

MARCIO POETSCH FERREIRA

**A RETÓRICA DO TÍTULO E O POLEMISMO:  
O DESAFIO DA CONQUISTA DA ATENÇÃO DO PÚBLICO LEITOR  
NO CONTEXTO DA COMUNIDADE BLOGUEIRA**

Dissertação apresentada como requisito para obtenção do título de Mestre em Comunicação Social, no Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, área de concentração: Práticas Profissionais e Processos Sociopolíticos nas Mídias e na Comunicação das Organizações.

Orientador: Prof. Dr. Jacques Wainberg

Porto Alegre

2009

## Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

F383r      Ferreira, Marcio Poetsch  
                    A retórica do título e o polemismo: o desafio da conquista da  
                    atenção do público leitor no contexto da comunidade blogueira.  
                    / Marcio Poetsch Ferreira. – Porto Alegre, 2009.  
                    106 f.

                    Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Faculdade  
                    de Comunicação Social, PUCRS.  
                    Orientação: Prof. Dr. Jacques Wainberg.

                    1. Comunicação Social. 2. Blogs. 3. Polemismo.  
                    4. Jornalismo. 5. Discurso. 6. Postagem. 7. Retórica.  
                    I. Wainberg, Jacques. II. Título.

**CDD 070.41**

**Ficha elaborada pela bibliotecária Cíntia Borges Greff CRB 10/1437**

MARCIO POETSCH FERREIRA

**A RETÓRICA DO TÍTULO E O POLEMISMO:  
O DESAFIO DA CONQUISTA DA ATENÇÃO DO PÚBLICO LEITOR  
NO CONTEXTO DA COMUNIDADE BLOGUEIRA**

Dissertação apresentada como requisito para obtenção do título de Mestre em Comunicação Social, no Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, área de concentração: Práticas Profissionais e Processos Sociopolíticos nas Mídias e na Comunicação das Organizações.

BANCA EXAMINADORA

---

Orientador: Prof. Dr. Jacques Wainberg - PUCRS

---

Prof. Dr. Juremir Machado da Silva - PUCRS

---

Prof. Dr. Jorge Campos - PUCRS

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Evolução da humanidade.....	21
Figura 2: Jornalismo gráfico – imagem do <i>blog</i> marciopoetsch.com.....	43
Figura 3: Tragédia em Santo André – <i>Blog</i> do Reinaldo Azevedo .....	59
Figura 4: Desenho da pesquisa.....	62
Figura 5: Lula e os argentinos – <i>Blog</i> do Noblat.....	67
Figura 6: Tarso e o You Tube – <i>Blog</i> do Reinaldo Azevedo .....	70
Figura 7: Transatlântico brasileiro – <i>Blog</i> do Josias de Souza .....	72
Figura 8: Língua estrangeira – <i>Blog</i> do Reinaldo Azevedo .....	73
Figura 9: Robespierre – <i>Blog</i> do Reinaldo Azevedo.....	77
Figura 10: Pilantragem intelectual – <i>Blog</i> de Reinaldo Azevedo em 10/8/2008 .....	78
Figura 11: Corvos – <i>Blog</i> do Reinaldo Azevedo.....	81
Figura 12: Humanismo – <i>Blog</i> do Reinaldo Azevedo .....	82
Figura 13: Safado do ano – <i>Blog</i> do Noblat em 14/8/2008.....	84
Figura 14: Risco de Politização – <i>Blog</i> do Josias.....	86
Figura 15: Ajuda humanitária – <i>Blog</i> de Reinaldo Azevedo .....	87
Figura 16: Ufanismo – <i>Blog</i> do Reinaldo Azevedo .....	89
Figura 17: Avaliação da titulação polemista .....	94
Figura 18: Avaliação da titulação polemista de Reinaldo Azevedo .....	95
Figura 19: Manchetes da Folha – <i>Blog</i> de Reinaldo Azevedo.....	96
Figura 20: Avaliação da titulação polemista de Ricardo Noblat.....	98
Figura 21: Avaliação da titulação polemista de Josias de Souza .....	99
Figura 22: Avaliação da retórica da intransigência.....	100
Figura 23: Avaliação das teses referentes à retórica da intransigência .....	101

## RESUMO

O presente trabalho propõe-se a fazer um estudo das titulações polemistas nos *blogs* dos três jornalistas políticos mais lidos do Brasil. Além disso, a proposta é a da verificação da retórica da intransigência desta mesma amostra. O método utilizado foi o estudo de caso, através o *ranking* do Technorati. Entende-se que, em função de ser uma mídia nova, ainda inexplorada, esta é uma forma peculiar de se fazer jornalismo, até mesmo em função da fisiologia da *internet*, pois necessita do *insight*/despertar do leitor em um texto menor do que o texto impresso. Assim, as definições clássicas de jornalismo tornaram-se superadas, pois a neutralidade, idealizada em outros séculos, dá lugar à editorialização da notícia.

**Palavras-chave:** *blogs*, polemismo, jornalismo, discurso, título, postagem, persuasão, retórica.

## **ABSTRACT**

This paper proposes the study of polemist titles in blogs of the three most widely read political journalists in Brazil. It is also proposed to verify the rhetoric of the intransigence at the same sample. Case study was the method proposed through the Technorati ranking. As a new media, unexplored yet, the blogs seem that they are just the beginning of a peculiar way of doing journalism, even according to the Internet physiology, where it is expected the reader awakening in a text smaller than the text printed. Thus, the traditional definitions of journalism have become overcome, because the news edition, inside the blogs, took place of the neutrality idealized in other centuries.

**Keywords:** blogs, polemism, journalism, speech, title, post, persuasion, rhetoric.

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	<b>9</b>
<b>2 O POLEMISMO</b> .....	<b>13</b>
2.1 O POLEMISTA .....	13
2.2 O DISCURSO POLÊMICO .....	16
<b>3 OS BLOGS</b> .....	<b>20</b>
3.1 A CIBERCULTURA .....	20
3.2 A <i>WEB</i> .....	22
3.3 A DEFINIÇÃO DE <i>BLOG</i> E A ORIGEM DA BLOGOSFERA .....	26
3.4 OS <i>BLOGS</i> JORNALÍSTICOS .....	28
<b>4 O TÍTULO</b> .....	<b>35</b>
4.1 A NOTÍCIA X A POSTAGEM .....	35
4.2 TÍTULO .....	38
<b>5 O DISCURSO E A RETÓRICA DA INTRANSIGÊNCIA</b> .....	<b>45</b>
5.1 OS SOFISTAS .....	45
5.2 A IDEOLOGIA .....	48
5.3 A RETÓRICA DA INTRANSIGÊNCIA .....	50
<b>5.3.1 Tese da Perversidade</b> .....	<b>50</b>

<b>5.3.2 Tese da Futilidade</b> .....	52
<b>5.3.3 Tese da Ameaça</b> .....	53
5.4 O DISCURSO E O <i>INSIGHT</i> .....	55
5.5 A PERSUASÃO E A SEDUÇÃO .....	57
6 METODOLOGIA.....	61
6.1 OBJETIVOS .....	61
6.2 MÉTODO DA PESQUISA .....	62
<b>6.2.1 Definição dos <i>Blogs</i> que serão estudados – Estudo de Caso</b> .....	63
<b>7 ANÁLISE DA PESQUISA</b> .....	66
7.1 ANÁLISE DA TITULAÇÃO POLEMISTA.....	66
7.2 ANÁLISE DAS TITULAÇÕES QUANTO À RETÓRICA DA INTRANSIGÊNCIA .	86
7.3 RESULTADOS DA PESQUISA.....	93
<b>8 CONCLUSÃO</b> .....	<b>102</b>
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	<b>104</b>
<b>APÊNDICE A - AVALIAÇÃO DOS TÍTULOS POLEMISTAS</b> .....	109
<b>APÊNDICE B - AVALIAÇÃO DA RETÓRICA DA INTRANSIGÊNCIA</b> .....	111



## 1 INTRODUÇÃO

Vive-se a Era dos *Blogs*, ou seja, uma era em que as pessoas vivem em constante interação. Nela ocorre a necessidade de expressão individual do cidadão. Ele deseja manifestar seus ideais, valores e sentimentos. Por decorrência, torna-se “autor”.

Também ocorre a busca de informação por parte daqueles providos de uma necessidade de alcançar benefícios tanto econômicos quanto intelectuais. Através da inclusão tecnológica, passam a vislumbrar novas oportunidades de renda, pois em um mundo globalizado, a informação é primordial para a percepção do que é mais benéfico e vantajoso.

As ações nas bolsas de valores são um dos exemplos desta relação rápida entre emissão e recepção de informação, para a realização de determinado objetivo econômico e financeiro. Assim, o acionista examina o mercado de ações em várias cidades do mundo e, em curto espaço de tempo, compra e vende “papéis”.

