

O Título, as Emoções e a Utopia ¹

Jacques A. Wainberg
Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul

Resumo: Este estudo elabora sobre a influência dos títulos jornalísticos na formação do imaginário social. O cálculo mental que os leitores podem realizar durante o processamento deste tipo de informação é também analisado. São identificadas ainda as ‘imagens espelhadas’ e as ‘imagens reflexas’ de uma amostra de 100 títulos assim como os *rationales* aplicados na decifração do material selecionado. Por fim, o estudo testa a recepção de 11 títulos escolhidos e considera a contribuição ‘darwinista’ do jornalismo às necessidades adaptativas do público ao ambiente.

Palavras-chave: Título; Utopia; Inconsciente Social; Pulsão; Emoção.

O vislumbre de um futuro ideal é obtido no contraste que as pessoas fazem entre o que elas observam no mundo real e o que elas desejam em seus pensamentos. Tais imagens espelhadas que se acumulam no inconsciente social (Fromm, 1975; p. 53) são um dos efeitos cognitivos e emocionais graves produzidos pelo noticiário. Em certo momento resulta a sensação de que a imperfeição é algo intolerável. É neste instante de crise que o indivíduo passa a cultivar o desejo radical de se rebelar e consertar a existência.

Devido a esta sua capacidade de mobilizar as emoções humanas é que o cardápio de dissabores divulgado sem cessar pela imprensa serve de matéria prima à política. E nela a tática da oposição é minar tanto quanto possível a credibilidade da situação. Com este objetivo em vista é que os rebelados acenam ao público as páginas dos jornais. Com este ato eles querem despertar na população a imaginação. Os títulos das notícias funcionam como slogans de protesto. Eles alertam o público sobre o estado do mundo que clama por redenção. O seu efeito persuasivo é inevitável, embora seja sutil. Afinal, o que o noticiário de fato revela é o que nos falta. O jornalismo educa as massas a ambicionar o inexistente. E o inferido no pronunciado é a profecia. A imprensa é política por outros meios devido a esta sua propriedade pragmática. A audiência descobre com o tempo que o mais relevante no dito é o silêncio. Ocorre que o implícito é algo inteligível. É algo que poderia ter sido pronunciado e por isso mesmo pode ser calculado. (Armengaud, 2006; Grice, 1975,1957; Ibaños et al., 2002)

Dito de outra maneira, como a boa notícia usualmente é a má notícia, o jornalismo tem a capacidade de causar na audiência algum grau de desconforto com a sua realidade

¹ Trabalho apresentado ao GT Teorias do Jornalismo, XIV Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

circundante. Tal dissonância gera no público imagens de cenários que não estão disponíveis aos sentidos. Considerando, portanto esta vocação distópica do jornalismo, o que a audiência passa a desejar e a sonhar é o que ela não tem. Por decorrência, os desejos comunitários emergentes passam a ser disputados no mercado das ideias. Como boa parte do que é narrado pela imprensa é maldito, é natural que os leitores, ouvintes e telespectadores se disponham à prosa perfeccionista. Proliferam por consequência os mitos. Eles não são descrições de coisas, mas “expressões da vontade”. (Sorel, 1992; p. 49). O mito não pode ser destruído, “pois é idêntico às convicções de um grupo”. (Ibid) Surgem também as utopias. Elas vivem incógnitas nos textos das notícias à espera de melhores dias. Como proposto, para sair da hibernação nas entrelinhas estes vislumbres do futuro se nutrem das crises vitais. E como mencionado, em boa medida são as frustrações existenciais que afloram à consciência nestes graves momentos de instabilidade emocional que despertam os desejos da pessoa. A utopia que se consolida em sua mente faz a defesa de uma causa. Almeja inverter a ordem vigente. Ela também articula os descontentes. Exerce um poder de atração sobre os reformistas. Divulga a esperança. É também um eficiente antídoto ao enfado existencial. (Gardiner, 2012) Em suma, a utopia é a imagem invertida da realidade sofrida. E por ser otimista ela contraria o gosto pelo desgosto da notícia. (Llosa, 2010; Mannheim, 1985; Popper, 1987; Riccouer, 2001; Sartori, 1987)

Cálculo cognitivo/afetivo

Se um tabloide regional típico publicar em média 120 títulos por edição e um assinante passar os olhos na metade dos mesmos todos os dias ter-se-á a estimativa de que, ao longo de sua vida de leitor adulto, entre os 18 e 73 anos, ele terá lido 1.188.000 títulos.² Certamente esta ruminação diária e cumulativa acaba afetando o humor coletivo, um estado afetivo que se prolonga no tempo embora seja menos intenso que a emoção individual.

Por exemplo, se uma pessoa lê o título ‘*Rebeldes invadem portão do complexo militar de Gaddafi, diz TV*’³ ela entenderá que o fato relatado diz respeito a uma ‘guerra’. Nesta notícia, o tema interdito da ‘paz’ pode ser inferido. Ou seja, os efeitos psicossociais causados por milhares de títulos como esse ficam dormentes. O filósofo Baruch Espinosa diz que o conhecimento intelectual só provoca modificações [de comportamento] na medida “em que for também conhecimento afetivo.” (Fromm, 1975; p. 86, 90) É só com a emoção à flor da pele que as massas são capazes de acessar rapidamente o que estava presente (mas

² A longevidade média no Brasil é de 73 anos.

³ Folha de São Paulo, 23/08/2011

não expresso) no dito. Nestes momentos de crise as pessoas ‘veem’ de forma inesperada e espontânea algo. Este fenômeno ‘irracional’ é o que explica as inesperadas erupções de revolta coletiva.

Cabe repetir que as *imagens espelhadas* são aquelas que se projetam no imaginário social na forma de ‘pulsão’ invertendo, portanto a carga negativa dos títulos. A inversão se faz por antonímia. As pulsões são um estímulo interno, uma força constante e irremovível que age no interior da pessoa. Elas impõem ao sistema nervoso exigências elevadas, diz Freud. (2004; p.147) Esta energia que se acumula gera uma pressão (*drang*) que exige por fim ser liberada. Já as *imagens reflexas* são as que resultam de títulos com carga semântica positiva. Seu principal efeito é produzir boas emoções, as que combatem o pessimismo gerado em conta-gotas pelas más notícias e outras fontes que elaboram sobre o infortúnio existencial.

