

JORNAL DE NOTÍCIAS – OS TÍTULOS E A ALTERAÇÃO DO
VALOR-NOTÍCIA

Helena Lima

Margarida Barbedo

Faculdade de Letras da Universidade do Porto

Porto, Portugal

Resumo

O *Jornal de Notícias* (JN), que nasceu no Porto em 1888, implantou-se rapidamente na cidade e alargou a sua influência a todo o Norte de Portugal. Posteriormente, transformou-se no jornal diário de maior difusão do país.

A consolidação do JN, em termos de público, fez-se graças à escolha e valorização de notícias que se prendiam com a cidade e a região, sem, contudo, descurar a informação de âmbito nacional. O seu perfil editorial permitia uma identificação com o seu público-alvo, não só pelas temáticas noticiadas, mas também pelo estilo popular e pela linguagem de rápida descodificação.

Enquanto o jornal mantém o formato *broadsheet*, permanece a política de valorização das notícias locais, bem visível nos títulos que compõem as primeiras páginas e na forma como estes se organizam. Em 1998, o JN adopta o formato tablóide e passa a ter duas edições, uma para Lisboa e Sul e outra para o Porto e Norte. Actualmente, a redacção principal é em Lisboa e o jornal tem apenas uma edição nacional.

Partindo dos três momentos da história do jornal acima referidos, pretendemos analisar as alterações da política editorial que lhes estão associadas. O objectivo deste trabalho foi o testar a hipótese de as diversas mudanças que ocorreram no JN se terem traduzido numa perda de preponderância das notícias ligadas à cidade e à região. Para tal, procedemos a um estudo comparativo dos títulos da primeira página, tendo seleccionado quatro semanas em cada um dos períodos referidos, que foram analisados tematicamente e numa perspectiva linguístico-discursiva.

Palavras-chave: jornal; perfil editorial; secções/editoriais; análise linguística; análise do discurso.

Abstract

Jornal de Notícias – Titles and the change in newsvalue

Jornal de Notícias (JN), which first appeared in Porto in 1888, rapidly reached a prominent place in the city and, then, in the country's newspaper scene.

JN gained its audience due to the option to focus mainly in the news related to the city and its region. The newspaper editorial policy allowed an easy identification with its target audience, not only because of the themes explored but also due to its popular style and quickly understandable language.

This politics of emphasizing local news, well displayed in the titles that compose the first pages, is present while the newspaper maintains the broadsheet size. In 1998, *JN* adopts the tabloid size and establishes two editions: one for Porto and North and the other for Lisbon and South. Nowadays, its main newsroom is in Lisbon and it produces only a national edition.

Starting with the three moments of the newspaper history above referred, we intend to analyse the changes in editorial policy that are associated with those periods of time. Our work aimed at testing the hypothesis that those changes resulted in a diminishing of the local news importance. To do so, we selected four weeks in each of the periods referred and did a comparative study of the first page titles. These were analysed thematically and in a linguistic-discursive perspective.

Keywords: newspaper; editorial policy; section; linguistic analysis; discourse analysis.

A. Análise dos critérios editoriais

O *Jornal de Notícias* (JN) foi fundado no Porto, em 1888. Apesar de ter sido um projecto jornalístico de carácter ideológico, desde cedo foi caracterizado por uma forte identificação com a cidade e, *a posteriori*, com a região (Sousa, 1988).

Essa característica acentuou-se no processo de transformação de órgão partidário em diário generalista de feição moderna. Além das temáticas tratadas serem, de uma maneira geral, as do Porto, ainda no século XIX, a estratégia do jornal passou pela inclusão e desenvolvimento de secções sobre a informação regional. A conquista do público fez-se também pela escolha de uma linguagem popular, acessível a um maior número de leitores, em oposição às opções mais sóbrias dos rivais *O Comércio do Porto* e *Primeiro de Janeiro*.

O modelo do jornal traduziu-se num perfil editorial nacional, mas com um enfoque regional muito particular, que permaneceu e se aperfeiçoou ao longo da sua história. Passados os anos da censura e dos sobressaltos do período revolucionário, o JN era, no final da década de 80, o jornal de maior tiragem e com mais volume de anunciantes. Essa posição só veio a ser questionada pelo aparecimento do *Correio da Manhã*, o primeiro jornal português de características sensacionalistas (Mesquita, 1994, 386).

Nos anos 90, o JN sofreu alterações gráficas e editoriais resultantes quer da pressão da concorrência do *Correio da Manhã*, quer pelo surgimento de um novo projecto: *O Público* (António Reis et al., 1994, 396). Este jornal provocou uma onda de alterações a nível gráfico (e não só), a que o JN não ficou indiferente.

É justamente tendo em atenção este breve enquadramento, que o presente trabalho se propõe fazer uma primeira abordagem das opções editoriais do *Jornal de Notícias*, através do estudo dos títulos das primeiras páginas, nestes três períodos da sua história. Na primeira parte deste trabalho, faz-se uma análise quantitativa e comparativa das temáticas presentes nos títulos das chamadas à primeira página do JN. Na segunda parte do trabalho, é desenvolvida uma análise linguístico-discursiva desses mesmos títulos.

A nossa amostra de títulos foi feita de acordo com a lógica da evolução recente do jornal. Criaram-se “anos construídos”, a partir da escolha aleatória de 4 semanas em cada um deles. Procurou-se excluir semanas em que tivessem ocorrido acontecimentos de necessária noticiabilidade (Traquina, 2002, 171 e seguintes),

como eleições, etc. O enfoque de análise tem a ver com o pendor informativo regionalista que sempre acompanhou a história do JN. Daí que se tenha procurado determinar o peso dos títulos sobre o Porto e sobre a Região Norte nas primeiras páginas dos períodos seleccionados.

1993 foi escolhido porque corresponde a um ano típico, sem qualquer alteração gráfica ou editoriai. Nesta época, o diário era ainda de formato *broadsheet*. A primeira página, a cores, era constituída por uma parte central onde se incluíam de três a cinco destaques e uma coluna lateral esquerda, com as chamadas à primeira página das notícias de segunda importância, em termos hierárquicos. Os títulos centrais eram acompanhados de grandes fotografias e *lead*, fotolegendas, infografias, ou notícias a uma ou duas colunas sem imagem. Tanto os títulos centrais como os laterais incluíam a secção onde eram desenvolvidos.

O ano de 1998 foi escolhido porque correspondeu a uma alteração no formato do jornal. Na primeira semana estudada (15 a 21 de Janeiro), o JN abandona o formato tradicional e adere ao modelo tablóide. Esta opção implica outras alterações de grande importância. O JN passa a ter duas edições, uma para o Porto e outra para Lisboa, cujo lançamento foi precedido de uma grande campanha de preparação dos leitores e de um marketing agressivo junto dos anunciantes. O novo formato leva a uma necessária alteração da imagem gráfica, com a consequente reorganização editorial das primeiras páginas. Isto implica uma maior simplificação em termos centrais e, consequente, uma maior complexidade dos destaques secundários. A parte central é geralmente constituída por dois a três títulos, ou mesmo um, com ou sem imagem, o que confere uma maior proeminência aos temas. A complexidade na organização dos destaques secundários traduz-se na passagem da coluna da esquerda para a direita e na inclusão de uma barra inferior.

O último ano escolhido, 2004, corresponde a uma nova alteração em termos editoriais. Os números estudados são os da edição nacional, para o Norte. Nesta nova configuração verificam-se alterações da primeira página a nível gráfico e uma verdadeira revolução em termos editoriais: os nomes tradicionais das secções são genericamente substituídos por novos. Assim, a nova imagem do *Jornal de Notícias* traduz-se, na zona central, por um título de destaque e uma fotografia, que normalmente corresponde a outra notícia. Estes dois títulos centrais são a regra, embora, nalguns casos, surjam outras notícias menores na parte superior ou inferior.

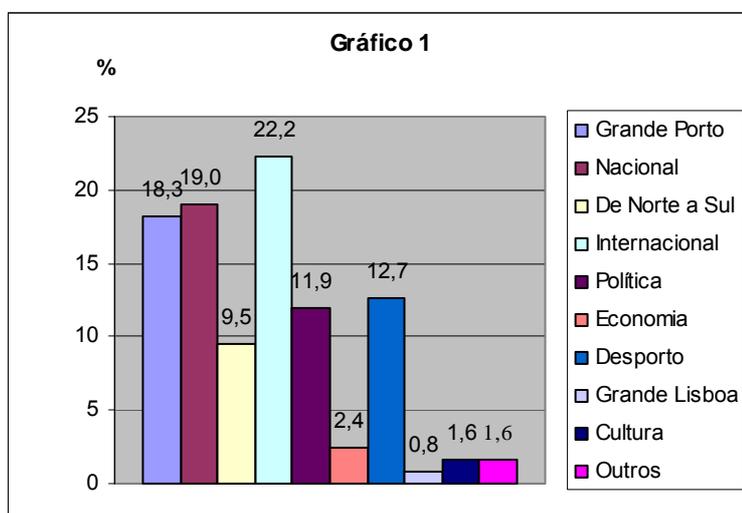
A coluna lateral esquerda inclui um número variável de notícias. Por vezes, é ainda incluída uma outra coluna, do lado direito, com dois ou três títulos.