Ocorre com os *blogs* o mesmo fenômeno. O que não é atualizado, marginalizado está. Para tanto, é necessária a manutenção da informação de tempos em tempos, para que aquele que a necessita deposite crédito neste meio de comunicação. Assim, há de se estar conectado durante boa parte do dia.

Com o *blog*, a notícia está segmentada, isto é, especializada. A fim de corresponder com eficácia a esta exigência de informações atualizadas, foram necessárias mudanças na forma de se fazer notícias. Objetividade e concisão são duas inovações hoje disseminadas não só na mídia impressa como também no jornalismo *online*. O *blog* igualmente adotou tais características.

Um exemplo desta nova relação entre emissor e receptor de notícias foi dado por um empresário ligado à área de celulose. Davis Feffer, presidente da Suzano  *Holding*, destacou, durante a abertura do Fórum da Liberdade<sup>1</sup>, realizado no mês de abril de 2008, em Porto Alegre, a maneira como o cidadão deve estar preparado nesta, que se denomina ser a geração “y” ou “net”. De acordo com Feffer, a geração,

---

<sup>1</sup> Disponível em: <http://www.forumdaliberdade.com.br>. Acessado em 7/4/2008.

criada no mundo digital, necessita estar conectada à *web* durante várias horas do dia, pois a informação é hoje fonte vital para a pertença de um indivíduo à sociedade global. É a geração que não se amedronta com a hierarquia de cargos, colocando-se intelectualmente em um patamar acima do tradicional relacionamento entre patrões e empregados. Trata-se de uma geração nômade que, baseada em sua grande capacidade intelectual, migra, conforme seus ideais, não se prendendo a trabalhos/cargos considerados “estagnados”.

Esta descrição ajuda a precisar a definição do objetivo desta pesquisa, que é a de destacar a maneira através da qual os blogueiros cativam o receptor, construindo títulos de tal forma que estimulem a leitura do restante da postagem.

Como destacado anteriormente, a alta rotatividade das postagens e a velocidade da produção da informação é característica deste mundo conectado/globalizado. Assim, uma notícia relevante às 17 horas da tarde de uma quinta-feira será lida por um leitor de um *blog* às 20 horas, por exemplo. O fato é que, durante estas três horas, outras notícias tiveram de ser postadas no *blog* pelo jornalista/blogueiro, pois é o caráter de velocidade que torna o *blog* dinâmico, caso contrário, não terá credibilidade.

Tem-se aí um problema. Como lidar com o rápido envelhecimento das notícias em um *blog*?

A criatividade do jornalista/blogueiro deve entrar em ação. Aqui entra o fator geração “y”: a busca pelo que é novo e o algo a mais que o jornalista/blogueiro terá de inventar no título da postagem, a fim de despertar a atenção do leitor, no que se refere à mensagem em questão. Utiliza-se, pois, o discurso polemista. Neste estudo, este gênero, utilizado na titulação das postagens de um *blog*, será descrito e considerado. Além disso, será realizado também outro estudo visando a classificar os títulos de acordo com o que propõe a retórica da intransigência, como exposto no capítulo 7.

O gênero jornalístico polemista se destaca principalmente na área política, tanto no Brasil como no resto do mundo. Desta forma, partindo de relações extremas de simpatia e de antipatia por ideologias e também por partidos políticos, o polemista

se posiciona, sempre destacando seu ponto de vista que, na grande maioria dos casos, choca-se com princípios preconcebidos da sociedade em geral.

Para que os objetivos desta pesquisa sejam alcançados, organiza-se o trabalho da seguinte forma:

O capítulo 2 trata do polemismo. A primeira parte apresenta uma definição sobre o personagem do discurso polêmico, ou seja, o polemista. Na segunda, são apresentadas as características do discurso polêmico.

O capítulo 3 trata dos *blogs*. O primeiro sub-capítulo apresenta uma conceituação de cibercultura, comparada a outros tempos. No segundo, são destacadas as características da *web*, tais como: não linearidade, fisiologia, instantaneidade, dirigibilidade, qualificação, custos de produção e de veiculação, interatividade, pessoalidade, acessibilidade e receptor ativo. É salientada também a definição de *web 2.0*. No terceiro sub-capítulo, é explicitada a definição de *blog*, além de ser contextualizada a origem da blogosfera. Nessa seção, contrasta-se a definição de *blog* de diversos autores. Na quarta e última parte desse capítulo, é apresentada a história de como se formaram os *blogs* jornalísticos, exemplificados com casos notórios recentes.

O capítulo 4 destaca os títulos. A primeira parte do capítulo contrasta a notícia e a postagem em um *blog*. A segunda apresenta as distintas definições para o título e, é, nessa seção, que se encontram explicitados todos os princípios que definem o que é um título polemista.

O capítulo 5 é referente ao discurso e à retórica da intransigência. Nele há cinco divisões: os sofistas, a ideologia, a retórica da intransigência, o discurso e o *insight* e a persuasão e a sedução. A primeira parte faz uma breve introdução da história da retórica, desde seu surgimento na Grécia antiga. Após, são destacados os valores ideológicos que sempre motivaram o discurso ao longo da história, tal qual o “culto” ao discurso sobre os protagonistas. Na terceira parte, é explicitado o conceito de retórica da intransigência, definido por Albert Hirschman (1992). Logo após, são destacadas as definições de tese da perversidade, da tese da futilidade e da tese da ameaça. O discurso e o *insight* são apresentadas na quarta parte desse capítulo. São destacadas, sobretudo, as definições de Charaudeau e de

Maingueneau. Na quinta parte desse capítulo, são caracterizadas as definições de persuasão de sedução. Trata-se de um conceito proveniente da publicidade, mas que pode ser remetido ao jornalismo dos tempos atuais.

No capítulo 6, é destacada a metodologia deste trabalho.

O capítulo 7 apresenta a análise dos títulos nos *blogs*, de acordo com as propriedades da titulação polemista e da retórica da intransigência. Por fim, na última parte, são mostrados os resultados desta pesquisa.

O capítulo 8 apresenta a conclusão deste estudo.

## 2 O POLEMISMO

Nesta seção, aborda-se o tema polemismo: o polemista e o seu tipo de discurso. Trata-se da apresentação da personalidade do cidadão que vislumbra, neste gênero jornalístico, a oportunidade de fazer valer o seu *insight*, ou seja, propagar tudo aquilo que a sociedade em geral visualiza como impróprio. Seu desejo é quebrar tabus, questionar o até então inquestionável. Este capítulo também apresenta as barreiras que o polemista tem de enfrentar, pois se encontra situado à margem de uma sociedade. Assim, ele procura enxergar de fora os fatos cotidianos, abstraindo-se de valores e de vícios pertinentes de uma sociedade estável/tradicional, para uma eterna busca de novos valores que poderão tornar-se legítimos no futuro.

### 2.1 O POLEMISTA

O *status-quo* é uma denominação que remete ao “estado atual das coisas”. Nessa situação, não se vislumbra nem se almeja mudanças de qualquer ordem. O oposto disto é a inquietação. Esta semeia novos horizontes, novos riscos e principalmente conflitos. Ao chocarem-se, estes pólos conservadores e inquietos tornam-se rivais/divergentes. Enquanto um anseia pela manutenção da situação atual, o outro busca o que não se tem. Há, então, uma queda de braços entre o imediatismo (e o medo de perder o que já foi adquirido) e o reformista (e seu espírito de aventura). Conforme Wainberg *et al.* (2002), “o polemista é um ser *sui generis*, ou seja, é aquela pessoa que deseja estar onde todas as outras se recusam, ficando, portanto, à margem do dito ‘senso comum’”.

Desta forma, jornalistas conservadores não acolhem o jornalista polemista, pois são avessos à sua crítica voraz e impertinente. Consideram-no um aproveitador, um ser paradoxal e marginal.

Assim, o pólo conservador sente-se lesado com as revoluções idealizadas por seus colegas considerados “utópicos” e passa a enxergar os mesmos como “vedetes” da profissão ou até mesmo profissionais frustrados.

O fato é que a história mostra que o surgimento deste gênero jornalístico foi intensamente praticado no século XX. Ele se desenvolveu através da luta pelo poder, ou seja, por ação de imprensa partidária e militante que migrava em direção contrária à ética estabelecida por aqueles considerados meros “reprodutores da notícia”.