O equilíbrio de uma pessoa ou comunidade só é alcançado quando o pensamento gerado pelas boas notícias e outras fontes de prazer e deleite é capaz de enfrentar com sucesso os ataques tóxicos das más notícias e outras fontes de dissabores. Este embate é sutil, pois, como exposto, as imagens reflexas e as espelhadas são ideias latentes que não penetram facilmente na consciência.

Inteligência aberta

A realidade potencial (tema central dos estudos de futurologia) é hoje matéria de reflexão e avaliação dos planos estratégicos, das análises de conjuntura e de cenários que se valem da coleta de dados do passado e fazem uso da memória coletiva [hoje disponível na web] para descobrir tendências e afirmar [com probabilidade estatística] o que eventualmente pode acontecer no futuro. O ser humano sempre fez simulações de forma inconsciente. O que aqui se afirma é que o jornalismo é um valioso instrumento para os fins deste tipo de ‘antecipação inteligente’ individual e social. Tal habilidade cognitiva ajuda as pessoas, as organizações e outros atores a se adaptarem às mudanças do ambiente.

Portanto, o que está em jogo agora é saber se é possível fazer o mesmo a partir de “ocorrências sociais, econômicas e tecnológicas coletivas”. (Passig, 2013). Também neste caso o noticiário é uma das *open sources* mais populares de consulta aos que anseiam perceber o porvir. O conceito de *Open Source Intelligence* (OSINT) surgiu na Segunda Guerra Mundial quando o *Foreign Broadcast Information Service* americano recebeu a missão de monitorar os programas de rádio da Alemanha nazista. Depois, no período da

Guerra Fria, tal missão incluiu a vigilância das publicações soviéticas, entre elas o Pravda e o Izvestia. Em 2001, após o ataque da Al Qaeda aos Estados Unidos, as fontes monitoradas neste tipo de atividade de ‘inteligência aberta’ passaram a incluir as redes sociais, a web, o twitter e a ‘literatura cinzenta’ (revistas acadêmicas, monografias, relatórios e outros materiais menos acessíveis ao grande público). Por exemplo, a Agência de Segurança Nacional dos Estados Unidos coleciona diariamente quase 200 milhões de mensagens de texto em todo o mundo.⁴

Como o objetivo do jornalismo é exatamente este, o de vigiar o ambiente, é natural que a notícia por ele produzida sirva de fonte de informação não só a organizações como a CIA, como também aos cidadãos. A diferença entre a investigação levada a cabo pelas pessoas e a realizada por Agências de Informação é que neste segundo caso as utopias e os mitos são cancelados no processamento dos dados. A função primordial dos órgãos de governo é conhecer e avaliar a realidade e principalmente evitar as ilusões e as fantasias.

Emoção

O cuidado exercido na difusão das notícias se justifica porque elas despertam as emoções das massas. É difícil imaginar uma reportagem que não busque causar na audiência alguma sensação. Ocorre que a porta de entrada à cognição das audiências é a sua atenção. Além do mais, há uma explosão de estímulos que competem entre si pelos sentidos do público. Isso provoca um desgaste e uma dispersão de sua energia cognitiva. O relevante aos nossos fins é destacar o fato de que nesta disputa entre os estímulos o título é um dos principais instrumentos de luta do jornal. Sua missão primordial é atrair e capturar a escassa atenção do público. A propósito cabe recordar que o volume de leitura pode variar em até 500% dependendo unicamente de como os títulos são redigidos.⁵ Novos softwares podem hoje comparar em tempo real o desempenho dos títulos das postagens na web. Por exemplo, um teste realizado pelo blog *Conductor* comparou cinco tipos distintos de títulos: o tipo ‘normal’ (Maneiras de tornar o chá mais delicioso); o que faz uma ‘pergunta’ (O que torna beber chá mais delicioso?); o que explica (Como tornar o chá mais delicioso); o que utiliza ‘números’ (30 maneiras de tornar o chá mais delicioso); e o que é direcionado ao público (Maneiras para tornar o chá mais delicioso). O título ‘30 maneiras de tornar o chá mais delicioso’ gerou 15% mais leitura do que o segundo lugar, ‘Maneiras para tornar o chá mais delicioso’. A utilização de um superlativo também ajuda atrair a atenção do leitor. O título

⁴ *The Guardian*, edição de 16 de janeiro de 2014.

⁵ <http://www.upworthy.com/>

com um superlativo ‘As 27 melhores maneiras de treinar um cão’ recebeu a preferência. Em segundo lugar ficou o título com quatro superlativos, ou seja, ‘As 27 melhores e mais inteligentes maneiras jamais tentadas de treinar um cão.’ Outro recurso para melhorar a legibilidade do título é utilizar letras iniciais maiúsculas, ou seja, ‘As 27 Melhores Maneiras de Treinar um Cão’. Os testes mostram também que os leitores não gostam da incerteza. Por fim, as evidências coletadas no teste revelam que a mudança numa simples palavra do título pode aumentar a leitura do título em até 46%. (Patel & Putnam, 2013)

Todos estes fatos explicam porque o jornalismo é também rotulado de ‘a arte da titulação’. Afinal, 80% dos leitores de jornais nunca passam dos títulos das notícias [algo que agora acontece também entre os internautas]. Isso significa que a maioria dos leitores se basta com o que é dito neste tipo de chamada que visa capturar a visão. Em decorrência, o movimento dos olhos tornou-se um objeto de cobiça dos editores. As principais conclusões dos estudos realizados pelo Poynter Institute ⁶ sobre este tema mostravam em 1990-91 que a leitura dos jornais impressos segue um padrão de navegação. As fotos coloridas atraem em primeiro lugar o olhar. Logo depois a visão se desloca aos títulos e dali ela se dirige ao texto. Este estudo de Garcia & Stark também mostrou (1) que os leitores navegam nas páginas dos jornais até encontrar algo interessante para ler, (2) que somente 25% do conteúdo de uma edição foram examinados e (3) que somente 12% das matérias foram lidas mais do que a sua metade.

Em 1999-2000, estudo similar foi feito pelo mesmo Instituto Poynter com leitores de jornais *on line*. As evidências coletadas mostraram que os olhos dos internautas primeiro enxergaram os títulos. Depois eles se dirigiram às fotografias e após se moveram às ilustrações. Estes leitores examinaram superficialmente 75% das matérias selecionadas para ler. Em 2003-2004 o estudo foi repetido. Os títulos dominantes atraíram primeiro a atenção, especialmente os que estavam posicionados no canto esquerdo da página. Títulos maiores atraíram mais a atenção do que os títulos menores. Depois os olhos foram ao texto. As fotografias atraíram a atenção dos leitores em terceiro lugar.

