte terá verba extra de R\$ 332,8 milhões da União

Recurso será usado para adaptar obras a projeto de ferrovia

21/08/2013 - 17h11

Jovens são presos no DF sob suspeita de atear fogo em morador de rua

Jovens são detidos no DF sob suspeita de queimar mendigo

Segundo a polícia, dois rapazes e uma adolescente de Guará confessaram ter ateadado fogo em morador de rua

Homem, que teve 63% do corpo queimado, morreu no hospital;
suspeitos afirmaram ter consumido drogas

21/08/2013 - 16h12

Governo assina contrato de R\$ 2,2 bi para captar mais água para SP

SP assina contrato de R\$ 2,2 bi para captar mais água

21/08/2013 - 15h02

Salvador cria faixa exclusiva para quem dá carona

Salvador cria faixa exclusiva para caronas

21/08/2013 - 15h51

Policiais e menino de 12 anos são feridos em tiroteio no Alemão

Policiais e menino são feridos em tiroteio no Alemão

21/08/2013 - 15h13

Anvisa condena conduta da Gol no caso do neto de Deborah Colker

Anvisa critica conduta da Gol com neto de coreógrafa

Agência diz que não foi acionada pela empresa

23/08/2013 - 03h13

Ministério Público vai questionar importação de médicos cubanos

Ministério Público vai questionar importação de médicos cubanos

*Para procurador do Trabalho, contrato proposto pelo governo fere lei
trabalhista e Constituição*

Coordenador de órgão diz que terá que 'interferir'; acordo do Brasil com
Cuba teve aval de braço da OMS

23/08/2013 - 03h13

Quase 40% dos médicos cubanos em atividade estão nas capitais

40% dos cubanos em atividade estão nas capitais

23/08/2013 - 03h14

Acordo com médicos cubanos não é de escravidão, diz governo

Acordo com Cuba não é de escravidão, diz governo

Médicos receberão pagamento, cita secretário de Vigilância Sanitária

Antonio Patriota (Relações Exteriores) diz que medida tem 'viés humanitário' de ter bom serviço de saúde

23/08/2013 - 03h19

'Achei que lei ficaria do meu lado', diz ciclista atropelado em SP

'Achei que lei ficaria do meu lado', diz ciclista atropelado

23/08/2013 - 03h00

Vereadores de São Paulo aprovam 'anistia' de Habite-se

Vereadores aprovam 'anistia' de Habite-se

Medida é voltada para pequenos comércios

23/08/2013 - 03h19

Justiça aceita denúncia contra donos de empresa de radar

Justiça aceita denúncia contra donos de empresa de radar

Órgão ligado à Fazenda apontou indício de prática de lavagem de dinheiro

Alvo da investigação, Consladel é acusada de pagar propina a servidores de SP; advogado não responde

23/08/2013 - 03h20

Linha 2-verde terá sistema mais rápido a partir de domingo

Linha 2-verde terá espera menor a partir de domingo

Em teste, modelo será implantado aos poucos

23/08/2013 - 03h10

Manifestante preso diz que foi vítima de armação de guardas em MS

Manifestante preso diz que foi vítima de armação de guardas

Eduardo Martins, produtor cultural, foi detido em junho durante uma manifestação e acusado de tráfico e danos

Advogados afirmam que as drogas foram colocadas na mochila por guardas; corporação nega

22/08/2013 - 18h10

Dia fecha 12 lojas após polícia encontrar produtos estragados em fornecedor

Rede Dia fecha 12 lojas após polícia achar comida estragada em padaria

Panificadora fornecia produtos para as unidades franqueadas no ABC e na capital paulista

No local, policiais encontraram insetos e veneno para ratos perto de alimentos; três pessoas foram presas

22/08/2013 - 18h16

Polícia encontra bebê levado em shopping de SP; mulheres são detidas

Polícia encontra bebê roubado em shopping

22/08/2013 - 14h50

Tripulação da Gol agiu certo ao barrar neto de Deborah Colker, diz sindicato

COREÓGRAFA

Segundo sindicato, Gol seguiu lei ao barrar neto de Colker

22/08/2013 - 10h10

Quatro são denunciados por morte de idosa que teve café com leite injetado na veia