1 – As opções editoriais

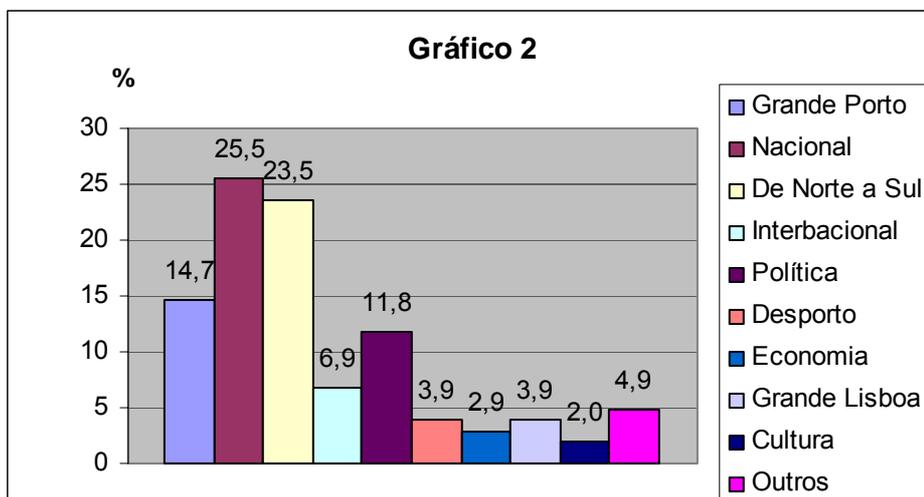
A análise quantitativa comparativa dos dados tem em conta as principais características do JN anteriormente equacionadas. O estudo das temáticas chamadas à primeira página incidu sobre um universo de 617 títulos e procurou ter em conta os seguintes aspectos em cada ano escolhido:

- as secções e o número de notícias correspondentes, distinguindo os destaques principais dos secundários, em função da hierarquia das notícias;
- peso do Grande Porto em relação aos destaques principal e secundários;
- peso do Grande Porto em termos das várias secções, em que o Desporto, tem uma maior evidência;
- para os anos de 1993 e 1998, o peso das notícias referentes ao Norte¹ na secção De Norte a Sul. No ano de 2004, a secção correspondente passa a intitular-se País. Verificação das suas incidências no destaque principal e secundário;
- peso das notícias sobre o Norte nas distintas secções;
- peso das notícias sobre o Grande Porto em termos globais anuais;
- peso das notícias sobre o Norte em termos globais anuais;
- comparação dos resultados globais finais obtidos;

Para o ano de 1993, foram consideradas dez secções, (7 em que “Outros” corresponde a notícias várias: promoções, espectáculos, diversos, etc.) e contabilizados 228 títulos. Destes, 126 inserem-se no destaque central e 102 na coluna lateral significando, no total, 55,3% e 44,7% respectivamente.

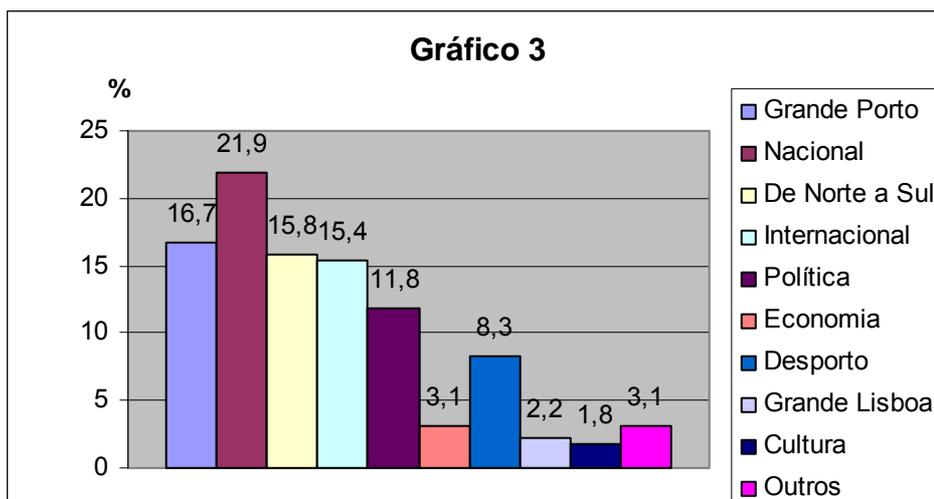


Como o gráfico 1 indica, a secção Grande Porto corresponde nos destaques centrais a 18,3%, enquanto que no volume total das notícias das secções é de 27,8,8%. A secção De Norte a Sul corresponde a 9,5% dos destaques centrais, mas todas as notícias sobre a Região Norte atingem 91,7%. O peso deste conjunto na generalidade das secções é de 17,5%.



Seguindo o mesmo critério para os destaques da coluna lateral (Gráfico 2), verifica-se que o Grande Porto corresponde a 14,7, mas ocupa 19,6% das diferentes secções. Quanto a De Norte a Sul abrange 23,5% do conjunto e destes 100% sobre a Região Norte. No panorama geral lateral este tipo de notícias traduz-se em 25,5%.

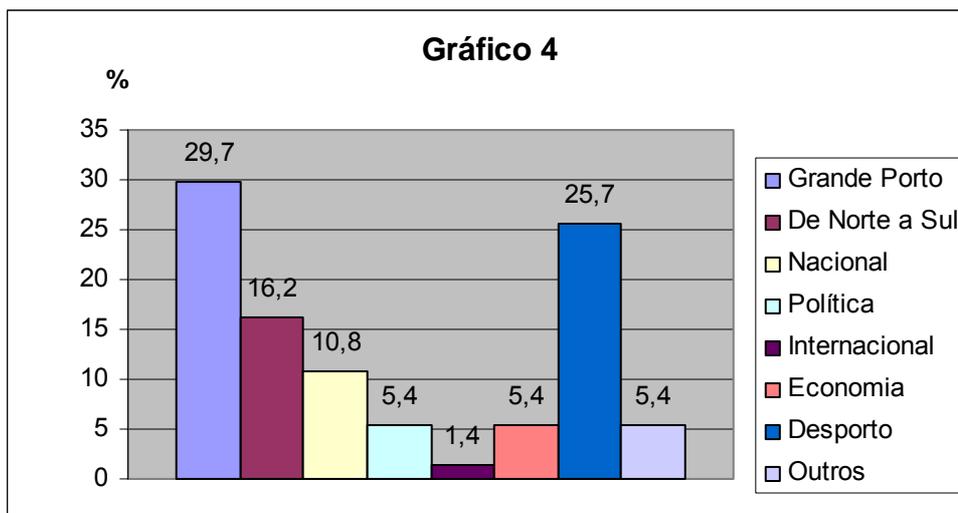
O agrupamento das secções dos destaques principais e secundários levou à seguinte configuração:



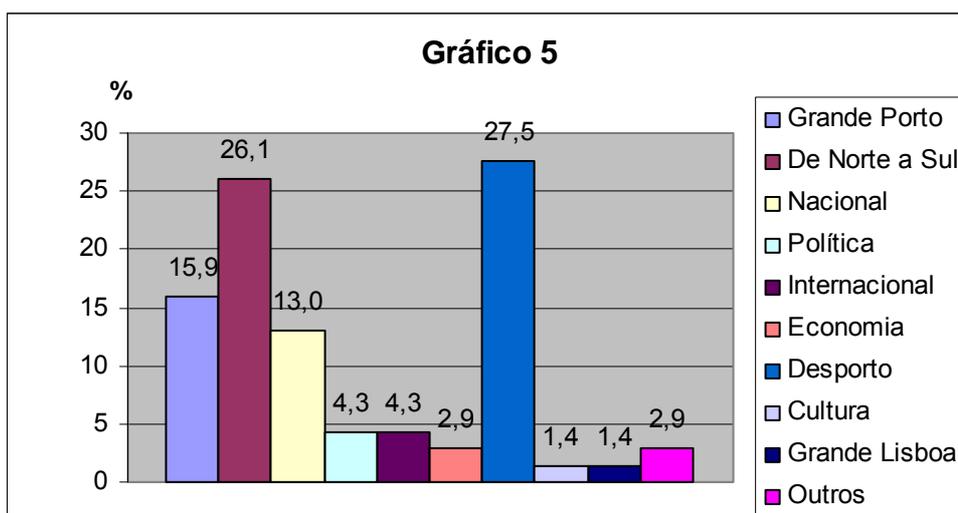
O do Grande Porto, neste parâmetro e nas várias secções, corresponde a 24,1% enquanto a Região Norte corresponde a 21,1%.