Como dito, assume-se aqui que os títulos almejam romper a desatenção crônica dos leitores e devem para isso ativar no receptor algum sentimento. Quando uma pessoa reage emocionalmente, mas inconscientemente ao estímulo dá-se a este fenômeno o nome de ‘subacepção’ (percepção subliminar). O que a corrente cognitiva considerada neste estudo apresenta é a perspectiva de que existe uma relação direta entre a manipulação da

⁶ www.poynter.org

informação e os sentimentos de uma pessoa. Por decorrência é possível afirmar que dois sujeitos poderão responder ao mesmo evento de maneiras distintas (polissemia), e que um indivíduo poderá reagir ao mesmo estímulo de maneiras opostas em momentos diferentes. Ainda, eventos distintos poderão causar a mesma emoção numa pessoa.

Objetivos

Este estudo visa (1) identificar as ‘imagens espelhadas’ e as ‘imagens reflexas’ produzidas por 100 títulos publicados no jornal Folha de São Paulo; (2) mostrar os tipos de cálculos cognitivo/afetivos que o público pode realizar no processamento mental deste material e (3) testar a recepção de 11 títulos selecionados. O cálculo cognitivo/afetivo do título ‘*Rebeldes invadem portão do complexo militar de Gaddafi, diz TV*’ exemplifica o procedimento que será aplicado a seguir.

Estímulo: Guerra/Conflito Armado

Cognição: Trata-se de uma guerra civil.

Emoção e Sentimento: Usualmente a guerra provoca uma série de sentimentos entre os envolvidos no conflito. Entre os que podem ser acionados estão *aflição, *ansiedade, *desespero, *horror, *medo, *ódio, *pânico, *temor, *terror. Ocorre que a guerra civil da Líbia é uma guerra distante. Este fato ameniza sobremaneira os sentimentos acionados por este título no caso do leitor brasileiro. Podem surgir então emoções brandas, entre elas *repulsa, *abominação, *apatia, *indiferença, *interesse, *preocupação, *temor e *tristeza.

Imagem Espelhada ou Invertida: Paz

Resultados:

1. Para realizar o cálculo cognitivo/afetivo dos 100 títulos são utilizados 11 *rationales* (exposição de motivos ou razões). As emoções apresentadas no cálculo afetivo de cada um deles derivam das respostas oferecidas pelos respondentes ao teste de recepção de 11 títulos selecionados (ver a seguir).

Cálculo Cognitivo /Afetivo dos Títulos Jornalísticos.

Tipos de *Rationales*

1. **Cálculo Cognitivo:** Trata-se de uma guerra num país distante do

Brasil.

Cálculo Afetivo: Como não há envolvimento direto do público leitor com o conflito anunciado pelo título o seu efeito no imaginário social é amenizado. Surgem sentimentos mais brandos dos que atingem os que estão envolvidos diretamente em conflitos desta natureza.

2. **Cálculo Cognitivo:** Trata-se de conflito político interno de um país estrangeiro.

Cálculo Afetivo: Como o input ecoa superficialmente no repertório do público este tipo de ocorrência gera um número menor de emoções/sentimentos (que podem ser contraditórios).

3. **Cálculo Cognitivo:** Trata-se de conflito envolvendo celebridade nacional.

Cálculo Afetivo: O título mobiliza em parte do público o desejo de fazer julgamento de valor do personagem uma vez que ele frequenta o imaginário social da comunidade.

4. **Cálculo Cognitivo:** Trata-se de conflito internacional envolvendo ator nacional.

Cálculo Afetivo: Ao contrário do *rationale I* há neste caso forte envolvimento emocional do público com o fato. A natureza polêmica do *dilema* anunciado pelo título pode produzir na audiência emoções/sentimentos contraditórios.

5. **Cálculo Cognitivo:** Trata-se de *conflito* envolvendo *atores nacionais*.

Cálculo Afetivo: A presença de celebridades produz forte envolvimento emocional do público com o fato anunciado no título.

6. **Cálculo Cognitivo:** Trata-se de ocorrência na qual os limites humanos são testados.

Cálculo Afetivo: A competição é tema frequente não só do jornalismo esportivo, mas também do econômico, internacional e político. Todos eles elaboram sobre dicotomias envolvendo heróis e bandidos, vitória e derrota, sucesso e fracasso, amor e ódio, vida e morte.

7. **Cálculo Cognitivo:** Trata-se de ocorrência envolvendo dano e culpa.

Cálculo Afetivo: As emoções/sentimentos provocadas no público pelo seu desejo de justiça são fortes.

8. **Cálculo Cognitivo:** Trata-se de ocorrência sobre fatalidade.

Cálculo Afetivo: A sorte, o erro e o acerto são temas que têm forte apelo popular, pois denotam os limites do ser humano.

9. **Cálculo Cognitivo:** Esta é uma categoria geral e inespecífica de título positivo. Por ser pouco frequente na agenda noticiosa ele chama a atenção do leitor.

Cálculo Afetivo: Estes títulos positivos diminuem a sensação de ameaça e de perigo que a instabilidade produz na sociedade. Portanto eles são bem-vindos porque são alvissareiros.

10. **Cálculo Cognitivo:** Trata-se de tema envolvendo hábitos e costumes

sociais.

Cálculo Afetivo: Por apresentar um dilema moral este tipo de título provoca a dúvida sobre o que é aceitável e correto e o que pode e deve ser alterado nos usos e costumes da sociedade.

11. **Cálculo cognitivo:** Esta é uma categoria geral e inespecífica de título negativo.

Cálculo afetivo: Este tipo de título aumenta a sensação de perigo que a instabilidade produz na sociedade. Portanto, ele tem impacto porque é ameaçador.

O anexo à página 23 apresenta exemplos de alguns dos 100 títulos das notícias examinados, o estímulo temático que cada um deles oferece ao cálculo cognitivo/afetivo, o tipo de cálculo que um leitor poderá fazer na sua interpretação dos títulos e as imagens mentais (espelhadas e reflexas) que deles decorrem.