4 são denunciadas no caso de idosa que recebeu café na veia

22/08/2013 - 07h47

Motoristas de vans escolares fazem protesto em vias de São Paulo

Em protesto, vans escolares travam vias de São Paulo

Motoristas que atendem alunos da rede municipal querem reajuste de 50%; prefeitura diz já ter dado aumento de 15%

Entrada da prefeitura chegou a ser bloqueada pelos manifestantes;
governo diz que mudará serviço no próximo ano

Esportes

19/08/2013 - 10h53

Fifa anuncia que vai entregar ingressos da Copa em domicílio

Fifa vai entregar ingresso da Copa em casa

20/08/2013 - 03h30

Thiago Ribeiro diz que falta ritmo de jogo para se firmar no Santos, mas vê evolução

SANTOS - Thiago Ribeiro diz que falta ritmo de jogo, mas vê evolução

19/08/2013 - 18h17

Vilson é dúvida para jogo contra o Atlético-PR; Valdivia continua fora

PALMEIRAS

Valdivia fica fora de duelo da Copa do Brasil, e zagueiro vira dúvida

20/08/2013 - 03h26

Velocista que criticou confederação será punida, diz dirigente

Velocista será punida, afirma dirigente

19/08/2013 - 05h54

Julgamento de Pistorius será em março de 2014

Julgamento de Pistorius será no ano que vem

18/08/2013 - 20h27

Santos empata com Bahia e chega à 6ª partida consecutiva sem vitória no Brasileiro

SÉRIE A

Técnico muda time, mas Santos não vence

18/08/2013 - 16h03

Em sua estreia oficial, Neymar joga 30 minutos e Barcelona faz 7 a 0 no Levante

Do banco, Neymar assiste a show de Messi em primeiro jogo oficial

ESPANHOL Brasileiro entra apenas no segundo tempo e diz não ter pressa para virar titular

18/08/2013 - 11h43

Jamaica leva ouro no revezamento, e Bolt se torna o maior vencedor em Mundiais

Com 8 ouros em Mundiais, Bolt se consagra na Rússia

ATLETISMO Jamaicano é responsável pela vitória do país no 4 x 100 m e supera marca de lenda do esporte

18/08/2013 - 17h28

Nadal vence Isner, fatura o título do Masters de Cincinnati e vira nº 2 do mundo

TÊNIS - Nadal ganha Cincinnati e sobe no ranking

18/08/2013 - 12h28

Equipe brasileira feminina deixa bastão cair no revezamento 4 x 100

Brasil erra troca de bastão e termina sem pódio em Moscou

18/08/2013 - 01h30

Sonnen surpreende, finaliza Shogun e provoca Wanderlei no UFC em Boston

Sonnen derrota Shogun nos EUA e volta a provocar os brasileiros

MMA Após vitória, americano reforça pedido por luta com Wanderlei

18/08/2013 - 10h58

Seleção vence fácil e vai à fase final do Grand Prix de vôlei com a 2ª melhor campanha

VÔLEI

Já classificadas, brasileiras batem anfitriãs

21/08/2013 - 03h22

Maior esperança de título no ano motiva Santos em crise

Maior esperança de título no ano motiva Santos em crise

COPA DO BRASIL

Time inicia confronto com o Grêmio, pelas oitavas

21/08/2013 - 03h17

Aliado de Juvenal deixa cargo e se lança candidato a presidente do São Paulo

Aliado de Juvenal deixa cargo e se lança candidato

21/08/2013 - 03h54

Velocista reconhece erro, mas diz ter sido 'pega para Cristo'

Velocista reconhece erro, mas diz ter sido 'pega para Cristo'

ATLETISMO

Vanda será punida por críticas à confederação brasileira

21/08/2013 - 03h05

Leão elogia profissionalismo de Emerson; Plassman e Afonso comentam foto do beijo

Leão elogia Emerson, mas diz que torcida 'pode pegar no pé'

21/08/2013 - 03h04

Demanda para abertura e final da Copa já supera a capacidade dos estádios

Demanda para abertura e final já supera a capacidade dos estádios

COPA-2014

Estreia da seleção brasileira teve 168 mil pedidos para os 68 mil lugares do Itaquerão