Estes 3 gráficos permitem aferir que no destaque principal as notícias sobre o Grande Porto têm um peso muito grande em relação a todas as outras. Essa preponderância perde-se na coluna lateral, mas como já vimos, estas notícias são hierarquicamente inferiores à da zona central. Por outro lado, nos títulos laterais verificamos uma maior incidência dos temas regionais, só comparável à secção Nacional, com 25,5%. A conjugação dos dois critérios leva necessariamente à diminuição do peso de ambas as temáticas, apresentando, ainda assim, valores significativos.

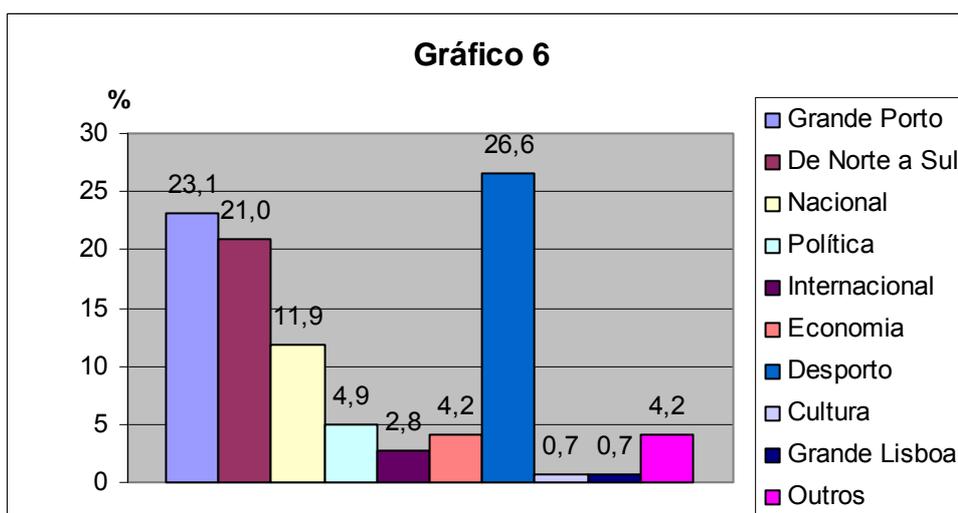
O ano de 1998 apresenta, de acordo com critérios idênticos, as variações resultantes das alterações gráficas e editoriais, sendo consideradas as mesmas 10 secções e um total de 143 títulos. Uma vez que o período de tempo é igual ao anterior, o primeiro elemento de nota é que há uma considerável diminuição das chamadas à primeira página. O destaque central é constituído por 74 notícias, dando o valor de 51,7%, enquanto que o secundário se reporta a 69 notícias, com o valor percentual de 48,3%.



No destaque central, e de acordo com o Gráfico 7, o Grande Porto detém 29,7% dos títulos, enquanto De Norte a Sul ocupa 16,2%. Destes, 62,5% são relativos à região Norte. No conjunto das secções, o peso do Grande Porto é de 39,2%, enquanto o segundo critério é de 27%.



Nas chamadas à primeira página periféricas (Gráfico 8), o Grande Porto ocupa 15,9%, detendo De Norte a Sul 26,1%. Aqui as notícias do Norte traduzem-se em 72,2%. No conjunto das secções, os títulos sobre o Porto ascendem aos 23,2% e o Norte quase iguala este valor com 21,7%.



Os números globais das diferentes secções apresentam a seguinte *ratio*, (Gráfico 9): o Grande Porto detém 23,1%; De Norte a Sul detém 20,9%. Nesta secção, 80% refere-se ao Norte. O peso do Porto em termos globais é de 31,5% e o da Região é de 24,5%.

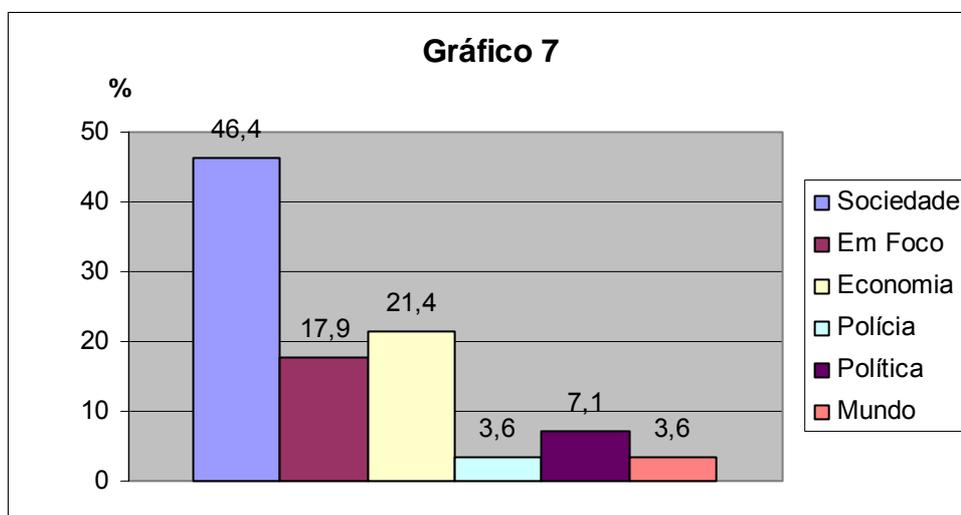
Ao analisarmos os valores dos 3 conjuntos verificamos, uma vez mais, que as notícias relativas ao Grande Porto ocupam um valor significativo nos títulos mais destacados. Essa prevalência diminui na segunda hierarquia noticiosa e volta a subir no terceiro gráfico, com um peso considerável, em termos globais.

Pelo seu lado, os destaques que englobam os temas do Norte são obviamente mais preponderantes no gráfico 8, voltando a regredir nos valores globais.

Quanto ao ano de 2004, o estudo dos dados teve de levar em linha de conta a alteração substancial sofrida pelo JN em termos de organização editorial. Foram vistos um total de 246 títulos, 28 de destaque central principal e correspondentes a 11,4% do total. O destaque fotográfico apresenta o mesmo número, enquanto os secundários centrais são de 56, traduzindo-se em 22,8%. As chamadas à primeira página laterais são em número de 134, valendo 54,5% em termos globais. Verifica-se nova alteração drástica na quantidade de títulos publicada para o mesmo período, sendo agora valores aproximados aos de 1993.

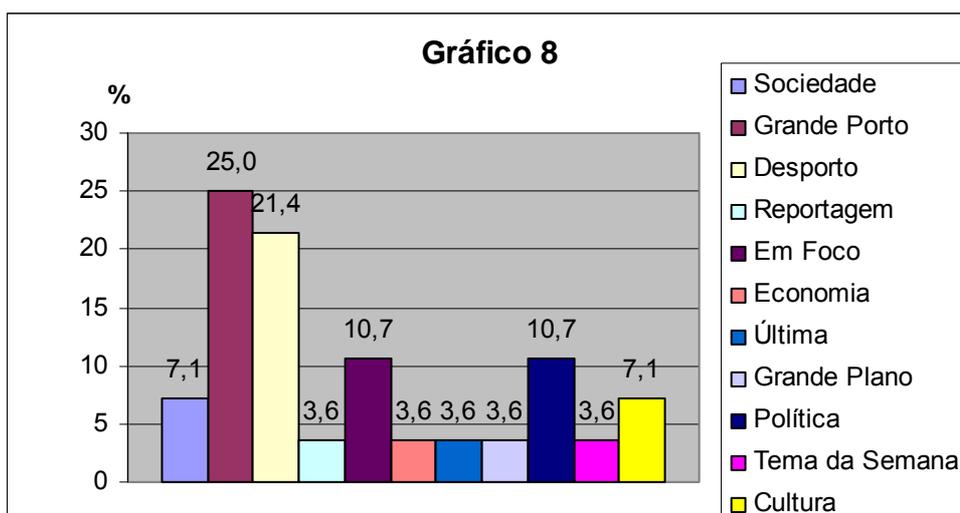
Como foi referido, o nome das editorias foi alterado e passamos a trabalhar com 15 novas divisões, mantendo-se algumas mas outras são inteiramente novas. Consideramos apenas aquelas referentes aos critérios de análise utilizados, em que o Grande Porto, entre outras, permanece, mas De Norte a Sul dá lugar ao País.