O rationale 7 é o mais frequente. Ele foi aplicado 20 vezes na interpretação dos títulos. Os que se destacam a seguir são os racionais 1 (16 vezes), o 9 (14 vezes), o 8 (12 vezes), o 11 (9 vezes) e o 6 (8 vezes). Ou seja, o drama (alheio), as boas notícias (pouco frequentes, mas sempre bem-vindas), as tragédias e as más notícias (majoritárias), além da competição são os estímulos mais frequentes e disponíveis à percepção dos leitores nesta lista de 100 títulos.

2. A Tabela 1 identifica de forma resumida as ‘imagens espelhadas’ e as ‘imagens reflexas’ produzidas pelos 100 títulos.

Tabela 2: Os títulos e suas imagens espelhadas e reflexas.

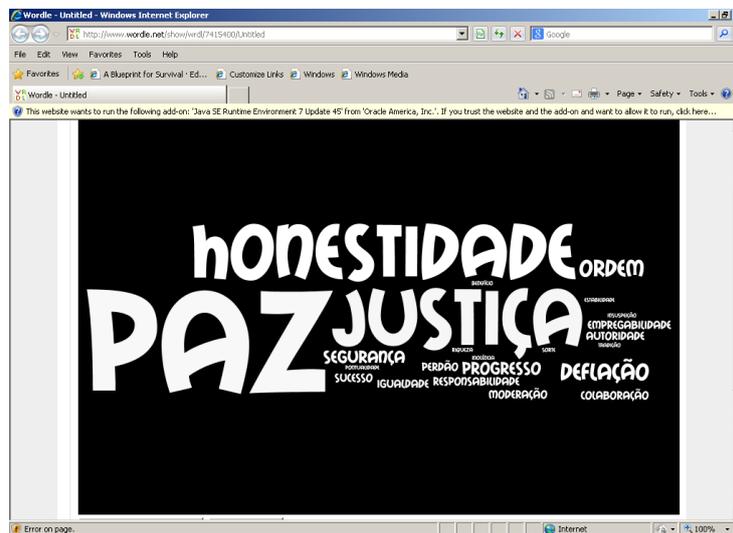
Temas de 100 títulos e a carga semântica correspondente.	Frequência.	Imagens espelhadas e reflexas	Frequência das imagens espelhadas	Frequência das imagens reflexas	Peso de cada imagem no inconsciente social.
1. (-) Conflito	10	1. Paz	22	-	22
2. (-) Guerra	12				
3. (-) Corrupção	10	2. Honestidade	10	-	10
4. (-) Competição	2	3. Colaboração	2	-	2
5. (-) Vendeta	1	4. Justiça	9	-	13
6. (-) Acerto de contas	1				
7. (-) Injustiça	1				
8. (-) Crime	6				
9. (+) Justiça					

	4			4	
10. (-) Erro	1	5. Acerto	1	-	1
11. (-) Inflação	2	6. Deflação	2	-	4
12. (+) Deflação				2	
13. (-) Inovação	1	7. Tradição	1	-	1
14. (-) Desperdício	2	8. Moderação	2	-	2
15. (-) Desventura	7	9. Ventura	7	-	7
16. (-) Fracasso	2	10. Sucesso	2	-	2
17. (-) Morte	3	11. Vida	5	-	5
18. (-) Luto	2				
19. (-) Prisão	2	12. Liberdade	2	-	2
20. (-) Irresponsabil.	2	13. Responsabilidade	2	-	2
21. (-) Caos	4	14. Ordem	4	-	6
22. (+) Ordem				2	
23. (-) Suspeição	1	15. Insuspeição	1	-	1
24. (-) Atraso	1	16. Pontualidade	1	-	1
25. (-) Perigo	3	17. Segurança	3	-	3
26. (-) Prejuízo	1	18. Benefício	1	-	1
27. (-) Azar	1	19. Sorte	1	-	2
28. (+) Sorte				1	
29. (-) Culpa	1	20. Inocência	1	-	1
30. (-) Pobreza	1	21. Riqueza	1	-	1
31. (+)Progresso	3	22. Progresso	-	3	3
32. (+) Emprego	2	23. Emprego	-	2	2
33. (+) Estabilidade	1	24. Estabilidade	-	1	1
34. (+) Riqueza	1	25. Riqueza	-	1	1
35. (+) Autoridade	2	26. Autoridade	-	2	2
36. (+) Perdão	1	27. Perdão	-	1	1
37. (+) Igualdade	1	28. Igualdade	-	1	1
Total.	80			20	100

A Tabela 2 mostra que a vasta maioria dos títulos da amostra analisada tem carga semântica negativa. Ou seja, a prática do jornalismo atual valoriza sobremaneira as más notícias. Os 100 títulos se concentram em poucos temas. Eles provocam no público um pequeno, mas denso volume de aspirações. Destacam-se os motivos da Paz, da Honestidade, da Justiça, da Boa Sorte (ou Boa Ventura) e da Ordem. Considerando o peso relativo de cada valor na lista dos 100 títulos pode-se afirmar que a imagem utópica latente na mente do receptor brasileiro teria então este formato.

Paz
 Paz Paz Paz Paz Paz Paz Paz Paz Paz Paz Paz Sucesso Sucesso Pontualidade
 Benefício Sorte Riqueza **Inocência** Estabilidade Insuspeição Tradição Moderação
 Moderação Autoridade Autoridade Perdão Perdão Igualdade Igualdade
 Empregabilidade Empregabilidade Progresso Progresso Progresso Colaboração
 Colaboração Segurança Segurança Segurança Responsabilidade Responsabilidade
 Ordem Ordem Ordem Ordem Deflação Deflação Deflação Deflação Justiça Justiça
 Justiça Justiça Justiça Justiça Justiça Justiça Justiça Justiça Justiça Justiça Justiça
 Honestidade Honestidade Honestidade Honestidade Honestidade Honestidade
 Honestidade Honestidade Honestidade Honestidade Honestidade Honestidade
 Honestidade

Esta é outra imagem da utopia latente gerada pelos 100 títulos da amostra.



<http://www.wordle.net/show/wrdl/7415400/Untitled>

3. A tabela 3 mostra a recepção de 11 títulos selecionados. Os 28 entrevistados responderam à pergunta *Que sentimento este título lhe causa?*

Tabela 3. Cálculo cognitivo/afetivo de 11 títulos. Que sentimento este título lhe causa?