Na história do jornalismo sempre foi possível distinguir este segmento da contracultura, vocacionado ao *underground*, ou de oposição política, na qual se confunde a informação com a propaganda. A imprensa polemista vive destes embates, mas seu público é sectário sempre. Cabe recordar a experiência da imprensa partidária da República de Weimar. Os jornalistas tornaram-se, neste curto e trágico período, mais militantes de partidos políticos em luta pelo poder e menos, muito menos, agentes do esclarecimento público (WAINBERG *et al.*, 2002)

Este confronto entre o tradicional e o novo já tinha aparecido na imprensa brasileira em 1808. Segundo Petrik (2006), foi devido a esse intuito de novidade que a primeira publicação nacional, a ser editada por Hipólito José da Costa, foi impedida de circular no país. A seu tempo e naquele contexto, Hipólito era um polemista.

Pode-se dizer, dessa forma, que o polemista é um autor que se auto-recicla regularmente. Em outras palavras, Wainberg *et al.* (2002) destacam que o polemista é um inovador que junta peças diversas e acaba por criar um novo ser. Outra característica peculiar é que este nunca reconhece seu erro, pois, se assim o faz, perde a referência de “profeta”, de senhor da razão e de revolucionário.

Como afirmam Wainberg *et al.* (2002), em função do polemista, e, como consequência à polêmica, as crenças são desafiadas. Os autores sugerem também que não é a presença do polemista que determina o caráter polêmico de determinado tema, mas, sim, a função de romper com o trivial, já que o polemista é anterior à polêmica. Dito de outro modo, a função do polemista é a de surpreender a guarda, pegar o inimigo desprevenido.

Para que essa “guarda” possa ser surpreendida, este tem de se visualizar como um “semi-deus”. Quando redige uma matéria ou emite uma opinião, não pondera sobre outros pontos de vista.

A controvérsia é raramente bem vinda ao ambiente jornalístico. O polemista rejeita o corporativismo. Um exemplo desse tipo de comportamento é o fato de a imprensa não ter citado, em 2006, o nome do assessor de imprensa do então ministro da Fazenda, Antônio Palocci, que havia quebrado o sigilo bancário do caseiro e opositor ao então ministro. Prevaleceu a cultura de preservar colegas de profissão. O nome acabou revelado pelo polemista Diogo Mainardi em sua coluna semanal da revista *Veja*<sup>2</sup>.

No Brasil, percebe-se a intervenção de um polemista, em especial, quando ocorrem disputas entre dois grupos divergentes. Os “PTelhos” e “tucanalhas” são exemplos destes grupos. Foram assim denominados na blogosfera. Nesse tipo de confronto, o importante não é a busca de soluções, mas, sim, da disputa. Acusa-se o rival, antes de tudo, enaltecendo a si mesmo como o visionário do além.

É através deste tipo de confronto que se dissemina o novo. Em outras palavras, a partir do caos se gera a ordem. O confronto e o conflito são traumáticos, porém necessários para a sociedade sair da inércia e buscar novos desafios. Para este objetivo, não há melhor motivador que o polemista. De acordo com Petrik (2006, p. 116), a figura do polemista é tão importante para o jornalismo que “excluir o polemista do âmbito do jornalismo é esforço explicável apenas como forma de confortar a rejeição e o mal estar que provocam – inclusive, e principalmente, entre os demais jornalistas”.

A “manutenção” do *status quo*, citado inicialmente, quando em excesso, acarreta um sedentarismo intelectual. É preciso a ambição, pois é ela que proporciona os novos desafios da vida. O polemista o desperta, através do discurso polêmico.

---

<sup>2</sup> *Veja*, 26 abr. 2006, p. 29.

## 2.2 O DISCURSO POLÊMICO

O discurso polêmico ainda não recebeu devida atenção por parte da academia. Isto é constatado pela pequena bibliografia encontrada sobre este tema. Assim, Wainberg *et al.* (2002) destacam que: “há que se dizer por fim que nem o tema polêmico nem a cobertura polêmica demandam uma mídia polemista. Ela existe, mas este é um terceiro e distinto caso”.

O termo polêmica banalizou-se, difundiu-se nas manchetes jornalísticas e extrapolou seu significado original. A ancestralidade do assunto nos remete aos gregos, que têm nos filósofos pré-socráticos os primeiros observadores, ainda que não de forma tão explícita. O termo polêmica origina-se do grego *polemos*, luta, embate conflito. Carrega, portanto, sempre consigo um dilema, algo a ser respondido (PETRIK, 2006, p. 12).

A polêmica necessita ter uma forma, ou seja, um rosto que deve ser a marca e a credibilidade do texto. Deve ser o alvo, a referência e o carrasco. Nesse mesmo sentido, Wainberg *et al.* (2002) afirmam que “de fato, não se supõe razoável um texto polêmico anônimo de interlocutores. A pessoalização dramática dos envolvidos é uma das marcas mais típicas do DP”.

Desta maneira, é a dramatização a ferramenta primordial para que o “ator” polemista usufrua de seus atributos, com o objetivo de chamar a atenção de seu público. Ela representa sua maneira de ser e de pensar. Um exemplo dessa pessoalização dramática se deu com a teatralidade de um dos pioneiros do gênero: Paulo Francis, falecido no ano de 1997, mas que notabilizou-se como polemista em meados da década de 1980. Francis tornou-se folclórico, pois criou um personagem de si mesmo, sobretudo através de sua fala. O polemista aumentava a entonação na última palavra de cada frase. Dessa maneira, até mesmo as crianças começaram a imitá-lo. Os constantes ataques de Francis eram pessoais, diferentemente do que se vê entre os polemistas nos atuais dias. Petrik (2006) destaca que, certa vez, Francis insultou a atriz Tônia Carrero, chamando-a de “prostituta”. Tal fato se deu em virtude da existência de um artigo escrito por Carrero em um jornal carioca, no qual Francis ofendeu-se com a argumentação da atriz sobre a sua suposta promiscuidade sexual, o que não era verdade.



Nesse mesmo sentido, Wainberg *et al.* (2002) afirmam que: “a polêmica, por isso, é sempre um show de esgrima no qual o inimigo é visível. Para conseguir mobilizar seus efeitos de cólera e paixão, tal controvérsia é pública sempre e não titubeia em aprisionar no alvo o opositor”. Tais autores vão além, mencionando o termo “gladiadores em luta”.

Para representar um gladiador, é necessária uma ousadia adicional à encontrada em um cidadão comum. É alicerçada pela opinião, ou seja, pela busca de uma explicação, que desperta no indivíduo uma angústia. Uma angústia que deriva do processo criativo que, enquanto não é definido, gera uma inquietude.

Se dependesse da ideologia conservadora, o mundo não evoluiria. Para efeito de exemplificação, bastaria imaginar a decisão de Cristóvão Colombo em capitanear inúmeras caravelas rumo ao então desconhecido. Dessa forma, constata-se que Colombo era um ser à margem de sua época. Muitos o viam como um lunático, um ser utópico. O mesmo ocorreu com outras tantas personalidades da história. O que diriam de Colombo naquela época? O que diriam de Friedrich Nietzsche e de Freud, que foram homens muito à frente de seus tempos e viveram em sociedades altamente conservadoras.

Sobre este tema cabe lembrar o que nos diz Jody Berland, especialista em geografia das comunicações da *York University*. ‘Que é uma margem?’, perguntou ele a um amigo seu. ‘É o que está fora do corpo do texto’, respondeu-lhe o amigo. ‘É o que mantém a página unida. É também onde você escreve as notas’. (WAINBERG *et al.*, 2002)

A verdade é que as pessoas têm resistência ao novo. Porém, quando a tradição é quebrada, avança-se.

Constata-se que as normas dão uma orientação para o comportamento das pessoas. O polemista, no entanto, as confronta e as desafia.

O conflito se dá e assim sempre se dará, visto que, de acordo com Overberg (1999, p. 68), “[...] a diversidade de critérios nos lembra que pessoas sinceras podem chegar a conclusões diferentes”. Assim, o discernimento de um indivíduo está além do alcance do outro.

O emissor/ideólogo do confronto de idéias faz, por exemplo, com que os receptores passem a ler mais escritos em jornais, sejam espectadores assíduos de programas de televisão, demonstrando sentimentos de amor ou de ódio com algo ou alguém. Em outras palavras, trata-se aqui de uma relação extrema, isto é, praticamente não existe meio termo. Dessa forma, o articulista desperta a reflexão, muitas vezes nunca pensada pelos receptores, já que, como se vê, a verdade é pré-concebida através do tempo. Nesta mesma perspectiva, Gomes (2003, p. 80) propõe que: “na subjetividade do texto, aparece a saída para um tipo de jornalismo menos comprometido com a imagem imediata e, mais reflexivo, no sentido da interpretação dos fatos”.

É importante enfatizar que a imagem imediata é fruto do jornalismo do ocidente, ou seja, um jornalismo causa e efeito, proveniente de René Descartes. Por isso, o termo “polemismo” é novo. No entanto, a sua essência é velha, ou seja, ela estimula a reflexão, fazendo com que o leitor tenha que dissecar a informação proveniente daquele texto.