Assim, no destaque central principal não há notícias sobre o Grande Porto nem sobre o Norte (Gráfico 7).

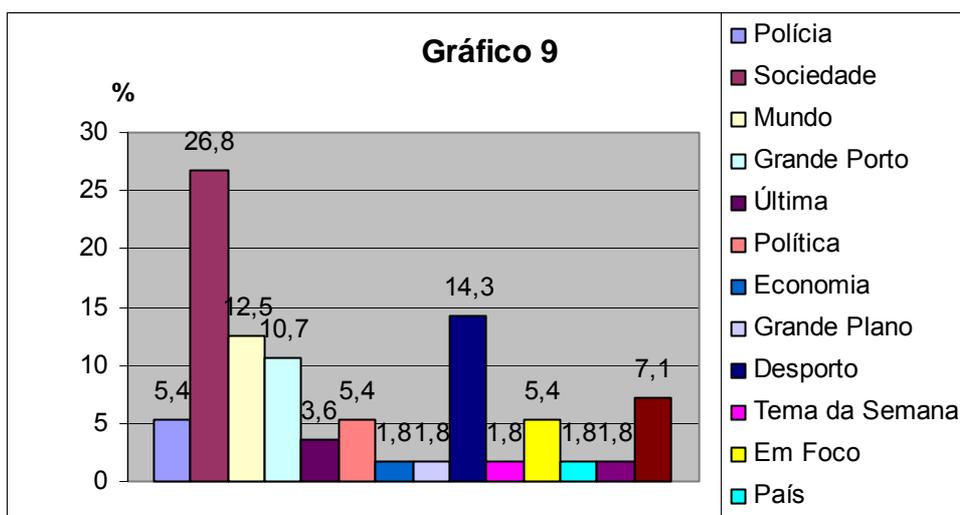


No destaque fotográfico o Grande Porto ocupa 25% das secções, mas o País não tem qualquer imagem (Gráfico 8). Em termos gerais, neste segmento, o Grande Porto corresponde a 42,8% e o Norte 7,1%.

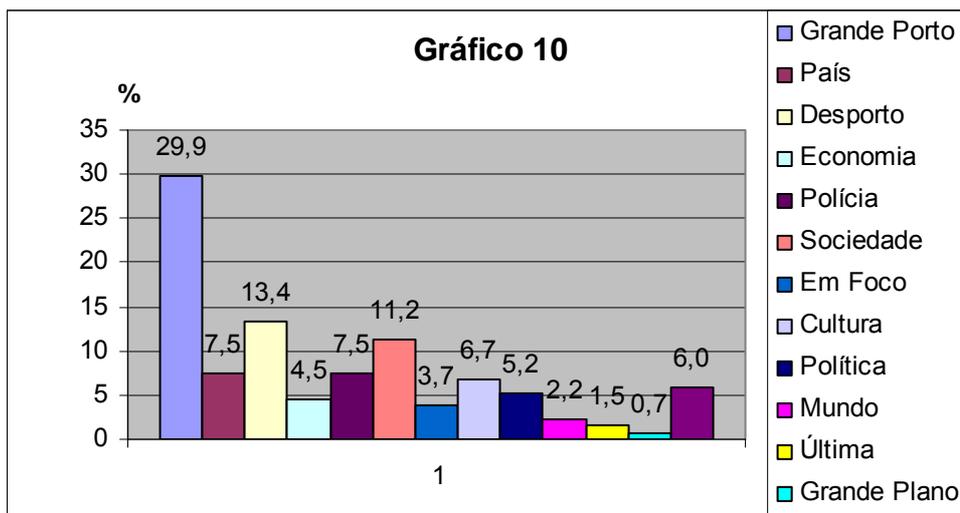
Esta elevada percentagem justifica-se pelo peso das notícias desportivas.



No terceiro grupo (Gráfico 9), o grande Porto representa 10,7% e o País 1,8%, que corresponde a uma única notícia sobre o Norte. No conjunto das secções, uma vez mais, o Porto tem o significativo valor de 21,4%, graças à preponderância do Desporto. Quanto às notícias sobre o Norte, elas abrangem apenas 3,6% deste subgrupo.

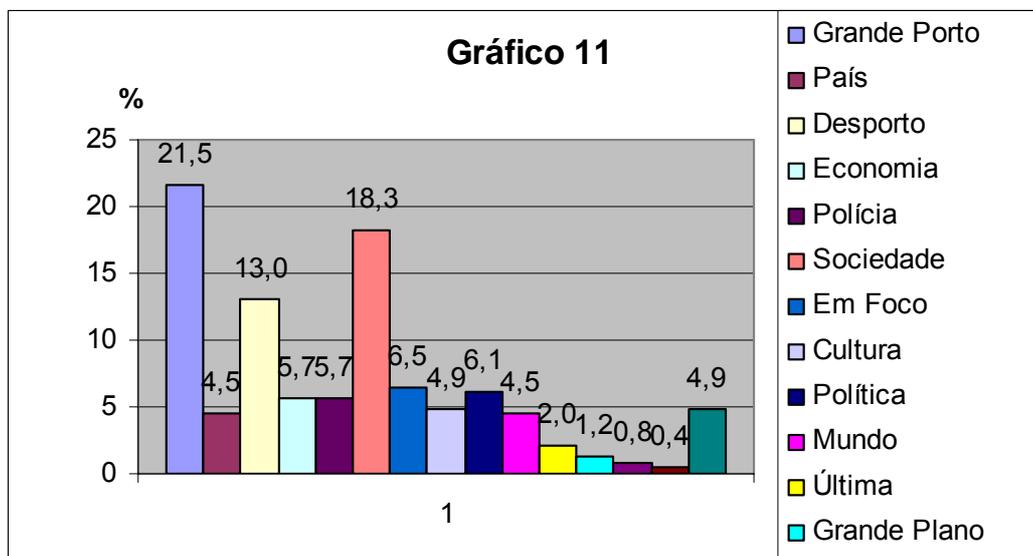


As notícias dos destaques laterais (Gráfico 10) apresentam uma configuração distinta do grupo anterior. O Grande Porto detém 29,9% do espaço ocupado pelas diferentes editorias, mas o País só atinge uns escassos 7,5%, correspondendo ao Norte 80%. Em termos globais, neste grupo o Grande Porto é tratado em 40,3% das notícias, enquanto o Norte só pontua em 10,4% dos valores totais.



Neste grupo, a evidência do Porto não se faz só à custa do Desporto, mas dissemina-se pelas várias secções.

Ao fazer o somatório dos diferentes sub-grupos (Gráfico 11) podemos verificar que o Grande Porto corresponde a 21,5% e o País a apenas 10,4%, sendo destes 81,8% de notícias sobre o Norte. Os números totais traduzem-se em 26,8% relativos aos títulos sobre o Porto tratados nas distintas secções e 7,7% sobre o Norte.

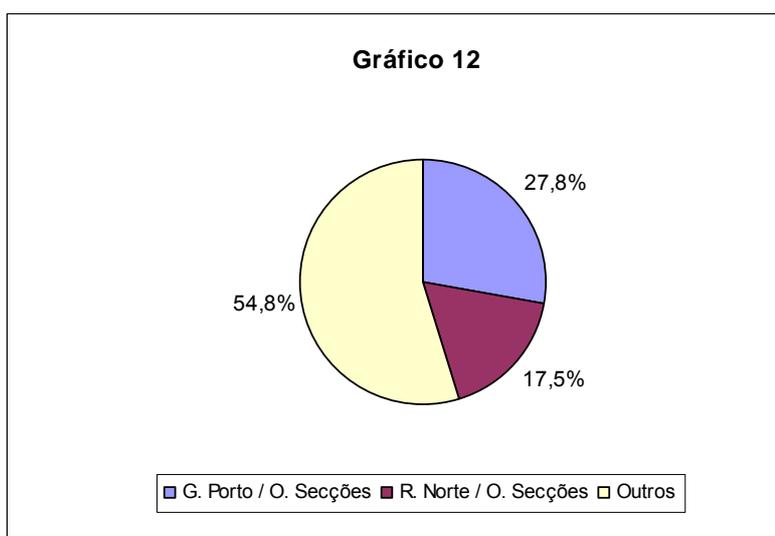


O Desporto tem, como vimos uma grande responsabilidade no peso do Porto no cômputo geral. A essa circunstância não é alheio o facto de um clube da cidade, o Futebol Clube do Porto, ter ganho a Liga e o Campeonato Europeu.