<i>Título:</i>	<i>R</i>	<i>Cálculo afetivo/ Frequência</i>	<i>Título</i>	<i>R</i>	<i>Cálculo afetivo/ frequência</i>	<i>Título</i>	<i>R</i>	<i>Cálculo afetivo/ frequência</i>
<i>Rebeldes invadem portão do complexo militar de Gaddafi, diz TV</i>	1	Angústia Ansiedade Confusão Coragem Curiosidade /3 Desconfiança Desprezo /3 Expectativa Indignação/3 Insegurança Medo/ 2 Raiva /2 Revolta /2 Tensão Tristeza	<i>Agricultura teve licitações 'corrompidas', diz servidor</i>	5	Absurdo Angústia Contrariedade Decepção Desconfiança/3 Deslealdade Desprezo Incoerência Indiferença /2 Indignação/5 Irritação Justiça Nojo Raiva /4 Reprovação Revolta/3 Sofisma	<i>Engraxate mora em árvore em plena radial leste</i>	11	Admiração Angústia Curiosidade/4 Divertimento Dúvida Embaraçoso Hipocrisia Impotência/2 Indiferença Indiferença Indignação Interesse/2 Pena/3 Preocupação/2 Raiva/2 Revolta /2 Satisfação Surpreendente Tristeza/4
<i>Imprensa americana diz que Congresso chegou a acordo</i>	2	Bondoso Confusão Ciúme Curiosidade/7 Decepção Desamparo Dúvida Felicidade/2/ Impotência Indiferença Indignação Inveja Preocupação Prospecção Nojo Satisfação Tranquilidade4	<i>Cielo conquista ouro nos 50 m livre; Fratus termina em quinto</i>	6	Alegria/6 Euforia Felicidade/10 Indiferença /2 Orgulho/5 Prestígio Satisfação Vitória /2			
<i>Índice que reajusta aluguel cai pelo 2º mês, aponta FGV</i>	9	Afortunado Alegria Alívio Contente Decepção/2 Desconfiança/3 Felicidade/7 Preocupação Recompensado Satisfação Surpresa /2 Tranquilidade	<i>Mais da metade dos brasileiros são contra união gay, diz Ibope</i>	10	Absurdo Curiosidade Decepção/2 Desolação Desilusão Desamor Espanto Esperança Expectativa Fúria Indiferença Indignação/4 Insatisfação Maldade Nojo Ódio Raiva Repúdio			

					Revolta/6 Tristeza/5 Vergonha			
<i>Advogado entra com pedido para libertar ex-jogador Edmundo</i>	3	Curiosidade/5 Descumprimento Desamparo Discordância Esperança Indiferença/4 Indignada Injustiça Irresponsabilidade Justiça Raiva/2 Revolta/2 Saturado Tristeza	<i>Avião cai após decolagem e mata 16 em Recife</i>	8	Angústia Apreensão Desconforto Dó/2 Indiferença Injúria Insatisfação Luto Pena Preocupação /2 Revolta Tristeza/19			
<i>Itália vai recorrer contra Brasil por caso Battisti até 25 de junho</i>	4	Alegria Apreensão Desconforto Dissonância Impunidade/2 Desunião Indiferença/12 Indignação Justiça Vergonha Inútil Revolta/5	<i>Justiça foi feita, diz Obama sobre a morte de Bin Laden</i>	7	Cansaço Desconfiança/2 Desgosto Duvida/4 Felicidade Hesitação Impotência Impunidade Impotência Indiferença /2 Indignação Injustiça Repugnância Justiça Revolta/3 Raiva/2 Nojo Tristeza			

Recepção Afetiva

O Quadro 4 mostra as frequências das emoções registradas na tabela 3, as imagens espelhadas, as imagens reflexas e a utopia derivada das mesmas.

Quadro 4: As emoções derivadas das 11 notícias, segundo os 28 respondentes.

Sentimento Positivo	Frequência	Sentimento Negativo	Frequência	Utopia	Utopia	Neutro/frequência
<i>O pensamento otimista</i>		<i>O pensamento tóxico</i>		<i>Imagens reflexas/frequência</i>	<i>Imagens espelhadas/frequência</i>	
Admiração	2	Absurdo	2	Admiração/2	Ordem/37	Indiferença/77
Afortunado	2	Angústia	5	Alegria/16	Alegria/42	
Alegria	14	Ansiedade	2	Alívio/1	Certeza/12	
Alívio	1	Apreensão	3	Bondade/2	Bondade/7	
Bondade	2	Cansaço	2	Coragem/2	Abnegação/2	
Coragem	2	Ciúme	2	Curiosidade/22	Amparo/2	
Curiosidade	22	Confusão	3	Esperança/5	Confiança/2	
Esperança	5	Contrariedade	1	Felicidade/25	Lealdade/4	
Expectativa	4	Decepção	8	Interesse/2	Potência/8	
Felicidade	25	Desamor	2	Justiça/7	Justiça/10	
Euforia	2	Desamparo	2	Orgulho/3	Orgulho/2	
Interesse	2	Desconfiança	10	Paz/6	Paz/57	
Justiça	7	Desconforto	4	Prestígio/2	Dignidade/24	
Orgulho	3	Desgosto	1	Recompensa/1	Responsabilidade/1	

Prestígio	2	Desilusão	1	Satisfação/4	Segurança/1	
Recompensa	1	Deslealdade	2	Sorte/2	Prazer/12	
Satisfação	4	Desolação	1	Sucesso/1	Sucesso/1	
Surpresa	5	Desprezo	5	Surpresa/5	Encanto/1	
Tranquilizador	6	Desunião	2		Aprovação/2	
Sucesso	1	Discordância	2		Dinamismo/2	
		Dissonância	1		Desembaraço/2	
		Dó	3			
		Dúvida	10			
		Embaraçoso	2			
		Espanto	1			
		Fracasso	1			
		Fúria	1			
		Hesitação	2			
		Hipocrisia	2			
		Impotência	8			
		Impunidade	5			
		Incoerência	2			
		Indignação	24			
		Injúria	2			
		Inútil	1			
		Injustiça	3			
		Irresponsabilidade	1			
		Irritação	1			
		Insatisfação	4			
		Insegurança	1			
		Inveja	2			
		Luto	1			
		Maldade	2			
		Medo	5			
		Nojo	5			
		Ódio	2			
		Pena	1			
		Preocupação	10			
		Raiva	17			
		Reprovação	1			
		Repúdio	1			
		Repugnância	1			
		Revolta	28			
		Tensão	1			
		Tristeza	39			
		Vergonha	2			
Total	112 (24,6%)	-	256 (57,52%)			77 (17,11%)