21/08/2013 - 03h36

Para defender título, Palmeiras encara rival da elite nas oitavas

Para defender título, Palmeiras encara rival da elite nas oitavas

COPA DO BRASIL

Equipe de Kleina recebe Atlético-PR, 5º na Série A

21/08/2013 - 23h56

Luverdense surpreende Corinthians e vence com gol no final

Aos 44 min, Corinthians perde de time da Série C

COPA DO BRASIL

Luverdense faz 1 a 0 no fim em noite de confusões no MT

22/08/2013 - 03h36

Corinthians prevê arrecadação de R\$ 291 mi anuais com Itaquerão

Corinthians prevê arrecadação de R\$ 291 mi anuais com Itaquerão

NOVO ESTÁDIO

Tema de polêmica entre colunista e leitores, valor supera estimativa para Maracanã

22/08/2013 - 03h36

Corinthians é dono do Itaquerão, mas precisa pagá-lo

Clube é dono do estádio, mas precisa pagá-lo

22/08/2013 - 03h43

Seedorf é dúvida para duelo com Atlético-MG pela Copa do Brasil

COPA DO BRASIL

Seedorf é dúvida para duelo com Atlético

22/08/2013 - 03h18

Ganso pede mais treinos de finalização

SÃO PAULO

Ganso diz que time precisa afinar pontaria

21/08/2013 - 20h29

Fifa estuda parada técnica na Copa por causa do calor

FIFA ESTUDA CRIAÇÃO DE TEMPO TÉCNICO NA COPA

22/08/2013 - 03h21

Com medo de protestos, CBF reforça segurança para partida em Brasília

CBF reforça segurança para partida em Brasília

SELEÇÃO

Entidade teme protestos e tenta blindar time no hotel e no CT

21/08/2013 - 16h13

Fifa registra mais de dois milhões de pedidos de ingressos para a Copa de 2014

COPA-2014

Pedidos de ingressos ultrapassam 2,3 milhões em apenas dois dias

21/08/2013 - 13h36

Felipão ignora Marin ao convocar Ramires

Felipão volta a convocar Ramires, antes vetado

SELEÇÃO

Volante do Chelsea havia desagradado ao presidente da CBF

23/08/2013 - 03h03

Fifa encolhe os estádios da Copa em 10%

Fifa encolhe os estádios da Copa em 10%

2014

Entidade vai deixar de usar 69.717 assentos, que, entre outros motivos, dificultam a visão do jogo pelo torcedor

23/08/2013 - 03h30

Sob as bênçãos de Zito, Gabriel, 16, trocou o São Paulo pelo Santos

Sob as bênçãos de Zito, Gabriel, 16, trocou o São Paulo pelo Santos

23/08/2013 - 03h45

Comissão técnica espera ter Valdivia para Copa do Brasil

Palmeiras espera Valdivia na Copa do Brasil

SÉRIE B

Meia volta a correr após lesão na coxa, mas será poupado amanhã, contra o Boa Esporte

23/08/2013 - 03h24

Em crise, São Paulo vira feudo de empresário carioca

Em crise, São Paulo se torna feudo de empresário

SÃO PAULO

Eduardo Uram tem agora dez jogadores no time do Morumbi

23/08/2013 - 03h52

Tyson vira empresário e encara passado ao voltar ao cenário de suas primeiras lutas

Tyson vira empresário e encara passado

BOXE

Ex-campeão volta ao cenário de suas primeiras lutas amadoras, mas agora como promotor de eventos

22/08/2013 - 22h05

Juvenal é internado para fazer exames

JUVENAL É INTERNADO PARA FAZER EXAMES

23/08/2013 - 03h10

Assédio a Raikkonen movimentada mercado para 2014 na F-1

Assédio a Raikkonen movimentada mercado para 2014

F-1

Vice-líder do Mundial de pilotos é alvo de investidas da Ferrari, mas cogita ficar na Lotus; Red Bull descarta contratação

22/08/2013 - 19h06

Após ficar fora de pódio no Mundial, Fabiana Murer é bronze em etapa da Liga Diamante

Fabiana Murer é bronze em etapa da Liga Diamante

22/08/2013 - 16h52

Após atraso em obra, governador da BA diz que turista da Copa não anda de metrô

Turista do Mundial não vai andar de metrô, diz governador da Bahia

Jaques Wagner (PT) afirma que visitante 'tem grana' e que 'vai pegar sua van'