Nesta tradição de crítica ao cartesianismo, vale destacar o físico austríaco, Fritjof Capra, que lançou, em 1982, o livro *Ponto de Mutação*. Nele, Capra faz duras críticas ao pensamento cartesiano na Biologia, na Psicologia, na Medicina e na Economia, exemplificando como esta abordagem ocidental reducionista de encarar o mundo acarreta impasses repentinos e radicais. Assim, Capra destaca o pensamento sistêmico como mais eficaz do que o pensamento cartesiano.

Assim, conforme Gomes (2003), o polemismo lida com esta transdisciplinariedade, proveniente do pensamento sistêmico, que tem por objetivo analisar o maior contexto possível. Afirma ainda o autor que, com a visão sistêmica, têm-se vários ângulos para que se possa analisar o mesmo fato, rompendo paradigmas. Nesse contexto, Gomes (2003, p. 85) afirma que: “a ironia é o procedimento pelo qual se desmontam os clichês e se tenta mostrar o engano da percepção escondido em verdades bem assentadas”.

A ironia é reverenciada nos novos meios de comunicação, tal como a *internet*. Ela é também visível no discurso polêmico dos *blogs*. Diogo Mainardi, um dos grandes polemistas brasileiros da atualidade, há tempo desmerece os blogueiros,

comparando-os a “macacos”. O polemista escreveu, em sua coluna, em uma recente edição<sup>3</sup>, que a *internet* representava o retorno da piada enlatada. Era um polemista em ação, ou seja, ele, Diogo Mainardi, escrevia e descaracterizava esta nova mídia, a fim de se vender como o polemista mais original, já que a *internet* ameaça multiplicar o número de concorrentes ao cargo de Mainardi. Entre os exemplos desta ameaça, pode-se citar o seu colega da revista *Veja*, Reinaldo Azevedo. Ironicamente, como um bom polemista, Mainardi fez uso de citações comuns na *internet*, como: “kkk”, “hahaha” ou até mesmo “rsrsrs”. O fato é que estas construções de risadas são uma maneira de polemizar um enunciado desprovido de uma determinada entonação fonética, necessária para o discurso polemista como fala.

---

<sup>3</sup> *Veja*, 2 abr. 2008.

### 3 OS BLOGS

Nesta seção, o tema central apresentado são os *blogs*. Ela está dividida em quatro partes. A primeira trata da cibercultura de forma abrangente e destaca a relação humana com a tecnologia. Na segunda parte, é mostrada a *web*, ou seja, esta nova forma de comunicação e de difusão que modificou o mundo, tornando-o uma aldeia global. Na terceira parte, o *blog* é definido e a sua evolução é descrita. Por fim, na quarta parte, são destacados os *blogs* políticos no Brasil e no mundo.

#### 3.1 A CIBERCULTURA

Para analisar os *blogs*, é necessário observar também o processo do aparecimento desta nova mídia que é a *internet*.

Com ela, têm-se a “convergência tecnológica”. Para adaptar-se a este novo ambiente tecnológico, é necessária uma atualização constante em todas as profissões. Para este estudo, destaca-se o jornalista, e, para tanto, constata-se que este também sente as transformações que a profissão enfrenta. Assim, Rocha (2006, p. 102) afirma que: “O jornalista está em conexão permanente com seus leitores. O tempo real das relações na *internet* também reconfiguram a noção de tempo e de espaço na rotina de uma redação”.

No final do século XX, início do século XXI, a humanidade se encontra diante de uma nova revolução dos meios de comunicação. Todas as invenções: imprensa, telégrafo, telefone, cinema, rádio e televisão significaram profundas alterações na vida do homem. Todavia, a transformação que se passa hoje, através do advento do computador, da *internet* e da *web*, está causando uma efervescência na história das tecnologias do imaginário (ROCHA, 2006, p. 104).

O chamado tempo real desdobra-se em virtual. Pierre Lévy (1999), filósofo da tecnologia, constata que os termos “virtual” e “real” não são antônimos. Para o autor,

o virtual é o real em potencial. É o virtual que, com o advento da *internet*, fez que as fronteiras geográficas desaparecessem. Rocha (2006) acrescenta que: “De qualquer ponto, seja na terra, na água ou no ar, tem-se a oportunidade de comunicar-se em instantes, numa velocidade surpreendente, que anula as distâncias e não depende das alterações climáticas”.

Tal fato fora tratado em 1962 por Marshall McLuhan, ao publicar *A Galáxia de Gutenberg*, com suas argumentações a respeito da aldeia global.

Já na época de Gutenberg, o inventor dos tipos móveis, o homem provia seu comportamento mecanicamente, pois era a forma de caracterização da época. Nos atuais dias, a caracterização mudou:

Ao fazer essa analogia com o sistema envolvido na caracterização do espaço virtual, isto é, o universo da cibercultura, tem-se a mesma percepção: o ciberespaço como extensão do homem contemporâneo. Hoje, as relações humanas acontecem também em um plano virtual. A eletricidade acompanha o florescimento do ciberespaço (ROCHA, 2006, p. 106).

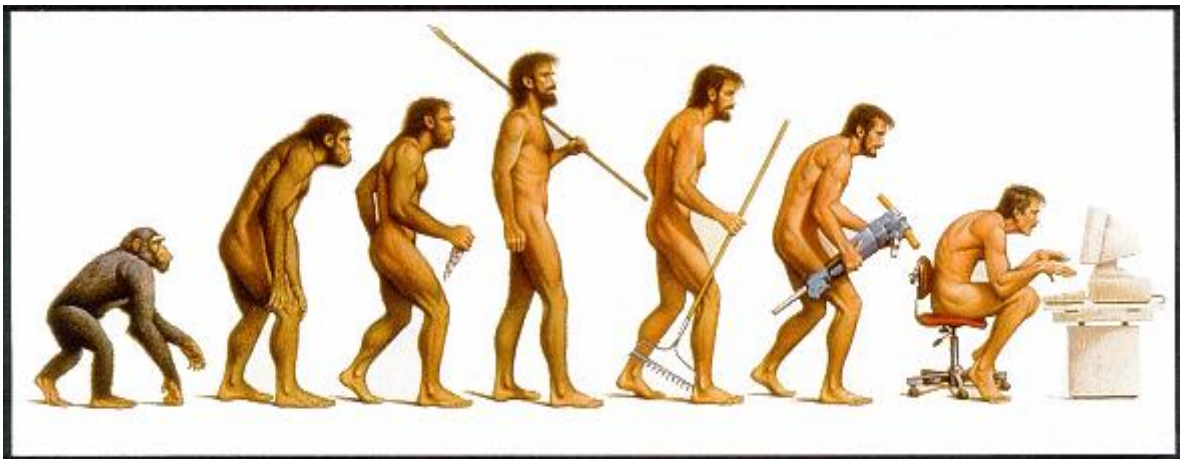


Figura 1: Evolução da humanidade

Fonte: <<http://aglobal.com>>, 2008.

Como as outras tecnologias, a cibercultura é também uma extensão do homem. Da mesma forma, as demais novas tecnologias de comunicação são “próteses do corpo”, como proposto por McLuhan. Os aparelhos celulares são um exemplo deste tipo de acessório. Tais próteses são de vital importância para o bom

desempenho profissional e até mesmo social de um indivíduo. Há de se estar conectado em rede.

A visão otimista da cibercultura é combatida asperamente por autores que afirmam que esta é um recurso do sistema capitalista, afirmando que não há nada de salutar no atual contexto histórico. Assim, o que há é o contínuo processo de exploração econômica. Rüdiger (2006, p. 35) afirma que: “No passado, o homem concebeu vários projetos de sociedade. Agora, esse tempo passou. No horizonte da cibercultura, pensa-se em projetos de mundo”. Assim, para o autor, o ser humano passou a ser irrelevante. O importante é a forma e não mais o conteúdo. Em outras palavras, o autor destaca que o humano parou de se preocupar com sua espécie. Contrariamente à idéia de buscar a “ajuda” a todos, passou-se a buscar o desconhecido, as novidades, tornando, então, o homem pós-humano.

Discordâncias ideológicas à parte, o fato é que a *internet* modificou a vida dos indivíduos em um intervalo de tempo mínimo, tornando a produzir informação e, talvez, conhecimento em escalas superiores as de muitos séculos somados.

Esta é uma era originada pelas inúmeras descobertas anteriores, tais quais a eletricidade e o silício, por exemplo, que possibilitaram o surgimento da *internet*. Porém, a velocidade de transformação de uma sociedade nunca obteve tamanha velocidade.