Quando procuramos enquadrar os valores do Grande Porto e do Norte nos cinco conjuntos avaliados, podemos constatar que, no primeiro caso, o Grande Porto e o Norte não têm qualquer relevância em termos de hierarquia do valor-notícia (Fontecurbera, 1999, 33) no contexto editorial nacional. Essa característica não se

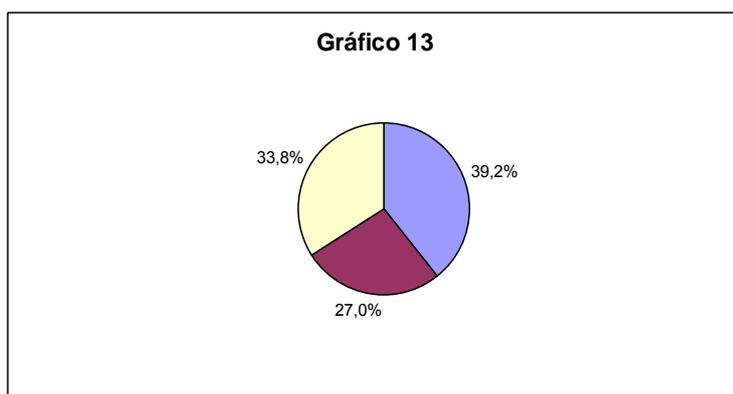
mantém nos destaques fotográficos, mas em parte devido ao Desporto. Os destaques centrais de menor importância apresentam valores mais razoáveis para o Grande Porto, mas a Região Norte não tem grande significado. Os títulos periféricos denotam um aumento considerável das notícias sobre o Grande Porto, mas o Norte permanece na penumbra. Em termos de valores globais, o Norte mantém a tendência de baixa, enquanto o Porto ascende favoravelmente.

Ao fazer uma avaliação comparativa do volume das notícias em destaque principal relativas ao Grande Porto verificamos que, em 1993, o seu peso é evidente.



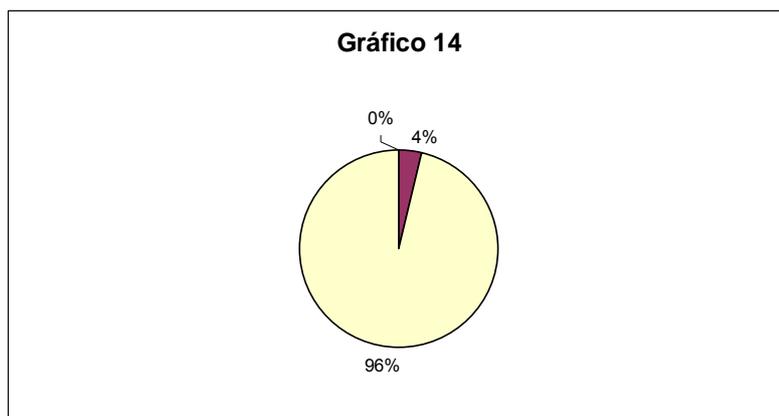
Isto traduz, em termos de hierarquia da notícia e em termos de noticiabilidade, uma efectiva preponderância do valor proximidade²/significatividade³ que caracteriza o perfil editorial tradicional do jornal. Esse pendor é ainda acentuado pelo volume de notícias relativas ao Norte, incluídas nas chamadas à primeira página da coluna lateral. Esses pesos só se esbatem se incluídos na contabilização global, e ainda assim permanecem significativos.

Comparativamente, o ano de 1998 apresenta no destaque central valores superiores ao ano anterior, para o conjunto de notícias sobre o Grande Porto.



Neste período, verifica-se um aumento do volume de títulos relativos à Região Norte, o que reitera e acentua a orientação verificada até então.

O ano de 2004 representa uma real mudança em termos dos destaques centrais principais, uma vez que quer o Grande Porto, quer o Norte estão ausentes. Essa omissão atenua-se com os destaques fotográficos, no caso da cidade, e com as chamadas à primeira página nos títulos centrais de menor importância e nas inclusões das notícias laterais.



Nestes dois últimos campos, as notícias sobre a Região Norte têm muito pouco significado. Portanto, apesar do peso relativo do Porto nos destaques menos importantes, esta edição nacional do JN retira a tradicional preponderância que a cidade e o Norte tinham e que lhe conferia a sua feição editorial específica.

B. Análise linguística

1. Considerações iniciais

Nesta parte do nosso trabalho pretende-se proceder a uma análise linguística dos títulos de primeira página do Jornal de Notícias, com o objectivo de determinar se são observáveis diferenças entre os títulos de notícias sobre o Porto/região norte e os títulos das restantes notícias.

A primeira parte do nosso trabalho consistiu em construir, partindo da nossa amostra inicial, uma segunda listagem de títulos, que acabou por comportar 218 títulos⁴. Desta segunda listagem fazem parte os títulos que consideramos manifestar algum tipo de trabalho linguístico relevante.

O que se quer dizer com isto? Pretendíamos distinguir entre títulos neutros do ponto de vista linguístico, ou seja, títulos em que nada sobressai, nada chama a atenção do leitor, e títulos que manifestam algum trabalho interessante sobre a

língua, geralmente associado a um objectivo comunicativo mais ou menos claro. Esclareçamos melhor esta distinção. Vejamos os títulos (1) e (2), ambos retirados da primeira página do JN de 9 de Janeiro de 1993:

(1) Governo decidiu compensar aduaneiros

(2) “Tempestade” regressa ao Golfo

O título (1) é um exemplo daquilo a que poderíamos chamar “títulos neutros”⁵. São títulos que recorrem a uma linguagem que, por não conter elementos retórico-pragmáticos, evidencia um esforço de transmitir a informação de uma forma clara, precisa e objectiva. Procura-se nestes títulos evitar interpretações/avaliações dos factos e, simultaneamente, assegurar que não há sentidos dúbios ou ambiguidades na sua interpretação⁶. Estes títulos têm uma função informativa; com eles pretende-se alcançar o objectivo, importante num jornal, de colocar o leitor a par do assunto que é desenvolvido no artigo correspondente. Títulos como estes não serão objecto de análise no presente trabalho.

São títulos como os de (2) - a que, por questões de simplificação, resolvemos denominar “títulos com tratamento linguístico” - que fazem parte da segunda listagem de títulos que construímos e é neles que vamos concentrar a nossa atenção. Do ponto de vista linguístico (2) é muito diferente de (1). O jornalista que escreveu (2) pretende entrar num jogo com o seu leitor, dirigindo-lhe um convite e desafiando-o a resolver um enigma. O leitor deixa-se envolver na teia de sedução e sente-se premiado quando os conhecimentos que possui lhe dão acesso à descodificação da mensagem. A função deste título não se esgota na sua informatividade. Com ele pretende-se, numa primeira instância, e por força da sensação de estranheza que ele cria no leitor, captar a sua atenção. Depois, o apelo que o título faz a conhecimentos partilhados, acaba por gerar um vínculo mais profundo de proximidade e, até, de convívio entre o leitor e o seu jornal.

Não se pretende com esta nossa distinção escamotear o facto de todas as frases que produzimos envolverem sempre algum trabalho sobre a língua. O jornalista que optou pelo título (1) teve, pelo menos, o trabalho de seleccionar essa forma de codificar a sua mensagem de entre muitas outras possibilidades que a língua lhe oferecia. Ele poderia, por exemplo, ter criado os títulos:

(3) Governo vai compensar aduaneiros

(4) Aduaneiros serão compensados – decidiu o governo

Dependendo das circunstâncias específicas que caracterizam cada acto comunicacional, o trabalho sobre a língua pode ser de maior ou menor grau. Factores como a modalidade de uso (língua oral ou escrita), o registo do discurso, a intenção comunicativa, os níveis social, cultural e profissional dos interlocutores, o grau de formalidade da situação discursiva, o meio de transmissão da mensagem, etc., influem nas escolhas linguísticas e determinam o maior ou menor cuidado a ter na selecção dos recursos que a língua disponibiliza.