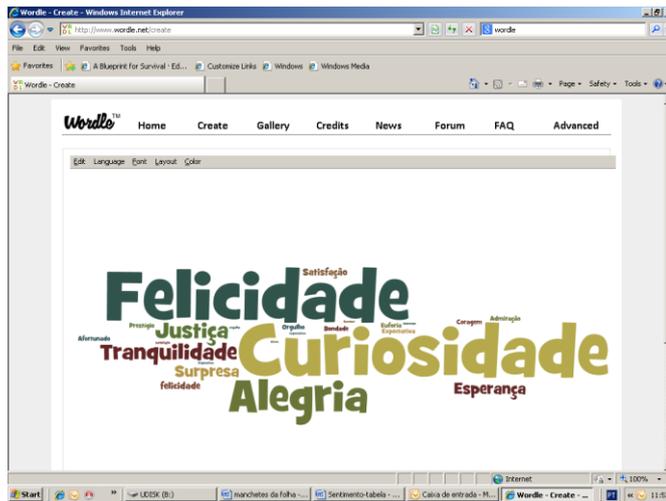
Cabe recordar que a energia acumulada em cada emoção isolada é infinitesimal. A imagem a seguir visa mostrar isso. Ela contempla a frequência de cada emoção assinalada na tabela 4 e a constituição (como exemplo) de dois *clusters* emocionais, um negativo e um positivo. Os *clusters* são formados por emoções afins. A solidez de um *cluster* deriva da energia acumulada na aliança constituída. Quando os sentimentos são díspares as emoções se repelem.

Idéia similar foi desenvolvida por Robert Plutchick em *The Nature of Emotions*.⁷ A perspectiva deste autor é darwiniana. O encontro da pessoa com seu ambiente demanda o exercício de sua habilidade adaptativa. As emoções (sentimentos ativados internamente na

⁷ <http://www.fractal.org/Bewustzijns-Besturings-Model/Nature-of-emotions.htm>

As imagens apresentadas a seguir exemplificam um instante ‘congelado’ deste fenômeno que em essência é cinético. As imagens mostram os sentimentos otimistas (positivos) gerados pelas 11 notícias da amostra entre os respondentes, os sentimentos tóxicos e o choque entre ambos, algo que deriva da convivência pouco amistosa que se estabelece entre emoções antagônicas.

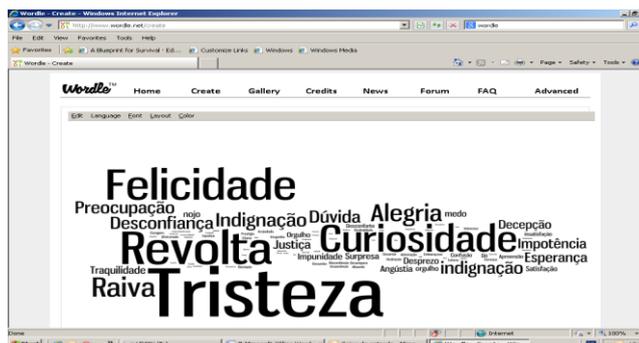
Os sentimentos otimistas que produzem a esperança.



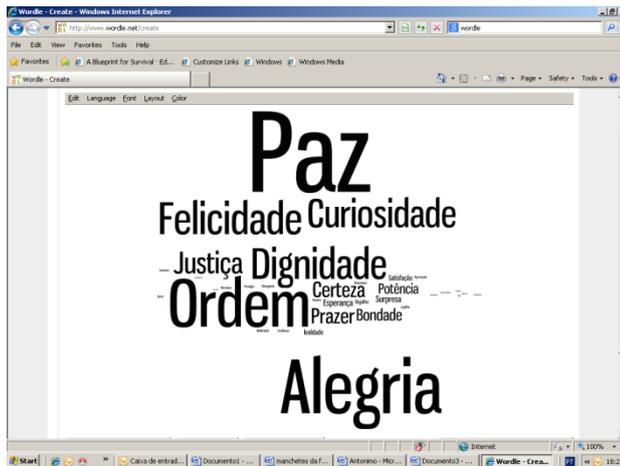
Os sentimentos tóxicos que produzem a decepção.



O choque das emoções



A utopia depositada no imaginário dos 28 respondentes.



Considerações finais

Como se sabe da história, no passado remoto houve inúmeras sublevações populares. E tal como acontece hoje em dia, muitas destas rebeliões surpreendiam os observadores. Nestas épocas antigas os anseios redentores que motivavam a explosão repentina do rancor e do ódio das massas não decorriam do cálculo inferencial realizado pelo público dos títulos das notícias. A imprensa simplesmente não existia e, portanto não exercia qualquer função na estimulação da ruminação coletiva. O fato nos leva à conclusão de que o noticiário não é a única fonte que contribui à consolidação das pulsões retificadoras que exigem expressão após um longo período de dormência e maturação no inconsciente social. O surgimento do jornal não mudou o panorama. Por um longo período ele não foi noticioso. Por exemplo, a revolução francesa sofreu forte influência dos periódicos, mas não do jornalismo. O mesmo ocorreu na revolução americana.

O noticiário é fenômeno da modernidade e da vida urbana. Por informar e despertar as paixões das massas, o jornal noticioso passou a ser temido, vigiado, censurado e perseguido. O fato explica também porque já no alvorecer da imprensa brasileira, assim como em outros países, o carimbo da censura oficial tornou-se uma exigência legal à sua circulação. Depois o desenvolvimento da mídia sofisticou sobremaneira a rede informativa, tornando-a ubíqua, capilarizada e incontrolável. Este desenvolvimento tornou impossível ao indivíduo isolar-se e evitar o impacto que a cobertura ininterrupta dos eventos causa. Pode-se afirmar que hoje em dia a vida social está *on line* e que ela é monitorada ao vivo pelo público. Portanto, assim como a ficção científica e a filosofia política, o jornalismo também educa as pessoas sobre o futuro.

Dito de outra maneira, o principal atributo do jornalismo é ser um instrumento útil à função adaptativa dos seres humanos aos seus ambientes. O poder da informação reside nesta sua propriedade estratégica de ajudar o público a evitar os riscos e a sobreviver se ajustando às novas circunstâncias emergentes. Ao contrário do que ocorria no passado remoto, quando o volume de informação processada e necessária a esta adequação às mudanças era pequeno, a sociedade complexa contemporânea exige forte monitoramento das ocorrências assim como o processamento de um largo e variado volume de dados.