### 3.2 A WEB

A velocidade da informação da *internet* transformou-a em uma “super-estrada” da comunicação. Por enquanto, este meio de comunicação ainda rivaliza com a televisão, o jornal e outros veículos de troca e de difusão da informação. Mas, no futuro, esta emergente mídia tende a sintetizar todas as outras, daí o nome multimídia, ou até mesmo “unimídia”, como propõe o pensador da tecnologia, Pierre Lévy (1999). Segundo o autor, multimídia seriam as tradicionais mídias, conhecidas como impressa, sonora e visual. A soma delas seria denominada multimídia, ou seja,

a união de várias mídias. No que concerne à convergência das mídias, em uma só, como ocorre com o computador, o autor propõe o termo unimídia.

De acordo com Pinho (2003), a *internet* possui inúmeras diferenças em relação à mídia tradicional. Entre elas, pode-se citar: não-linearidade, fisiologia, instantaneidade, dirigibilidade, qualificação, custos de produção e de veiculação, interatividade, pessoalidade, acessibilidade e receptor ativo.

No que concerne à não-linearidade, exemplifica-se que a leitura em um texto de papel é linear, ou seja, é lido da esquerda para a direita, palavra por palavra. Já na internet, a leitura continua sendo lida da esquerda para direita, porém o início, o meio e o fim, tal como a leitura de um livro, por exemplo, fica a critério do navegador/internauta. Denomina-se hipertexto a possibilidade de movimentação da estrutura de informações, ou seja, clicando em um *link*, o usuário se remete a outra página, da qual se abrem outras tantas infinitas possibilidades de acessos, chamando-se, assim, teias da informação.

Outro aspecto interessante referente à maneira como o usuário acumula a percepção neste novo meio é a fisiologia da *internet*. Assim, Pinho (2003, p. 51) enfatiza: “[...] o internauta lê mais devagar na tela do monitor e, assim, a recomendação é que o texto, preparado para a internet, seja cerca de 50% mais curto do escrito para papel”. Em outro relato, é destacado que na *web* nossos olhos piscam menos do que as dezesseis vezes por minuto, com a vista relaxada, podendo levar a uma maior incidência de fadiga visual.

Escreva umas poucas centenas de palavras no seu computador sem usar os recursos de ortografia e de gramática do programa de processador de texto. Quando estiver terminado, edite na tela. Corrija todos os erros que você vir. Agora imprima uma cópia e leia novamente o texto. Com certeza, você encontrará mais erros. Como você pode cometer estes enganos tão óbvios? Simples. No papel, as letras são escuras, dotadas de profundidade e com excelente resolução. A única luz é refletida fora do papel e não vem do outro lado (PINHO, 2003, p. 184).

Como foi visto anteriormente, a instantaneidade é uma importante característica do webjornalismo. Em outros tempos, o furo jornalístico só era dado

por jornais ou revistas, além de ter duração prevista de vinte e quatro horas. Assim, somente um dia após, outros veículos divulgavam o furo jornalístico de veículo concorrente, já que a publicação da edição seguinte despendia tempo. Isto, com exceção de alguns furos noticiosos, divulgados pelo rádio, que também é uma mídia instantânea, mas que não possui um caráter investigativo abrangente, tais quais estas outras mídias impressas. Nos atuais dias, quem divulga os furos é a mídia *online*, ou seja, os webjornalistas, blogueiros, etc.

Um dos aspectos mais importantes, senão o mais importante encontrado no webjornalismo, é a dirigibilidade. Na *internet*, a notícia pode ser difundida sem nenhum filtro, ou seja, de caráter simplesmente pessoal e opinativo, sem qualquer rejeição para divulgá-la.

Outra categoria apresentada por Pinho (2003) é a qualificação do público que acessa a *internet*. Embora, desde a publicação do livro deste autor em 2003, até os atuais dias, o acesso à *internet* tenha aumentado no Brasil, pesquisas apontam que somente uma minoria dos cidadãos tem acesso a este meio. Ainda assim, predomina no país o “analfabeto funcional”, o cidadão que lê, mas não sabe interpretar seu conteúdo.

No que tange ao custo de produção e de veiculação, vale assinalar que a *internet* é menos dispendiosa em relação a outras mídias. Outro fato consistente se dá na comparação entre a interatividade proporcionada pela televisão e a *internet*. Verifica-se que a segunda possui grandes recursos interativos em detrimento da primeira.

A possibilidade de qualquer indivíduo de colocar seu próprio conteúdo neste meio tecnológico é denominada de pessoalidade. Também, a acessibilidade é fator primordial de diferenciação entre as outras mídias. A acessibilidade é constante, ou seja, a informação estará lá, em determinado endereço eletrônico, durante as vinte e quatro horas do dia, nos trezentos e sessenta e cinco dias do ano. Fato este impossível de se cumprir em qualquer outra mídia.

Quanto às características, apresentadas por Pinho (2003), tem-se, por último, o receptor ativo, que é aquele que tem a possibilidade de emissão de *feedback* em qualquer mensagem.



A *internet*, por ser um meio democrático, com o acesso liberado a qualquer cidadão, permite que a informação circule livremente.

Também, verificou-se, com o passar do tempo, que era preciso fazer com que o leitor interagisse mais com os portais, pois todos buscavam a fidelização do leitor. Esta fidelização buscava uma maior participação do usuário com o emissor. Para isso, foi necessária a “manutenção” de suporte. Ela se dava com atualizações, fóruns, questões que fizessem com que o receptor passasse a se sentir especial, personalizado/participativo, ou seja, não sendo mais um alvo entre os milhões de cidadãos, a ser utilizado como objeto de manobra midiática, visados somente ao consumo. O Google é um exemplo deste caso. Através de um mapeamento, busca identificar, no computador do usuário, suas necessidades e seus gostos. Este mapeamento se dá por cadastros em *sites*, redes de relacionamento, etc. Desta forma, desapareceram os *sites*, que inicialmente eram apenas *folders* institucionais, e começou a surgir a *Web 2.0*.

A expressão “*web 2.0*” foi primeiramente cunhada por Tim O’Reilly e desdobrou-se em uma série de conferências e de livros, atingindo grande popularidade nas comunidades de desenvolvimento *web*. Trata-se de uma plataforma, também chamada de segunda geração da *world wide web*. Nesse conceito, reforça-se a tendência da colaboração, principalmente na *Wikipédia*, da enciclopédia digital, que é escrita de forma colaborativa, isto é, todos inserem as suas definições e os seus complementos. Pode-se aqui denominar inteligência coletiva superficial, idealizada pelo filósofo Pierre Lévy (1999), na década de 90.

De acordo com o jornal Folha de São Paulo<sup>4</sup>, o glossário da *web 2.0* consiste dos seguintes termos: *AdSense*, *Ajax*, *Mash-ups*, *RSS*, *Tagging*, *Wiki* e *blogs*.

O *AdSense* é o plano de publicidade do Google, a empresa que mais fatura na *web*. Este plano ajuda criadores de *sites*, como os *blogs*, a ganhar dinheiro em seu trabalho. Outro exemplo é a publicidade no Google. Desta forma, é uma empresa paga para que os seus resultados de busca para determinada palavra, e, conseqüentemente, sua marca, encontre-se nas primeiras posições. Assim, o valor a pagar pela publicidade é relativo aos números de cliques.

---

<sup>4</sup> Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/foalha/informatica/ult124u20173.shtml>>. Acesso em: 16/5/2008.

O *Ajax* é um pacote de tecnologias altamente interativo. Usado inicialmente pela empresa Microsoft, difundiu-se somente com o Google, com o intuito da utilização de aplicativos interativos, com serviços de mapas *on-line*.

Os *Mash-ups* são serviços criados pela combinação de dois aplicativos. Um exemplo seria misturar um serviço de mapas *on-line*, com um anúncio de imóveis.

O *RSS* significa distribuição realmente simples e designa uma maneira de distribuir a informação, com as quais o usuário da *web* solicita.

O *Tagging* é a rotulação. Oferece aos usuários uma maneira de rotular palavras-chave em seu texto, ajudando a categorizá-las e a facilitar sua obtenção por outros usuários.

Os *Wikis* são escritas colaborativas. Um exemplo é a *Wikipédia*, uma grande enciclopédia digital, que pode ser escrita por qualquer indivíduo conectado na rede.

Por fim, os *blogs*, que estão entre as primeiras ferramentas de *web 2.0*, a serem usadas amplamente, além de possuírem um baixíssimo custo.

### 3.3 A DEFINIÇÃO DE *BLOG* E A ORIGEM DA BLOGOSFERA

O surgimento dos *blogs* se deu de forma esporádica. Inicialmente, eram páginas pessoais, utilizadas como *links* de *sites*, que podiam ser utilizados como uma espécie de agenda digital, ou seja, a inserção dos *links* com os quais o usuário mais se identificava. A partir daí, houve uma evolução com a elaboração de catálogos de fotos que, posteriormente, passou-se a denominar de *fotolog*. Por decorrência, as páginas da *web*, destinadas exclusivamente às publicações escritas, foram conceitualizadas como *weblog* e, mais tarde, somente *blogs*.