Por essa mesma razão, o trabalho de classificação dos títulos não foi fácil. Em primeiro lugar, isso deve-se ao facto de a análise dos mesmos ser sempre incompleta, uma vez que os múltiplos factores que se conjugaram em, e que contribuírem para, as opções linguísticas neles evidenciadas não podem ser reconhecidos/recuperados na sua totalidade. Em segundo lugar, será sempre subjectiva uma classificação dos títulos com base no critério acima estabelecido. Na verdade, uma classificação desta natureza dependerá sempre do seu autor, dos seus conhecimentos de natureza geral e sobre matérias específicas, da sua memória, das suas vivências, dos seus interesses, do seu gosto, da sua capacidade de reflexão acerca das coisas, etc. Nós hesitamos, por exemplo, face ao título “Benfica passou em Paços de Ferreira” (JN, 10.01.1993), por acharmos que ele recorre a uma imagem já gasta pelo uso excessivo e que, por esse motivo, não surte grande efeito. Acabámos por o incluir na lista dos títulos a estudar por reconhecermos que, apesar de, na nossa opinião, ele não ter resultado plenamente, tinha havido um esforço no sentido de construir um enunciado interessante e que não pode ser colocado ao mesmo nível de um outro como “Benfica venceu em Paços de Ferreira”. Sentimos dificuldades deste tipo durante todo o processo de selecção dos títulos, pelo que o cuidado que colocámos nesse trabalho foi grande. Em determinada fase desse processo, apercebemo-nos de que a familiaridade que o contacto constante com os títulos criava estava a influir de uma forma negativa nas nossas escolhas, pelo que tivemos de resolver, de uma vez por todas, as nossas hesitações e dar como concluída a selecção dos títulos.

Convém ainda acrescentar que decidimos, por questões que não se prendem apenas com a falta de espaço, não incluir na nossa análise aspectos relacionados com a complementaridade entre os títulos e as imagens que os acompanham. A sinergia que se estabelece entre o texto e a imagem é particularmente relevante na primeira página dos jornais. Esta página funciona como a face visível do jornal e é,

geralmente, através do que nela aparece que o leitor decide se o compra ou não. Por essa razão, todo o cuidado é posto no grafismo e na componente imagética da primeira página, tentando criar uma “embalagem” apelativa e que conquiste o consumidor. Uma vez que frequentemente o título e a imagem que o acompanha não são dissociáveis e só o conjunto faz sentido (e impõe, até, uma única leitura, de entre as várias sugeridas pelo título) é evidente que esta opção limita o interesse que este nosso trabalho poderia ter. Fica, de qualquer maneira, em aberto um campo para futura análise.

2. Análise estatística

Numa segunda fase do nosso trabalho, procedemos a uma análise estatística dos títulos, em que comparamos os títulos sobre o Porto e a região norte do país com os restantes títulos, com o objectivo de verificar se algum destes dois grupos era alvo preferencial do tratamento linguístico. Muito embora os dados que obtivemos só possam ser considerados como uma primeira abordagem a esta questão, eles são registados abaixo, juntamente com as conjecturas que fazemos, e que podem ser alvo de futuro tratamento.

ANO	TOTAL TÍTULOS	Nº TÍTULOS COM TRATAMENTO LINGUÍSTICO	% no total de títulos	Nº TÍTULOS SOBRE PORTO E NORTE COM TRATAMENTO LINGUÍSTICO	% no total de títulos com tratamento linguístico	TOTAL RESTANTES TÍTULOS COM TRATAMENTO LINGUÍSTICO	% no total de títulos com tratamento linguístico
1993	228	98	43%	65	66,5%	33	33,5%
1998	143	59	58%	37	62,5%	22	37,5%
2004	245	61	25%	21	35%	40	65%
TOTAL	616	218	35,5%	123	56,5%	95	43,5%

Da análise deste quadro, registaríamos, em primeiro lugar, que os dados parecem apontar para uma diminuição do tratamento linguístico dos títulos: em 1993, 43% de todos os títulos recebiam um qualquer tipo de tratamento linguístico, enquanto em 2004 só 25% dos títulos denunciavam esse trabalho.

Em segundo lugar, nos anos de 1993 e 1998 o alvo preferencial do tratamento linguístico parece ser os títulos relativos ao Porto e à região Norte. Em contrapartida, em 2004, passou a observar-se a situação oposta: os títulos sobre o resto do país e sobre questões de âmbito nacional ou internacional foram objecto de maior manipulação/atenção do ponto de vista linguístico.

3. Análise linguística

Na terceira fase da nossa análise, trabalhamos apenas os 218 títulos com tratamento linguístico, com o objectivo de determinar quais as soluções linguísticas adoptadas nos títulos do JN.

Na verdade, essas soluções não variaram ao longo dos três períodos por nós analisados. Há criatividade no título jornalístico, há uma busca de formas discursivas inovadoras, mas também se observa um emprego recorrente de determinadas fórmulas linguísticas⁷. Como é evidente, o carácter “mecanizado” dos títulos é um elemento importante na criação de um efeito de proximidade, de familiaridade, com o leitor.

Nos títulos em análise, observámos que o mecanismo linguístico mais produtivo era o recurso a frases estereotipadas ou expressões idiomáticas. Estas estruturas lexicais são expressões de uso corrente, com um forte enraizamento na

comunidade linguística, e correspondem a modos particulares e sugestivos de sintetizar ideias. Vejamos alguns exemplos desse uso:

- (5) Gil Vicente cantou de galo em Braga (JN, 11.01.93)
- (6) Folha “caiu” nas Antas como sopa no mel (JN, 28.08.93)
- (7) Gaia e Feira ainda à nora com as lixeiras (JN, 09.07.98)
- (8) Benfica quebra o enguiço (JN, 16.11.98)
- (9) Edifício Transparente põe em xeque Rui Amaral (JN, 05.03.04)
- (10) Durão Barroso lança charme a empresários brasileiros (JN, 08.03.04)

Este tipo de trabalho sobre a língua explora os próprios hábitos linguísticos do leitor e, por isso, estes títulos obtêm facilmente a sua adesão. O título (5) apela para dois tipos de conhecimentos distintos. Em primeiro lugar, um conhecimento linguístico, de ordem lexical, do sentido da locução “cantar de galo”. Em segundo lugar, um conhecimento de natureza cultural: Gil Vicente é o clube de Barcelos, terra que tem como *ex-libris* precisamente o galo. É do cruzamento destes dois conhecimentos que emerge a compreensão plena deste título. O seu interesse reside no facto de ele se servir do universo de referências do seu leitor, que assim se reconhece e se sente nele reflectido. Em (6) o enigma está no uso das aspas. Que sentido especial, questiona-se o leitor, se quis dar ao verbo “cair” para que só ele, e não toda a expressão idiomática “cair como sopa no mel”, tenha tido direito às aspas? Esta dúvida só pode ser esclarecida com a leitura do artigo que tem este título, o que pode representar uma estratégia de sedução do leitor⁸. “Andar à nora” e “quebrar o enguiço”, por seu turno, são exemplo do uso frequente de expressões oralizantes ou de um registo de discurso informal, sinal de uma vontade de criar elos de proximidade com o leitor. O título (10) resulta bem pela ligação que se estabelece entre “empresários brasileiros” e a expressão “lançar charme”, que sentimos fazer parte da variante brasileira da nossa língua.

Jogar com o sentido das palavras é, também, uma estratégia linguística muito frequente na construção dos títulos. Os que apresentamos a seguir são alguns dos muitos exemplos que encontrámos desse jogo:

- (11) Margens do Douro “remam” para a recuperação (JN, 10.01.93)
- (12) Famalicão “afogada” em trânsito (JN, 04.02.93)
- (13) Tribunal de Matosinhos “afogado” em processos por falta de juízes
(JN, 16.04.93)
- (14) F.C.Porto suou com o Maia

(15) Alianças azedam congresso do PS (JN, 03.10.04)

(16) Bis de McCarthy anima F.C.Porto (JN, 04.10.04)

No título (11) jogou-se com duas isotopias: uma ligada a [rio] e [remar] e outra ligada a [recuperação] e [esforço]. Da ligação de semas tão diversos decorre o forte poder sugestivo deste título, que deixa o leitor perplexo e cativa a sua atenção. Por seu turno, (12) e (13) são exemplo do quanto a linguagem jornalística pode, também, ser banal, ao insistir em explorar imagens já muito banalizadas. Repare-se, aliás, no facto de poucos dias separarem estes dois títulos.

O mesmo não nos parece que aconteça com o título (14), que tem a grande virtude de obedecer a um princípio fulcral dos títulos: a economia de meios. Nada neste título está a mais, e está lá tudo o que é estritamente necessário. A sua simplicidade torna-o atraente para o leitor, para quem “meia palavra basta”. Também (15) e (16) evidenciam a capacidade dos títulos de fornecer o máximo de informação com um mínimo de palavras. No título (16), “bis” é um exemplo perfeito de como uma palavra bem escolhida pode substituir plenamente, e com vantagens, o termo certo. O leitor aprecia o esforço do jornalista, e gosta de se sentir alvo das suas brincadeiras semânticas.