22/08/2013 - 11h48

Isinbaieva provoca mal-estar com russos após polêmica sobre lei antigay

Isinbaieva causa nova saia-justa ao criticar cidade natal

Ilustrada

19/08/2013 - 01h00

"Orestes" une ficção e realidade para mostrar consequências da ditadura nos dias de hoje

São tantas as verdades

Em 'Orestes', cineasta Rodrigo Siqueira une ficção e realidade para tentar exibir consequências da ditadura nos dias de hoje

9/08/2013 - 01h13

Com olhar de adolescentes, filme 'Doméstica' chega à TV

Com olhar de adolescentes, filme 'Doméstica' chega à TV

Documentário é atração do 'É Tudo Verdade' no Canal Brasil

19/08/2013 - 01h22

'Achei que o mundo já estivesse cansado de guitarras', diz produtor Gordon Raphael

'Achei que o mundo já estivesse cansado de guitarras'

19/08/2013 - 01h05

Restauração revela registros íntimos de Frida Kahlo

Restauração revela registros íntimos de Frida

Seleção de 369 fotografias entre as 6.500 que pertenciam à artista será exposta no México em 2014 e estará em livro

Cartier-Bresson e Man Ray estão entre os autores das imagens, além de Frida e de seu marido, Diego Rivera

20/08/2013 - 03h01

À beira dos 70, Robert Crumb fala à Folha da antologia com suas histórias mais pervertidas

As fantasias de Robert Crumb

Quadrinista se diz constrangido com histórias que chama de 'doentias', reunidas em antologia que sai no Brasil

20/08/2013 - 11h59

Ícone do romance popular americano, escritor Elmore Leonard morre aos 87 nos EUA

Morre aos 87 o romancista policial Elmore Leonard

21/08/2013 - 03h46

Apanhador Só retorna com disco feito para incomodar

Apanhador Só retorna com disco feito para incomodar

Banda gaúcha troca melodias assobiáveis da estreia por postura agressiva

Grupo lança o álbum 'Antes que Tu Conte Outra' tocando em São Paulo no domingo, com ingressos esgotados

21/08/2013 - 03h14

Mangue renasce em nostalgia da modernidade de Mundo Livre S/A e Nação Zumbi

Mangue renasce em nostalgia da modernidade

Mundo Livre S/A e Nação Zumbi mostram vigor no disco em que uma banda relê músicas da outra

Fred ZeroQuatro, líder do Mundo Livre, diz que disco sai em um bom momento e questiona o mercado fonográfico

21/08/2013 - 03h26

Lançando novo disco, Emicida fala sobre mudança de abordagem em suas letras

Volta sem revolta

Lançando novo disco, Emicida fala de como mudou a abordagem de suas letras depois da prisão em BH e faz críticas ao público de hip-hop

20/08/2013 - 20h45

Protesto contra leis antigay pede cancelamento de mostra na Rússia

Ator pede boicote à Rússia por lei antigay

22/08/2013 - 03h07

Ministra libera Lei Rouanet para desfile de roupas na França

Está certo usar a Lei Rouanet para bancar desfiles de moda?

Pedro Lourenço poderá captar R\$ 2,8 milhões com o objetivo de mostrar roupas na Semana de Moda de Paris

Estilista diz que o público terá acesso à cultura brasileira por meio de uma "criação surpreendente"

22/08/2013 - 03h07

'Estilista que se diz artista deve exibir sua roupa no museu', critica dona de grife

'Estilista que se diz artista deve exibir sua roupa no museu'

22/08/2013 - 03h25

Atriz baiana será intérprete de Elis Regina em musical

Atriz baiana será intérprete de Elis Regina em musical

Roteiro do espetáculo que tem estreia marcada para novembro suaviza relação da cantora com as drogas

22/08/2013 - 03h28

Denise Stoklos transforma 'Carta ao Pai' em crítica aos políticos

Stoklos transforma 'Carta ao Pai' em crítica aos políticos

Artista leva texto clássico de Kafka aos palcos para mostrar relação entre governantes e povo brasileiro

Obra do autor tcheco também inspira a peça 'Expresso K', da Cia Pau D'arco, sobre os últimos dias de vida do escritor

22/08/2013 - 03h31

Ator transexual narra em peça sua busca por identidade

Ator transexual narra em peça sua busca por identidade

Leo Moreira Sá, ex-baterista das Mercenárias, sobe ao palco em 'Lou&Leo', dirigido por Nelson Baskerville