De acordo com Hewitt (2007, p. 9), “*Blog* é a contração da palavra inglesa *weblog*. Logo significa diário, como o diário de um capitão de navio”. Ainda, segundo Hewitt (2007, p. 99), acredita-se que “o primeiro ‘*weblog*’ tenha sido chamado assim por um certo Jorn Barger, em dezembro de 1997”.

Em um *blog* não há censura, restrição ou imposição de espécie alguma para você manifestar seus pensamentos e opiniões. Assim, o que difere o *blog* de um *site* convencional é a facilidade com que podem ser realizados os registros no que remete à atualização, fazendo com que o *blog* se torne mais dinâmico. Para Primo e Recuero (2003, p. 55), “os *weblogs*, ou simplesmente *blogs*, são sistemas de publicação na *web*, baseados nos princípios de micro conteúdo e de atualização freqüente”.

A definição de *blog* de Primo e Recuero (2003), citada acima, possui pertinência, exceto pelo complemento, de que necessitam de atualização constante. Mesmo que não se atualizem com novos conteúdos, frequentemente, este não deixará de ser *blog*.

O mais apropriado seria destacar que o *blog*, ao defini-lo, estará sujeito a ser mudado. Diversos autores destacaram que este é um local de “espaço público”, onde quem acessa pode se manifestar e redigir sobre o que se está sendo tratado. Esta é uma definição imprecisa. A blogosfera lançou recentemente *blogs* privados. Nele, o autor do *blog* determina quem poderá ler. Trata-se de envio de senhas somente ao gosto e critério do autor. Então, o conceito de espaço público cai por terra.

Outro exemplo de imprecisão se dá com a denominação “diários”, tal qual se deu com o surgimento dos *blogs*, destacados única e exclusivamente como diários de adolescentes. Esse conceito não recebe muita simpatia por parte dos milhares de blogueiros existentes na blogosfera, já que diário remete à escrita íntima, enquanto muitos blogueiros, das mais variadas idades, não consideram seus textos como pertencentes à escrita íntima, pois estes escrevem para *blogs* de diferentes gêneros, tais quais os corporativos, de comunicação interna, etc.

[...] os próprios blogueiros não aceitam que seus semelhantes usem a mesma mídia para criar um diário de caráter confessional, pessoal. Em sua entrevista, o blogueiro Edney Soares de Souza registra sua desaprovação à definição recorrente do *blog*: ‘Em primeiro lugar, esqueça o *blog* como um diário pessoal! Isto é o que a mídia mais falou até agora, porém é aquilo que os blogueiros mais rejeitam: O rótulo de diário! O encanto do *blog* é ter a sua própria publicação, dar a sua opinião, palpite, pitaco, etc’ (SCHITTINE, 2004, p. 165).

Com uma analogia profunda e como se a história estivesse sendo repetida, Hewitt (2007) compara o surgimento da blogosfera com a ação de Martinho Lutero, que repassou informação às demais classes sociais, as que não detinham os conhecimentos bíblicos. Destaca o autor (2006, p. 77) “[...] tente estudar o que aconteceu depois do desafio de Lutero à autoridade de Roma. O que Lutero foi para o Papa Leão X, os blogueiros são para a mídia hegemônica”.

### 3.4 OS BLOGS JORNALÍSTICOS

A mídia convencional está aparentemente perdendo espaço. As facilidades da comunicação, proporcionadas pela *internet*, em que todos são “ouvidos”, isto é, têm a possibilidade de se manifestarem através dos *blogs*, tornam esta ferramenta atrativa se comparada aos veículos tradicionais.

Os meios de comunicação tradicionais perderam parte de seu encanto. Porém, aqui, mais uma vez, utiliza-se Hewitt (2007) para enfatizar que, contudo, esta velha mídia não está morta, nem o será. Ela complementarará tanto os *blogs* quanto os portais de notícia *online*. Desta maneira, um *blog* ou portal *online*, por exemplo, poderá ser fiscalizador dos conteúdos veiculados nesta velha mídia, já que os *blogs* necessitam dos recursos jornalísticos desses grandes meios de comunicação, para que sejam escritas respectivas postagens sobre o tema.

Schittine (2004) cita o exemplo do jornal britânico, *The Guardian*, que contratou um blogueiro iraquiano, a fim de descrever sobre o dia-a-dia da capital Bagdá. A autora destaca que, a partir desse fato, não era mais o blogueiro que procurava o meio de comunicação para se informar, mas, sim, que o processo estava sendo executado de maneira inversa, isto é, o meio de comunicação começava a se informar através do blogueiro.

Os críticos dos *blogs* afirmam que “pequenas páginas” não respeitam a veracidade da notícia, colocando-as no ar sem ao menos procurar e checar os fatos.

De outra forma, seus apoiadores contra-argumentam que a transparência e a possibilidade dos comentários dos leitores são motivos de sucesso dos *blogs* jornalísticos. Conforme Hewitt (2006, p. 106), “em uma época de debate radicalizado, nunca antes a verdade esteve tão disponível. Agradeça aos<sup>5</sup> camaradas de pijama. E os leia”.

Fenômeno de comunicação, evolução da internet, moda na *web*, “coisa de nerd”, são alguns dos rótulos dados aos *weblogs* (ou *blogs* simplesmente) por um certo número de usuários pouco mais ‘especializados’ do que o “simples navegante” (PAZ, 2003, p. 67).

Simpatizando ou não com os blogueiros, o fato é que foram estes “camaradas de pijama” que alteraram o destino das eleições norte-americanas em 2004. Naquele ano, o então candidato pelo partido democrata à presidência dos Estados Unidos, John Kerry, afirmou, em campanha, que tinha posição contrária à guerra no Iraque, já que havia prestado serviço militar na Guerra do Vietnã. Este afirmou que, naquela guerra, o navio no qual prestava serviço havia sido alvejado por tropas aliadas no Natal de 1968, em pleno mar do Camboja. Concluía ainda que as tropas aliadas estavam alcoolizadas, “comemorando” a data.

Foi quando, de acordo com Hewitt (2007), ocorreu uma “infestação”. Esta se deu no sentido de convocar veteranos de guerra, com o objetivo de comprovar que tal operação nunca havia existido, ou seja, tratava-se de uma calúnia do candidato democrata. A “infestação” começou entre os blogueiros republicanos, forçando, no final, à adesão da notícia por jornais de ideologia liberal, isto é, simpatizantes ao candidato autor da farsa, tal como o *New York Times* e o *Los Angeles Times*. Ao final, o candidato, autor da calúnia, viu-se obrigado a confessar a culpabilidade neste episódio, fazendo com que o destino daquela eleição fosse alterado.

Este é um modo extremamente bem estruturado e estabelecido com os propósitos de atacar, de todas as direções, um ponto, ou pontos específicos. Pode-se fazer uma analogia com uma guerra, por exemplo. De vários pontos, isto é, via

---

<sup>5</sup> Camaradas de pijama é o termo que a mídia norte-americana utilizava até pouco tempo atrás para conceituar a turma da blogosfera, rotulando-a como desocupados.

mar, ar e terra, as tropas atacam grandes alvos em curto espaço de tempo e cessam, migrando cada uma para um lado. Isso se dá geralmente com caças aéreos e também mísseis, disparados dos navios, etc. Segundo Hewitt (2006, p. 32), “o objetivo é convergir rápida e disfarçadamente para um alvo, atacá-lo, então partir e dispersar, estando imediatamente prontas para se recombinarem para um novo pulso”.

Foi assim que os republicanos atacaram o candidato democrata, John Kerry, nas eleições de 2004: por meio de uma “infestação”, igualmente conceituada no Brasil como “*marketing viral*”. Verifica-se também que é, por meio da *internet*, especialmente os *blogs*, que grandes empresas brasileiras e também campanhas eleitorais de políticos desenvolvem mecanismos de compelir tais ameaças e boatos, de forma para que não ocorram deslizos em seus objetivos.

Uma subdivisão dos *blogs* jornalísticos, ou até mesmo uma especialidade de *blogs* jornalísticos, são os que abrangem a área política. Para Hewitt (2007), os *blogs* políticos foram originados após os *blogs* de guerra, isto é, em seguida do sucesso dos relatos após o 11 de setembro, data em que a comunicação, através dos meios tradicionais e também da *internet*, tornou-se caótica, em função, é claro, dos atentados terroristas. Por outro lado, Schittine (2004) diz que o conceito de *blogs* de guerra e políticos complementam-se.