São também muito frequentes os títulos em que se criam jogos entre palavras que o compõem. Vejamos estes exemplos:

(17) Indústria vidreira estilhaços à vista (JN, 13.01.93)

(18) Assaltantes de bancos nem pouparam clientes (JN, 06.02.93)

(19) Jazigos são postos à venda a preços de morrer (JN, 20.01.98)

(20) Angústia mora no Conde Ferreira (JN, 03.07.98)

(21) F.C.Porto continua invicto (JN,02.03.04)

(22) Guerra estoura com preço do petróleo (JN,08.05.04)

Em (17), (18), (19) e (22) o jogo é criado pela utilização de palavras pertencentes ao mesmo campo semântico: “vidreira” e “estilhaços”, “banco” e “poupar”, “jazigo” e “morrer”, “guerra” e “estourar”. A acrescentar a isso, o título (17) não tem pontuação, o que cria uma aceleração na sua leitura e um certo ritmo frásico, em que sobressai a recorrência da vogal [i]. Em (18) a estranheza é causada pela selecção do “nem” para um ponto da frase onde mais naturalmente, pelo menos na língua escrita, se esperaria o advérbio “não”. No título (20) o jogo entre “angústia” e “Conde Ferreira” não parece ser tão directo como nos casos anteriores, uma vez que o estabelecimento da associação está dependente de conhecimentos

de natureza geral mais específicos, nomeadamente do facto de o “Conde Ferreira” ser um hospital psiquiátrico e de a “angústia” poder ser um sintoma de uma doença desse mesmo foro. Para além disso, a escolha do verbo “morar” imprime à frase várias sugestões: a de que a angústica está enraizada no Conde Ferreira, a de que ela foi gerada no Conde Ferreira, a de que o seu lugar adequado é o Conde Ferreira. Em (21) temos mais uma vez uma imagem pouco produtiva: a associação entre “F.C.Porto” e “invicta” é uma associação indirecta, visto que ela resulta de uma transposição da máxima “Porto, cidade invicta”, sendo que esta imagem da cidade que já não produz os efeitos esperados.

Alexandra Pinto (1997, 117) diz a propósito da linguagem publicitária algo que se aplica também com propriedade a estes títulos: “(...) o envolvimento por parte do leitor num trocadilho deste género resulta para ele num jogo gratificante, em que goza da oportunidade de exhibir habilidades e conhecimentos socialmente valorizados”.

Os “cruzamentos intertextuais”⁹ são um outro processo linguístico frequentemente utilizado nos títulos. Vejamos alguns exemplos disso:

(23) Massarelos à procura da beleza perdida (JN, 12.01.93)

(24) Fantasporto: sexta-feira, edição 13... (JN, 05.02.93)

(25) Espíritos à solta no Santuário de Monção ou as histórias de um
padre exorcista (JN, 06.02.93)

(26) Dos céus desceu a audácia (JN, 06.09.98)

(27) Só o Iraque os dividiu (JN, 02.10.04)

(28) América profunda está com Bush (JN, 05.10.04)

(29) Che Guevara, retrato de juventude (JN, 07.10.04)

O que está presente em títulos deste tipo é um aproveitamento de provérbios, refrões, títulos de livros, filmes, músicas, fórmulas religiosas, ditos de figuras importantes, slogans publicitários, etc. Tudo isto são textos que povoam a “memória” discursiva e cultural dos falantes da língua. Os títulos que utilizam estes textos estabelecem com eles um diálogo, criam um “eco”, cujo resultado é uma amplificação do seu valor expressivo. Mais uma vez, o emissor confia nos conhecimentos enciclopédicos do receptor; neste caso, na sua capacidade de reconhecer a existência de uma outra voz que emerge por detrás de estes títulos. Está aqui em pleno funcionamento mais um subterfúgio para captar e envolver o

receptor da mensagem, que se transforma num “receptor cúmplice, disposto a confirmar a sua inscrição numa determinada cultura, mediante o reconhecimento dos sinais ideológicos que o emissor [publicitário] lhe envia” (Alexandra Pinto, 1997, 122). Pouco importa, aliás, que o “eco” destes textos seja já muito distante e pouco perceptível. Pode o leitor ter dificuldade em apontar exactamente qual o texto que subjaz a um destes títulos, mas esse texto deixou uma marca na sua memória que, por mais ténue que seja, lhe permite dizer “isto era um título de filme” ou “isto faz lembrar o título de um romance do realismo mágico”.

Os jogos de antónimos também aparecem com alguma frequência nos títulos do JN.

(30) Referendos (hoje) decidirão o futuro da Itália (JN, 18.04.93)

(31) Açúcar refinado pode causar amargos de boca (JN, 20.04.93)

(32) Goleador Vieri (Itália) contra melhor defesa (França) (JN, 03.07.98)

(33) Esperanças jogaram como certezas (JN, 06.07.98)

(34) Guerra surda entre Ministério Público e PJ chega às escutas
(JN, 12.01.04)

(35) Armadores em colapso com subida de gasóleo (JN, 05.10.04)

A utilização dos pares de antónimos tem como resultado um efeito de estranheza que, parece-nos, é maior ou menor consoante a qualidade desses antónimos. Por exemplo, em (30) o contraste não tem grande eficácia, o que, aliás, parece ter sido sentido pelo próprio jornalista: ao colocar um dos elementos do par entre parentêses, ou seja, enfatizando-o, ele parece estar a tentar remediar esse problema. Mais bem sucedidos são, na nossa opinião, os títulos (31) – em que a oposição é entre “açúcar” e a expressão “amargos de boca” –, (33) – em que “esperanças”/“certezas” não são antónimos perfeitos, mas antes contextuais –, (34) – em que a antonímia se estabelece entre o adjectivo “surda” e o substantivo “escutas” - e (35), em que, mais uma vez, “colapso” e “subida” são antónimos contextuais.

Embora menos frequente, encontramos alguns títulos que se socorrem da repetição lexical como estratégia para obter um determinado efeito.

(36) Os saldos entram em saldo (JN, 09.01.93)

(37) Duas regiões na Região Norte (JN, 12.01.93)

(38) Centro histórico já tem história (JN, 05.02.93)

(39) Luz do título acessa na ribalta da Luz (JN, 18.04.93)

(40) Sousa Franco analisa perdão para pecados de raiz fiscal
(JN, 18.01.98)

A repetição lexical é um técnica que desperta a memória dos jogos da infância, que faz lembrar as canções e as lengalengas que se repetiam até à exaustão. Estes títulos são atraentes para o leitor, devido ao ritmo e à sonoridade neles presente por causa da repetição e porque eles ajudam o leitor a reestabelecer um vínculo com a sua memória remota.

O uso de palavras e expressões pertencentes a um registo de língua informal ou popular corresponde a um procedimento linguístico com alguma produtividade nos títulos. Eis alguns exemplo disso:

(41) Ministros dos “Doze” pregaram calote nos hotéis da Curia
(JN, 09.01.93)

(42) Rapto da Foz foi um “grande filme” (JN, 27.08.93)

(43) Pandemónio na Boavista (JN, 02.07.98)

(44) “Cambão” nas obras camarárias da Invicta (JN, 02.07.98)

(45) Ritual em que vale tudo anima festa dos rapazes (JN, 13.01.04)

A esta estratégia linguística parece-nos ser possível associar uma outra, que diz respeito à tentativa de dar aos títulos um tom de narrativa ou um tom oralizante, por, na perspectiva do receptor das mensagens, o efeito destas duas estratégias ser muito semelhante:

(46) Saddam Hussein foi ao Kuwait buscar mísseis (JN, 12.01.93)

(47) Atropelou (sem saber) o próprio pai... (JN, 02.02.93)

(48) Levou dois tiros ao socorrer um cunhado e morreu (JN, 05.02.93)

(49) Tudo a postos em Fátima para receber peregrinos (JN, 12.05.04)

(50) Valentim fica à porta para vereador tomar posse (JN, 14.04.04)

Na verdade, pretende-se com estes dois últimos grupos de títulos criar um efeito de proximidade com um tipo de leitor: o leitor pertencente a grupos sociais que se identificam mais com esta linguagem, possivelmente um dos grupos-alvo do marketing do JN. Mas o tom oralizante e o registo narrativo destes títulos produz um efeito de dramatização, de emoção, que pode ser apelativo para outros leitores.

Dos títulos acima, distinguíriamos o título (46) porque ele é o único que não corresponde a um “fait-divers”; trata-se de um tema de política, supostamente uma área séria e em que os acontecimentos são geralmente abordados com uma

linguagem mais formal. Na realidade, o que se conseguiu com as opções linguísticas que foram feitas foi, precisamente, transformar o acontecimento relatado num “fait-divers”. Ridicularizou-se a situação e o leitor fica com a sensação de que a ida de Saddam ao Kuwait nada mais foi do que uma simples “excursão para fazer compras”. Daí que o recurso a um registo de língua informal e à linguagem oral deva ser sempre ponderado, uma vez que se podem obter reacções adversas por parte do receptor da mensagem.