Em cartaz no Espaço dos Satyros, espetáculo questiona padrões sociais ao descrever experiência pessoal

22/08/2013 - 03h41

Peça inglesa critica lei antigay da Rússia

Peça inglesa critica lei antigay da Rússia

23/08/2013 - 03h34

Músico Raul de Souza volta ao país com seu jazz no festival Mimo

Raul de Souza volta ao país com seu jazz

Músico que morou nos EUA e uniu choro e bossa nova ao gênero americano toca em Paraty, Ouro Preto e Olinda

Artista critica Sergio Mendes, com quem gravou disco: 'Espero uns tostões do que ele ganhou [até hoje]'

23/08/2013 - 03h40

Artistas americanos ocupam motel de SP com 'design de experiência'

Artistas americanos ocupam motel de SP com 'design de experiência'

Invasão criativa é marca dos designers ND Austin e Ida Benedetto, do projeto Wanderlust

Dupla, que já montou bar em torre de caixa d'água em Nova York, fala hoje e na segunda sobre seu trabalho

23/08/2013 - 03h05

Temas ecológicos são ponto comum entre filmes brasileiros do Festival de Veneza

Da selva para Veneza

Temas ecológicos são um ponto comum aos dois únicos representantes brasileiros no festival de cinema italiano, que começa na quarta

23/08/2013 - 03h05

Brasileiro presente ao festival lança aqui sua 1ª produção feita nos EUA

Brasileiro presente ao festival lança aqui sua 1ª produção feita nos EUA

23/08/2013 - 03h27

Bienal de São Paulo terá quinteto de curadores na edição 2014

Bienal terá quinteto de curadores na edição 2014

Britânico já anunciado dividirá função com espanhóis e israelenses

Pela primeira vez a mostra paulistana será dirigida por um grupo de estrangeiros, sem uma figura central

23/08/2013 - 03h16

Empresário compra biblioteca de Ciccillo Matarazzo

Empresário compra biblioteca de Matarazzo

Cearense Airton Queiroz leva para fundação da família acervo de 2.949 volumes de arte

Mercado

20/08/2013 - 03h00

Anatel quer liberar frequência para o 4G

Anatel quer liberar frequência para o 4G

Agência pretende relotear faixa da tecnologia 2G, lenta e defasada, para permitir que teles acelerem uso de rede rápida

Ideia também é antecipar em um ou dois anos cronograma de instalação do 3G e do 4G em todo o país

20/08/2013 - 03h00

TV, geladeira, fogão, computador e celular terão troca imediata

TV, geladeira, fogão, computador e celular terão troca imediata

Máquina de lavar completa lista de 'produtos essenciais', que terão regras mais rígidas para a solução de defeitos

Proposta ainda depende do aval de Dilma; limite de tempo para empresa resolver problema será de 10 a 15 dias úteis

MAIS CUIDADO DE EDIÇÃO

18/08/2013 - 20h47

Hacker invade página de Zuckerberg para provar falha no Facebook

Hacker invade página de criador do Facebook para provar falha

Ele conseguiu escrever mensagem no mural de Mark Zuckerberg

19/08/2013 - 18h58

Tesouro atua no mercado de títulos para reduzir instabilidade no sistema financeiro

BC e Tesouro atuam juntos para conter dólar

Em nota, Tombini diz que fará o necessário para dar proteção cambial aos agentes econômicos e evitar escassez da moeda

Em ação discutida com Dilma, Tesouro atua para minimizar perdas de investidores com a alta dos juros futuros

19/08/2013 - 03h00

Com preços mais altos, cresce crédito para imóveis acima de R\$ 1 milhão

Cresce crédito para imóveis de R\$ 1 milhão

Financiamento sobe com disparada dos preços nos últimos anos, principalmente em grandes cidades como São Paulo

Muitos que podem pagar o bem à vista preferem financiar para continuar a ter dinheiro aplicado

19/08/2013 - 03h00

Financiamento para imóvel milionário exige cuidados especiais

Financiamento milionário exige cuidados

É comum que imóveis mais caros estejam em nome de empresas, aumentando risco jurídico, afirmam analistas

Dar um imóvel de menor valor como entrada ajuda a conseguir um preço melhor na negociação