O jornalismo é consumido porque provê antídotos à entropia. O jornal será necessário enquanto for capaz de oferecer ao leitor conteúdo informativo relevante e urgente à sua sobrevivência. Generalizando, a função social da mídia noticiosa é cumprir uma missão ‘darwiniana’. Afinal, “a atividade cognitiva precede as emoções no fluxo dos eventos psicológicos”. (Lazarus, 1991; p.127) Ao longo da existência e com a ajuda da imprensa a pessoa desenvolve crenças de como as coisas funcionam. Este conhecimento geral lhe permite estimar e avaliar de forma consciente ou inconsciente os efeitos de sua relação com ocorrências do seu ambiente. É neste momento que os seus sentimentos são acionados convertendo-se em emoções.

Como mencionado, outros fatores também contribuem à ativação das emoções que se combinam para romper o silêncio que é imposto ao cidadão pela norma e pelos costumes sociais. É impossível calcular o *mix* e o *quantum* de estímulos capazes de forjar num certo lugar e num certo tempo o espírito do “homem revoltado que não quer se curvar”, conforme Albert Camus. (1996, p.131) Este autor classifica este tipo de rebelião de ‘possessão’, ou seja, alguém que está possuído não só pela cólera, mas também pelo sonho arrebatador. (p.183) A rebelião dos estudantes em Paris em 1968; a derrubada do Muro de Berlim e o protesto dos jovens na Praça Celestial em Pequim em 1989; a rebelião das massas na União Soviética em 1991 e a rebelião dos jovens no mundo árabe iniciada em 2010 são exemplos recentes deste tipo de revolta que se difunde como um rastro de fogo, fenômeno que já há algum tempo se nomina de ‘contágio mental’. (Rapoport, 1970; Richardson, 1948; Sperber, 2011) O protesto e a violência são maneiras que o ‘homem revoltado’ encontra para resolver o conflito que emerge no choque emocional entre as pressões dos estímulos que lhe chegam desde fora e os que partem desde seu interior. (Lazarus, 1966; p.21)

O que este estudo deseja mostrar é o tipo de contribuição que o jornalismo pode fazer à difusão dos discursos utópicos que nos instantes de crise existencial conseguem inflamar o humor coletivo que até então ruminava e abominava em silêncio as dores do

mundo. Nosso exemplo mostra que caso os leitores brasileiros fossem expostos ao longo de suas vidas unicamente aos estímulos provocados pelos 100 títulos da amostra eles teriam sido atingidos por 21 valores produzidos por imagens espelhadas.⁸ Outros onze valores produzidos por imagens reflexas também se projetariam no inconsciente social. Todas estas imagens (as espelhadas e as reflexas) funcionam como ‘imprints’ mentais. ‘Imprinting’ ou ‘cunhagem’ é um conceito proposto pelo zoólogo austríaco Konrad Zacharias Lorenz. Ele sugere que para haver aprendizagem é necessária a exposição repetida do indivíduo a um mesmo estímulo ambiental. Estudos recentes realizados em laboratório mostram que este aprendizado não é nem rápido, nem irreversível e que não está restrito a um tempo crítico específico. (Cardoso, 2001) Segundo Lorenz, o ‘*imprinting*’ [causado pelos títulos, no caso deste estudo] tem um efeito retardado no comportamento das pessoas.

Os títulos noticiosos funcionam como anúncios. Dizem muito com poucas palavras e comunicam muito mais do que expressam. Desta maneira o jornalismo tenta furar o bloqueio da costumeira apatia da audiência. O título é também um alerta à necessidade de adaptação da pessoa às mudanças do ambiente. Estas poucas palavras transmitidas com certo alarde provocam nos leitores [de forma sutil e inconsciente] aspirações e desejos. Ou seja, a moral da história deriva do não dito, mas comunicado. O título é poderoso porque a mensagem utópica interdita é o viajante clandestino da notícia.

Referências bibliográficas

ALVES, Maura Ribeiro; Lopes, Renata Ferrez Fernandes & Lopes, Ederaldo José. ‘ O papel dos estados afetivos sobre os processos cognitivos de assimilação e acomodação. ’ **Paidéia** v.21 n.

50 Ribeirão Preto Set./Dec. 2011

ARMENGAUD, Françoise. **A Pragmática**. SP: Parábola Editorial. 2006

CAMUS, Albert. **O Homem Revoltado**. SP: Record. 1996

CARDOSO, Silvia Helena & Sabbatini, Renato M.E. ‘Learning who is your mother. The behavior of imprinting.’ **Brain & Mind Magazine**. n. 14. Universidade Estadual de Campinas. 2001

FORGAS, J.P. (Ed.) **Feeling and thinking: Affective influences on social cognition**. New York: Cambridge University Press. 2000

⁸ Isso se deve ao fato de que as latitudes semânticas de Paz e de Justiça acolhem seis ocorrências: a guerra, o conflito, a vendeta, o acerto de contas, a injustiça e o crime.