Um outro procedimento muito comum nos títulos é o da topicalização de um elemento seguido do respectivo comentário. É o que acontece nos seguintes títulos:

(51) Avenida dos Combatentes – a sombra da degradação

(JN, 11.01.93)

(52) Taça: estrelinha do Guimarães brilhou na Amadora (JN, 04.02.93)

(53) Antuérpia 93: Capital Europeia da Cultura e... da extrema-direita

(JN, 4.02.93)

(54) Itália: sim à mudança em voz muito alta (JN, 20.04.93)

(55) Tatuagens – as marcas que transformam o corpo no espelho da

alma (JN, 03.10.04)

Este processo adquiriu já o estatuto de “fórmula” típica dos títulos e deve ser entendido, antes de tudo, como mais uma manifestação da necessidade de se ser económico nestes textos. No entanto, estes títulos funcionam muito bem para o receptor da mensagem, porque são de fácil reconhecimento e ele sente que foi tido em consideração o seu desejo de rapidamente ser posto ao corrente dos assuntos e, portanto, mais uma vez, se estabelece um elo de ligação entre o leitor e o seu jornal.

Outros mecanismos linguísticos foram detectados e serão referidos agora de uma forma breve. Em (56) e (57) recorreu-se a um jogo com o material sonoro do título; em (58) e (59) o interesse reside no uso da pontuação; em (60), (61) e (62) é toda a construção sintáctica que contribui para o efeito final; em (63), (64), (65) e (66) são as aparentes contradições ou violações da nossa concepção do mundo que atraem o leitor:

(56) Pescadores da Afurada: um berbicacho chamado berbigão

(JN, 04.02.93)

(57) Licenciados fazem fila na Feira do Emprego (JN, 14.05.04)

- (58) Fuga de cloro em Estarreja – Bombeiros alertados pelo ...JN
(JN, 14.01.93)
- (59) Salgueiros como um leão – Braga foi um tigre (JN, 01.02.93)
- (60) E não houve mortos (JN,10.01.93)
- (61) Ser-se pai de filho desaparecido (JN, 02.03.04)
- (62) Americanos ganham Nobel a descobrir genes do olfacto
(JN, 05.10.04)
- (63) Bragança rejeitou a Taluda dos Reis (JN, 09.01.93)
- (64) Juízes à espera de justiça salarial (JN, 01.01.93)
- (65) Alqueva dá à luz nova aldeia (JN, 06.09.98)
- (66) Vitória inédita da tortura de Jesus (JN, 03.03.04)

3. Conclusão

Apesar de vários processos terem sido passados em revista, não foi exaustiva a nossa enumeração dos mecanismos linguísticos presentes na entitulação dos artigos jornalísticos. Pretendíamos, também, nesta nossa abordagem do assunto, tentar perceber se o tratamento linguístico dos títulos se alterou nos três períodos em análise. Na verdade, a resposta a essa questão só pode ser uma, aquela que é imposta pelo senso comum: não. Os recursos linguísticos, os mecanismos que a língua coloca ao dispor dos seus utentes, não se alteram significativamente ao longo do tempo. Uma vez que os três períodos da história do JN que foram analisados não cobrem sequer uma década, não seria de esperar que se pudessem observar diferenças substanciais no material linguístico em análise.

Mais difícil é responder à questão de o público-alvo do JN se ter, possivelmente, alterado neste período de tempo e de isso ser, de alguma forma, visível na linguagem usada nos títulos. A linguagem jornalística, aliás como qualquer linguagem, é sempre um reflexo da realidade e um elemento gerador dessa mesma realidade. Os jornais, nomeadamente através dos títulos dos seus artigos, verbalizam o pensar social, o sentir da sociedade em que circulam. A sociedade, em contrapartida, reconhece-se no seu jornal, que sente como um elemento da sua cultura. No entanto, o trabalho de reconhecimento dos sinais culturais presentes nas formas linguísticas envolve um conhecimento profundo da cultura em questão, das formas de ser e de sentir dos indivíduos dessa comunidade e das marcas distintivas dessa cultura. Que o JN tenha deixado de se dirigir mais especificamente ao

português nortenho e tenha alargado o seu público-alvo para que dele passassem a fazer parte todos os outros portugueses, será, certamente, uma estratégia comercial mais facilmente detectável nos temas e assuntos abordados, e no próprio conteúdo das notícias, do que na forma linguística dessas notícias.

Finalmente, a conclusão que tiramos estatisticamente de que actualmente são mais cuidados do ponto de vista linguístico os títulos que não dizem respeito a assuntos/notícias sobre o norte do país também merece atenção. Uma vez que todos os recursos linguísticos que referimos funcionam no sentido da sedução do leitor, não utilizar esses recursos, ou recorrer a eles com menor frequência, pode ser visto como um sinal de desinteresse em o fazer.

Bibliografia

BROOKS, Brian S.; Kennedy, George; Moen, Daryl R.; Ranly, Don: *News Reporting and Writing*, New York, St. Martins Press, 1988.

CAMPONEZ, Carlos: *Jornalismo de Proximidade*, Coimbra, 2002.

FIDALGO, António: “A economia e a eficácia dos signos”. Bocc. Biblioteca on-line de Ciências de Comunicação. <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/fidalgo>> [consulta: 15 Outubro 2005].

FONTCUBERTA, Mar de: *A Notícia*, Lisboa, Editorial Notícias, 1999.

LEAL, Bruno Sousa: “Do testemunho à leitura: aspectos da evolução do narrador jornalístico, hoje”. Bocc. Biblioteca on-line de Ciências de Comunicação. <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/leal/buno/narrador/jornalismo>> [consulta: 15 Outubro 2005].

MAINGENEAU, Dominique: *Analyser les Textes de Communication*, Paris, Nathan, 2000.

PINTO, Alexandra Guedes: *Publicidade: Um Discurso de Sedução*, Porto, Porto Editora, 1997.

PINTO, Mário; Szymaniak, Włodzimierz Józef: *Títulos das Notícias*, Coimbra, Edições MinervaCoimbra, 2005.

REIS, António; Mesquita, Mário; Nunes, José Manuel: “Os Meios de Comunicação Social”, in *Portugal – 20 Anos de Democracia*, Lisboa, Círculo de Leitores, 1994

SOUSA, Fernando: *Jornal de Notícias: a Memória de um Século (1888-1988)*, Porto, Emp. Jornal de Notícias, 1988.

TRAQUINA, Nelson: *Jornalismo*, Lisboa, Quimera, 2002.

TRAQUINA, Nelson (org): *Jornalismo: Questões, Teorias e ‘estórias’*, Lisboa, Vega, 1993.

TRAQUINA, Nelson (org): *O Poder do Jornalismo: Análise e Textos da Teoria do Agendamento*, Coimbra, Minerva, 2000

VILELA, Mário: «As Expressões Idiomáticas na Língua e no Discurso». In Duarte, Isabel Margarida et al. (org): *Encontro Comemorativo dos 25 anos do Centro de Linguística da Universidade do Porto*, Vol 2. Porto, CLUP, 2002.

¹ Entende-se por Região Norte, todo o território desde o norte do país até Coimbra.

² Brooks, Kennedy, Moen, Ranly, 1988.

³ Fontecuberta, 1999, 38.

⁴ O limite máximo de páginas imposto para este artigo não permitiu anexar esta listagem. Ela pode, no entanto, ser fornecida a quem a quiser consultar. Basta que dirijam um pedido nesse sentido para o e-mail mariabarbedo@netcabo.pt.

⁵ Esta denominação surgiu por alguma associação às chamadas “frases neutras”, um termo corrente da linguística para designar frases em que nenhum dos seus elementos são afectados por processos de marcação prosódica ou sintáctica, não se apresentando, por isso, de forma destacada.

⁶ A seguinte afirmação de António Fidalgo (2005, 5), a propósito das linguagens especializadas, poderia ser aplicada a este tipo de títulos: “As linguagens especializadas pretendem-se sóbrias, unicamente atidas aos factos, sem o propósito de convencer alguém.”

⁷ Bruno Sousa Leal (2005, 3) fala do carácter “formulaico” do texto jornalístico, que, na sua opinião, se marca “pela estabilização de formas, fórmulas, padronizações que, ao se tornarem familiares aos leitores, ‘naturalizam’ o relato”.

⁸ Muito embora não tenhamos explorado esta questão, ficamos com a impressão de que há um uso exagerado e sem critério das aspas nos títulos das notícias. Fca mais uma sugestão de um assunto para futura análise.

⁹ O termo “cruzamentos” foi retirado de Alexandra Pinto (1997, 118).