19/08/2013 - 03h00

Eike depende de BNDES para vender empresa de logística

Eike depende de BNDES para vender LLX

20/08/2013 - 03h00

Problemas na Ásia derrubam moedas de países emergentes

Problemas na Ásia derrubam moedas de países emergentes

Crescem dúvidas sobre a saúde de Índia e Indonésia; apesar de ações do BC, real é 3ª divisa que mais perde

Preocupados com fim do estímulo do BC dos EUA, investidores estão reduzindo aplicações em mercados emergente

21/08/2013 - 03h00

Para manter preço em real, cai valor de passagem em dólar

Para manter preço em real, cai valor de passagem em dólar

Agências congelam cotação da moeda americana e trocam hotéis dos pacotes para não afugentar clientes

Expectativa é que turismo internacional fique estável e cresça o movimento nas viagens dentro do país

21/08/2013 - 03h00

Grife faz acordo para combate a trabalho degradante

Grife faz acordo para combate a trabalho degradante

Dona da Le Lis Blanc fiscalizará fornecedores

20/08/2013 - 18h37

Senado aprova novo limite de idade, de 28 anos, para dependentes no IR

Dependente do IR poderá ter até 32 anos

Idade máxima, aprovada em comissão do Senado, valerá para quem cursar faculdade ou escola técnica

Projeto, que deve ir diretamente para a Câmara, eleva idade limite de dependente de 21 para 28 anos

20/08/2013 - 17h45

Dólar interrompe sequência de seis altas e fecha abaixo de R\$ 2,40; Bolsa cai

Após 6 quedas seguidas, real se valoriza ante o dólar

Moeda americana perde valor em relação a divisas de 17 emergentes

Atuação do BC no Brasil também favoreceu real; tendência, porém, ainda é de alta do dólar, afirmam economistas

20/08/2013 - 16h45

Dilma manda cancelar autorizações para portos secos sem licitação

Dilma cancela autorizações sem licitação para porto seco

Licenças haviam sido dadas dias antes de medida provisória perder validade

20/08/2013 - 15h00

Economia do México recua pela primeira vez em quatro anos, no 2º tri

PIB mexicano tem 1ª queda em 4 anos

20/08/2013 - 14h45

Grécia precisará de outro pacote de ajuda, diz ministro alemão

Grécia vai precisar de novo pacote, diz alemão

20/08/2013 - 12h00

Mulher rica é quem mais compra pirataria

73% das mulheres de alta renda já compraram produto pirata

Pesquisa aponta que 56% dos brasileiros adquiriram mercadorias falsificadas no último ano

Apreensão de itens aumenta 59% de 2010 para 2012, de acordo com dados da Receita Federal

22/08/2013 - 03h00

BNDDES injeta R\$ 82 milhões em empresa de energia de Eike

Governo sobe aluguel de terminais em Santos

Valor será até 11 vezes maior; estudo está em consulta pública e preços podem mudar

21/08/2013 - 16h36

Regiões metropolitanas fecharam 11 mil vagas formais em julho

Vagas encolhem nas regiões metropolitanas

Pela primeira vez desde 2003, cai o número de postos com carteira assinada num mês de julho nas áreas das capitais

Em todo o país, setor que mais contribuiu para o emprego foi a agricultura, com 18,1 mil novos postos

22/08/2013 - 03h00

Receita vai fechar cerco a sites estrangeiros

Brasil dá a largada na corrida por metais de tablets e de mísseis

Governo encomenda estudos para a exploração de terras-raras, utilizadas na alta tecnologia

Meta é fazer leilões específicos de áreas para exploração, como os de petróleo, a partir do próximo ano

21/08/2013 - 08h24

Latam Airlines tem prejuízo de US\$ 330 mi no 2º trimestre e culpa dólar

Desvalorização do real dá prejuízo à dona da TAM

Latam perde US\$ 330 mi no 2º trimestre; Argentina manda LAN sair do Aeroparque

22/08/2013 - 03h00

Brasil dá a largada na corrida por metais de tablets e de mísseis

Brasil dá a largada na corrida por metais de tablets e de mísseis

Governo encomenda estudos para a exploração de terras-raras, utilizadas na alta tecnologia

Meta é fazer leilões específicos de áreas para exploração, como os de petróleo, a partir do próximo ano