[...] muitos outros blogueiros, inclusive brasileiros, precisaram desenvolver uma função de jornalistas nesse dia. Isso porque, após os atentados, os portais de notícias do Brasil e do mundo ficaram congestionados. A mídia tradicional se deparava com diversas dificuldades, os jornais ainda precisavam apurar as idéias, e a televisão enfrentava problemas de transmissão. A internet, que normalmente teria sido mais rápido de veicular as notícias, sofria com a impossibilidade de suportar as inúmeras tentativas de acesso. Ficou difícil para os usuários entrarem nos principais *sites* de notícias como a CNN, a MSN, a BBC, a Fox News e outros. As páginas dos *sites* se configuravam de uma maneira extremamente lenta (SCHITTINE, 2004, p. 158).

Conforme Schittine (2004), os blogueiros escrevem para um dia poderem ser reconhecidos pela grande massa, passando, desta forma, a ser contratados por um grande jornal. Ela ainda constata que, diferentemente dos jornalistas tradicionais, os blogueiros escrevem sem censura, ou seja, estão livres para exprimir um ponto de vista, conquistando um grande número de leitores, oriundos da velha mídia.

Sob o aspecto da linguagem em um *blog*, Geraldles (2005) sugere que estes receberam dois tipos de influência, aparentemente antagônicas: a linguagem descontraída e personalística dos *blogs* diários e a noção de interesse público do jornalismo convencional.

O autor assinala ainda que os *blogs* jornalísticos receberam dois tipos de influência: a linguagem coloquial, isto, é, uma linguagem descontraída; e a noção de um interesse abrangente, oriunda do jornalismo convencional.

Para Aldé e Chagas (2005), a credibilidade dos jornalistas *online* encontra-se situada fora da *web*. De acordo com eles, isto se dá em função da procura por informações, pois usuários acessam apenas *sites* confiáveis, os da imprensa tradicional. Tal versão, defendida pelos autores, mostra-se um tanto remota, pois, na data em que foi redigido tal artigo, até os dias de hoje, muita coisa mudou. O que dizer de blogueiros famosos como Reinaldo Azevedo? O fato é que este se consolidou nacionalmente como referência de jornalismo político através de seu *blog*. Os autores acrescentam ainda que existem dois tipos de *blogs* políticos: os patrocinados pelos meios tradicionais, ou seja, os autorizados pelos espaços de jornal, de portais etc; os que são mantidos de maneira independente e que, muitas vezes, são assinados com pseudônimos, que impedem a identificação do jornalista.

Assim, os *blogs*, patrocinados por meios tradicionais, isto é, os corporativos, possuem um gênero híbrido entre jornalismo-de-opinião e sua contraparte noticiosa. Em muitos casos, a mídia utiliza este jornalista para rebater acusações, ou até mesmo tornar explícitos argumentos os quais a mídia não pode publicar, em função de não possuir aparatos seguros, com a certeza da credibilidade da informação. Verifica-se, dessa forma, que, para a análise dos *blogs*, há de ser verificado este hibridismo como forma de diferenciá-los. Um *blog* de um grande portal, ou seja, corporativo, não pode, nem deve ser analisado da mesma forma do que um *blog* independente, opinativo.

Nessa contextualização, ao analisar os *blogs* corporativos, Christofolletti e Laux (2006) assinalam que o de Reinaldo Azevedo<sup>6</sup> não difere visualmente da

---

<sup>6</sup> Disponível em <http://veja.abril.com.br/blogs/reinaldo/>.

versão original e editorial da revista *Veja*, enquanto o do Josias<sup>7</sup> assemelha-se às características editoriais do jornal *Folha de São Paulo*. Com o *blog* do Noblat ocorre o mesmo. Noblat passou pela UOL, pelo grupo Estado e, atualmente, encontra-se no portal do jornal *O Globo*. O surgimento de seu *blog* se deu por acaso. Ao reclamar para seus colegas da falta de espaço para a inserção de notícias no jornal, foi sugerida ao jornalista a criação de um *blog*. Esse jornalista, que não conhecia esta ferramenta, ficou satisfeito com esta descoberta, pois encontrara um meio de publicar todas as notícias que considerava importantes.

Para Alessandra Dalé *et al.* (2007, p. 36), “Ricardo Noblat tornou-se, neste sentido, um personagem em outros *blogs*, que o tomam como referência, reverenciando-o, séria ou ironicamente, como uma espécie de bandeirante da categoria ‘blog jornalístico’ no Brasil”. Tal posto aparece nos atuais dias na pessoa de Reinaldo Azevedo, pois defende um ideal apaixonado, polêmico, sempre provocando o receptor.

Schittine (2004) destaca que historicamente foi, em 2001, que houve a primeira aparição polêmica com relação aos *blogs* políticos no Brasil.

O diarista virtual Sérgio Faria é um dos blogueiros mais respeitados pelo grupo. Isso porque Sérgio, além de ser um dos pioneiros no gênero – tem um blog desde janeiro de 2001 –, escreve de uma maneira clara, embora subjetiva – provavelmente por ser redator de publicidade –, e foi o primeiro a dar um ‘furo’ jornalístico no universo blogueiro. Em maio de 2001, quando o então senador Antônio Carlos Magalhães renunciou ao mandato, o blog de Sérgio, Catarro Verde, noticiou, em primeira mão, que o discurso proferido por ACM tinha sido plagiado de um antigo discurso do ex-senador Afonso Arinos.

O plágio só veio à tona por causa de um *hobby* de Sérgio que funciona como uma fonte de pesquisa: ‘Como gosto de colecionar documentos sonoros, entre eles os discurso do ACM, tinha certeza que já tinha ouvido aquilo em algum lugar. Procurei nos meus arquivos e na internet, encontrei o original e coloquei no blog’ (SCHITTINE, 2004, p. 162).

O fato é que, de acordo com a autora, esta notícia acabou sendo veiculada nos principais jornais do Brasil. A verdade é que, no livro de Schittine, aparece uma nota de rodapé, acusando o blogueiro de plágio de um colega seu, de veículo

---

<sup>7</sup> Disponível em <http://josiasdesouza.folha.blog.uol.com.br/>



tradicional, ou seja, da mídia impressa. Desta forma, o furo jornalístico teria sido dado por outro jornalista.

Com uma frequência cada vez maior, inúmeras citações em *blogs* passaram a ser referências no mundo político. De acordo com Dalé *et al.* (2007, p. 37), com a enorme repercussão do *blog* do Noblat no jornal O Globo, a colunista, Cora Rónai, trazia comentários sobre a fala de Roberto Jefferson à CPI. Havia dito ela: “O que realmente mexeu comigo foi a rapidíssima referência que ele fez ao *blog* do Noblat [...]”.

A CPI do mensalão, em 2005, transmitida pelos canais da Câmara e do Senado, serviu para a consolidação dos *blogs* políticos no Brasil. O jornal Folha de São Paulo tornou a descrever em sua coluna “mídia” o que estavam postando os principais blogueiros políticos brasileiros. Esta foi uma relação de complemento entre mídia tradicional e mídia nova, citada anteriormente, pois aqueles que liam sobre política na Folha eram potenciais interessados em acessar tais *blogs*.

Outra situação emblemática aconteceu com o senador Eduardo Suplicy, que havia mudado seu voto no Conselho de Ética em 2005, em consideração às opiniões dos leitores no *blog* de Ricardo Noblat. Os *blogs* políticos envolvem paixões, isto é, por se tratarem de pontos de vista divergentes, de oposição feroz uns aos outros. Dessa forma, independente do conteúdo de determinada notícia, o que realmente vale ao blogueiro é defender sua bandeira e encurralar o inimigo.

Os *blogs* prezam pela polêmica e valorizam a discordância de opiniões. Aldé e Chagas (2005) afirmam que a valorização do posicionamento político e da polêmica pública remete a outros contextos jornalísticos, distantes do *lead* e da objetividade investigativa, mais próxima da paixão. É, por tratar principalmente da paixão, que eles obtêm sucesso. A razão, componente principal das mídias tradicionais, ficou ociosa. O leitor quer o algo a mais. Deseja o discurso acalorado.

Em todos os *posts* mais comentados em diversos *blogs*, observa-se que estes sempre tratam de assuntos polêmicos, assim apontam Christofolletti e Laux (2006). Esta polêmica se dá sob as mais diversas formas: seja uma briga na mídia, seja uma atitude de chefe religioso, ou mesmo o prenúncio de uma crise no governo federal. Poder-se-ia argumentar que o autor quer transformar a informação em uma forma de

lazer, em que ele encontre a notícia “mastigada” por seu jornalista preferido, pois a ocupação, na tarefa de informar-se, tornou-se muito dispendiosa/massante, até mesmo em função da falta de tempo, somados à exigência no mercado profissional ser cada vez exigente.