- FREUD, S. **Escritos sobre a psicologia do inconsciente**. RJ:Imago, 2004
- FROMM, Erich. **Meu Encontro com Freud e Marx**. RJ. Zahar. 1975
- GARDINER, Michael. ‘Henri Lefebvre and the Sociology of Boredom.’ **Theory, Culture & Society** 2012, v. 29, n. 2 37-62
- GARCIA, M.R. & Stark, P. **Eyes on the News**. St. Petersburg, Florida. The Poynter Institute. 1991
- GRICE, H.P. ‘Logic and Conversation’. **Syntax and semantics 3: Speech arts**. pp. 41-58 (1975)
- _____. ‘Meaning’. **The Philosophical Review**, Vol. 66, N.3, July, 1957
- HOL, QVIST, Kenneth; Holsanova, Jana; Barthelson, Maria & Lundqvist, Daniel. ‘Reading or Scanning? A Study of Newspaper and Net Paper Reading.’ In Radach, Ralph (ed.); Hyona, Jukka (ed) & Deubel, Heiner (ed). **The Mind’s Eye: Cognitive and Applied Aspects of Eye Movement Research**. North Holland, 2003, Capítulo 30.
- IBAÑOS, Ana Maria Tramunt & Jane Rita Caetano da Silveira (Orgs). **Na Interface semântica/pragmática**. Edipucrs. 2002
- JUNG, C.G. **Os arquétipos e o inconsciente coletivo**. Petrópolis:Vozes, 2000
- LAZARUS, Richard S. **Emotion and adaptation**. New York: Oxford University Press. 1991
- _____. **Personalidade e adaptação**. RJ: Zahar, 1966.
- LLOSA, Mario Vargas. ‘A realidade y la utopia.’ In **Nexos: Sociedade, Ciencia, Literatura**. Nov. 2010.
- LORENZ, Konrad Zacharias. **Os fundamentos da etologia**. SP: Unesp. 1993
- MANDLER, George. **Mind and Emotion**. John Wiley & Sons Inc 1975.
- _____. **Mind and Body. Psychology of Emotion and Stress**. W. W. Norton & Co Inc.1984.
- MANNHEIM, Karl. **Ideology & Utopia**. Harvest Book. 1985
- PASSIG, David. **Forcognito**. Miskal – Yedioth Ahronoth Books and Chemed Books, Tel Aviv/Israel. 2013 (em hebraico)
- PATEL, Neil & Putnam, Joseph. ‘The definitive guide to copywriting.’
<http://www.quicksprout.com/2013/10/07/the-definitive-guide-to-copywriting/>
- PLUTCHICK, Robert . **Emotion: Theory, research, and experience: Vol. 1. Theories of**

emotion 1, New York: Academic, 1980

_____. **Emotions and Life: Perspectives from Psychology, Biology, and Evolution**, Washington, DC: American Psychological Association, 2002

POPPER, Karl. **A Sociedade Aberta**. Itatiaia, BH. 1987

RAPOPORT, Anatol. **Fights, Games and Debates**. Michigan. The University of Michigan. 1970

RICCOEUR, Paul. **Ideologia y utopia**. Gedisa Editorial. 2001

_____. **Tempo e Narrativa**. Papirus. 1995

RICHARDSON, Lewis Fry. 'War Moods.' **Psychometrika**, v.13, n. 3-4, sept-dec., 1948

SARTORI, Giovanini. **The Theory of Democracy**. Seven Bridges. 1987

SOLOMON, Robert C. **The Passions, Emotions and the Meaning of Life**. 1993

SOREL, Georges. **Reflexões sobre a violência**. SP: Martins Fontes, 1992

SPERBERr, Dan. **A naturalistic ontology for mechanistic explanations in the social sciences**. Cambridge.: Cambridge University Press, 2011.

TATE, Ryan. 'Tabloid Chic. How Racy Headlines Unlock Money and Power.' **Wired**. 02/2013

WAINBERG, Jacques A. 'O dilema do rebelde: persuasão ou sectarismo.' **Galáxia**. (São Paulo, Online) n.26, p. 34-47, dez. 2013

Data da Publicação na Folha de São Paulo	Título da notícia	Estímulo e carga semântica	Cálculo cognitivo/afetivo dos títulos (ver a tabela acima) Número do rationale	Imagem espelhada e imagem reflexa Carga Semântica +
23/08/2011	Rebeldes invadem portão do complexo militar de Gaddafi, diz TV	guerra (-)	1	Paz
18/08/2011	Israel revida ataque e mata líder de facção palestina, diz grupo	guerra (-)	1	Paz
16/08/2011	Agricultura teve licitações 'corrompidas', diz servidor	corrupção (-)	5	honestidade
31/07/2011	Imprensa americana diz que Congresso chegou a acordo	conflito (-)	2	Paz
30/07/2011	Cielo conquista ouro nos 50 m livre; Fratus termina em quinto	competição (-)	6	colaboração
29/07/2011	Erro de pilotos do voo 447 pode elevar indenização, diz advogado	vendeta (-)	7	justiça
	Relatório do 447 aponta erro de piloto, diz jornal	erro (-)	8	acerto
28/07/2011	Índice que reajusta aluguel cai pelo 2º mês, aponta FGV.	inflação (-)	9	deflação
	Mais da metade dos brasileiros são contra união gay, diz Ibope	inovação (-)	10	tradição
26/07/2011	Brasil sobe para 5º em ranking de investimentos estrangeiros	progresso (+)	9	progresso
	Turistas brasileiros deixam recorde de US\$ 10 bi no exterior	desperdício (-)	7	moderação
	Investimento estrangeiro cresce 170% no semestre	progresso (+)	9	progresso
	Atirador norueguês tem células no exterior e usou drogas, diz advogado	conflito (-)	1	paz
25/07/2011	Dólar fecha a R\$ 1,54, a menor taxa em 12 anos	deflação (-)	9	deflação
	Juiz decreta prisão provisória de suspeito de ataques na Noruega	Crime (-)	7	justiça
22/07/2011	Explosão atinge prédio do governo na capital da Noruega	Conflito (-)	1	paz
21/07/2011	É função da Justiça checar assinaturas para PSD, diz Kassab	Corrupção (-)	5	honestidade
	É 'quase impossível' não haver problema no Dnit, diz Bernardo	Corrupção (-)	5	honestidade
	Perícia revela fraude para fundar partido de Kassab	Corrupção (-)	5	honestidade
19/07/2011	Desemprego recua para 6,2% e atinge menor patamar desde janeiro	Emprego (+)	9	emprego
	Dnit contrata irmão de dirigente para obras de R\$ 26 milhões	Corrupção (-)	5	honestidade
15/07/2011	Cai número de brasileiros que migram de região, diz IBGE	Estabilidade (+)	9	estabilidade
14/07/2011	Família de Jean Charles pede investigação sobre suposto grampo	Crime (-)	7	justiça
	Família de Jean Charles pode ter sido vítima de grampos de tabloide	Injustiça (-)	7	justiça
13/07/2011	Avião cai após decolagem e mata 16 em Recife	Desventura (-)	8	ventura
12/07/2011	Procuradoria denuncia ex-diretora da Anac por tragédia da TAM	Culpa (-)	7	inocência
	Estado vai repassar conta de hospitais a planos de saúde	acerto de contas (-)	7	justiça
11/07/2011	Inadimplência no semestre tem maior alta em 9 anos	Pobreza (-)	11	riqueza
	Mesmo com PPP, verba pública banca estádios da Copa	Desperdício (-)	7	moderação
08/07/2011	ANS fixa limite de 7,69% para reajuste de planos de saúde	Autoridade (+)	9	autoridade