22/08/2013 - 03h00

Jornal português adota fundo para empresas financiarem reportagens

Jornal português adota fundo para empresas financiarem reportagens

Dinheiro é utilizado para bancar viagens e material investigativo

21/08/2013 - 17h36

Dólar fecha no maior nível desde a crise de 2008 após ata do BC americano

Retomada dos EUA leva dólar a R\$ 2,45, maior valor desde 2008

BC americano estuda reduzir empréstimo bancário, o que diminuiria aplicações fora do país

Das 24 moedas emergentes mais negociadas, apenas a da China não caiu em relação a dólar ontem

21/08/2013 - 12h36

Setor de serviços desacelera em 2013, diz IBGE

Setor de serviços desacelera 1º no semestre

22/08/2013 - 03h00

Governo sobe aluguel de terminais em Santos

Receita avança 8,4%, ante 10,8% no mesmo período do ano passado, segundo o IBGE

Governo sobe aluguel de terminais em Santos

Valor será até 11 vezes maior; estudo está em consulta pública e preços podem mudar

21/08/2013 - 09h53

Alimentos voltam a pressionar e prévia da inflação fica em 0,16% em agosto

Alimento cai menos, e IPCA-15 tem alta maior

Prévia da inflação sobe 0,16% em agosto

2/08/2013 - 19h16

Diante de alta recente do dólar, BC anuncia programa prolongado de leilões

BC leiloará US\$ 54,5 bi até o fim do ano para tentar frear alta do dólar

Objetivo é deixar claro para o mercado financeiro que não haverá falta da moeda americana

Operação semanal terá dinheiro das reservas, mas recursos serão devolvidos; cotação vai cair, dizem analistas

23/08/2013 - 03h00

Alta do dólar já faz subir preços no Brasil

Alta do dólar já faz subir preços no Brasil

Produtos comercializados internacionalmente --portanto sujeitos ao câmbio-- ficaram 6,8% mais caros em 12 meses

Bens duráveis, como bicicleta e micro-ondas, que acumulavam queda de 5% em julho de 2012, agora sobem 2,45%

23/08/2013 - 03h00

Tarifa média de avião foi de R\$ 352 em 2012, 5,4% a mais do que em 2011

Tarifa aérea média encerra 2012 em R\$ 352

Valor no 4º trimestre, que só inclui um trecho, representa aumento de 5,4% em relação ao mesmo período de 2011

Para Anac, preços estariam ainda mais altos se não fosse a baixa demanda; tarifa subiu 4% em 40 dias

23/08/2013 - 03h00

Extração de gás de xisto vira pivô de batalha em vilarejo da Inglaterra

Extração de gás de xisto vira pivô de batalha em vilarejo da Inglaterra

Ativistas protestam contra exploração do produto, que, segundo eles, polui o ar e a água

Ministro das Finanças, no entanto, quer incentivar a produção do combustível para baratear a energia

23/08/2013 - 03h00

Banca eletrônica na Suécia imprime jornal e revista sob demanda

Banca eletrônica imprime jornais e revistas sob demanda na Suécia

22/08/2013 - 17h55

FMU e dona da Anhembi Morumbi anunciam associação na sexta-feira

Dona da Anhembi Morumbi deve anunciar hoje a compra da FMU

Expectativa é que a Laureate pague cerca de R\$ 1 bi pela faculdade

22/08/2013 - 09h10

Taxa de desemprego desacelera e vai a 5,6% em julho, diz IBGE

Desemprego recua para 5,6% em julho

22/08/2013 - 12h41

Com inflação elevada, renda média dos trabalhadores tem quinta queda consecutiva

Renda média do trabalhador recua pelo 5º mês seguido

Reajustes salariais também foram menores no primeiro semestre na comparação com 2012, segundo o Dieese

Inflação mais alta foi um dos motivos que dificultaram as negociações de aumentos

22/08/2013 - 17h41

Petrobras sobe 5,3% com possível alta da gasolina e puxa Bolsa; dólar comercial cai

Petrobras sobe 5,3% com chance de reajuste

Analistas falam em 6% de aumento da gasolina

23/08/2013 - 03h00

BNDES pode financiar final de obras de Eike

BNDES pode financiar final de obras de Eike

Empréstimos para concluir projetos seriam feitos só depois que empresas fossem vendidas