Hewitt (2007, p. 137) questiona: “Por que os homens das cavernas pintavam nas paredes? Não me interessa. Eles não têm nada a ver comigo. Me interessa porque os blogueiros blogam. Duas razões: para convencer e para deixar um registro”.

Visualiza-se assim que a motivação para a criação/leitura/mensagem nestas páginas personalizadas são um fator novo em uma sociedade que quer ser vista sob a ótica da personalização e não como mero produto de consumo, em que cada indivíduo era apenas mais um, até pouco tempo atrás. A utilização de um discurso cativante é essencial para a atenção de captar o leitor a torná-lo fiel na leitura de seus textos.

## 4 O TÍTULO

Neste capítulo, faz-se inicialmente uma explanação sobre a forma de propagar uma notícia nos meios de comunicação de massa, ou seja, através da homogeneização e da maquiagem da informação, em contraste com a personalização da notícia, oriunda, principalmente, dos *blogs*, em que muitos se transformam em escritores, querendo participar dos acontecimentos do dia-a-dia. Na segunda parte do capítulo, são definidos os tipos de títulos a serem pesquisados, utilizando autores como Lage (2001), Fossati (1992) e Douglas (1966). Também são apresentados os princípios das titulações polemistas que irão orientar esta pesquisa.

### 4.1 A NOTÍCIA X A POSTAGEM

Até a Revolução Industrial, as notícias tinham por função apenas relatar os acontecimentos muito importantes. Assim, estavam estritamente voltadas para o comércio, os meios políticos e os manufatureiros. Somente após, com a conquista do interesse do público, viriam a ser difundidas massivamente.

Gadini (2003) relata que, com o advento dos jornais, após a época da panfletagem, e dos tipos móveis de Gutenberg, verifica-se que os primeiros jornalistas, ao escreverem para a este “novo” meio, buscaram a satisfação pessoal em primeiro lugar. Assim, constata-se que os homens letrados buscavam encontrar no jornal o que não encontravam no livro. Dessa maneira, por analogia, vê-se o mesmo processo nos dias atuais, ou seja, os homens letrados do século XXI buscam nos *blogs* o que não encontram em jornais e revistas, isto é, o algo a mais, o inusitado, os bastidores da informação, a liberdade de emitir o conteúdo que se quer, da forma que se quer.

No que tange a um dos objetos de pesquisa deste trabalho, tem-se a inclusão da polêmica, ou seja, a inserção deste objeto na história da imprensa. Conforme Gadini (2003), as discussões polêmicas se davam apenas no ambiente literário.

Atualmente, com o advento de melhorias desenvolvidas para que a informação abranja o maior número de receptores possíveis, além da necessidade de se tornar uma fonte de receita financeira, constata-se que o gerenciamento na forma de se fazer e propagar a notícia possui outro viés, comparado a outros tempos. Assim, as “distribuições” das notícias estão centralizadas em todo o globo terrestre, isto é, encontram-se concentradas nos grandes conglomerados de comunicação. Desta forma, repassam a informação que recebem de vários pontos do planeta, e ela volta a circular em diferentes meios de comunicação, mas de maneira igual, ou pelo menos similar, já que partiram da mesma “distribuidora”.

Os veículos eletrônicos são, atualmente, os principais transmissores de notícias para as grandes coletividades humanas. A redação inicial delas é progressivamente açambarcada pelas fontes, que para isso organizam assessorias, serviços ou agências de imprensa. Em geral, trata-se não tanto de falsear a informação, mas de revesti-la com a versão conveniente (LAGE, 2001, p. 5).

Desta maneira, o acesso à informação fica relativamente acessível a qualquer meio de comunicação, por mais escasso que determinada instituição esteja de recursos financeiros. Para esse acesso, basta que tal empresa pague uma mensalidade para ser receptora desta informação homogênea. Desta maneira, a notícia é sempre destacada pelo mesmo ângulo, porém com “maquiagens personalizadas”, elaboradas por cada distribuidor da informação. Um exemplo prático ocorreu com a invasão das tropas americanas no Iraque, em 2001. Naquela ocasião, o mundo todo recebia as informações repassadas pelas redes de televisão norte-americanas, que previamente passavam por uma censura dos militares norte-americanos. Este determinava sobre o que podia e o que não podia ser repassado aos veículos. De outra forma, em função também da globalização, neste mesmo episódio, o mundo ficou sabendo a outra versão da guerra, ou seja, aquilo que somente quem lá estava podia visualizar. Foi quando ficou conhecida a televisão árabe, *Al Jazeera*, que transmitia a versão da guerra não exibida pelas televisões norte-americanas.

Da mesma forma, com o advento dos *blogs*, dos portais, isto é, com as facilidades de comunicação, a personalização da notícia volta a se destacar como uma nova distribuidora da informação. Nesse mesmo conceito, Comassetto (2003)

sugere que a notícia é a informação nova e também uma matéria veiculada em um meio de comunicação, mas que, na sua essência, tem que exprimir a novidade, além, é claro, de despertar o interesse público, seja através de comentário, de opinião, etc. A personalização da informação, através da internet, faz com que a novidade na notícia passe a ter mais valor, pois é expressa por um número maior de fontes e conseqüentemente de distribuidores.

O mesmo critério é utilizado pelos autores Aubenas e Banasayag (2003). Os autores destacam a lei dos “W”. Conforme Aubenas, Banasayag (2003, p. 45), “A imprensa anglo-saxã batizou-a de a ‘lei dos W’: *Why? Where? When? Who?* (Por quê? Onde? Quando? Quem?). Acrescentam ainda que uma informação publicável é aquela que se presta a essa autópsia obrigatória, tal qual fora citada no parágrafo anterior.

Neste sentido, constata-se que a ideologia da notícia se articula em dois pólos. De acordo com Lage (2001), de um lado, está o autor, por detrás do complexo aparelho de produção da mídia; de outro, a consistência de que a notícia se legitima por não pretender *feedback*. O fato é que, após o episódio da *Al Jazeera*, e também pelas facilidades de expressão, oriundas da *internet*, tal qual o *blog*, todos passaram a querer propagar seu ponto de vista. Dessa maneira, a forma de se fazer notícia também foi alterada.

Para fins elucidativos, vale destacar que a diferença na maneira de se fazer notícia começa na denominação da postagem, referente aos *blogs*. Este é também um meio dinâmico que faz com que a notícia se torne mais curta. Por fim, vale destacar que o importante deste meio é que a maioria dos blogueiros busca personalizar sua notícia, isto é, dar seu relato.

Queremos chegar ao seguinte ponto: os blogs são, no fundo, recortes do mundo na visão de um indivíduo; são fragmentos da realidade que vão ao encontro da vivência de mundo do indivíduo contemporâneo. Se os jornais impressos já apresentam o mundo em fragmentos, nos blogs noticiosos, essa lógica é levada ao extremo. Normalmente, o blogueiro não se propõe a noticiar todos os assuntos (como nas editoriais dos grandes jornais), mas apenas aqueles que mais lhe chamam a atenção. Fazem recortes dos recortes de imprensa, costumam fragmentos de fragmentos com sua visão pessoal sobre determinados assuntos (MORAIS)

Para a autora da citação acima, este fato faz com que seja decretada a morte do autor, para, em seguida, dar-se o surgimento do escritor.

Todos querem ser escritores. É desta forma que muitos jornalistas sentem-se ameaçados com esta proliferação de *blogs* de todos os gêneros. Em setembro de 2008, a revista <sup>8</sup>Imprensa editou, em sua capa, a manchete de que “blogueiro não é jornalista”. O corporativismo foi a solução encontrada para combater tal ameaça à profissão. Profissão esta que se encontra em transformação com conceitos atualizados, tal qual a elaboração de um título, analisados a seguir.

## 4.2 TÍTULO

O título é a primeira referência sobre um determinado tema. É aquilo que irá informar ao receptor se ele deve seguir para outra matéria/postagem ou encará-lo de modo a saber mais sobre o que esta mensagem desperta. O título é também a primeira impressão que um leitor tem sobre o conteúdo de determinada notícia/postagem. Para isto, existem basicamente duas correntes que defendem opiniões opostas sobre como este deve ser despertado no leitor. Tais correntes podem ser classificadas como conservadoras e modernas.

Autores de linha conservadora defendem que o título deve exprimir somente o fundamental, pois, tal qual Comassetto (2003, p. 59), o leitor “é sujeito apressado, que precisa rapidamente da informação [...]”.

Mas o que é título atraente? Para Amaral (1969, p. 86), é aquele que consegue chamar a atenção do leitor para a notícia ‘de forma clara, objetiva, apelativa, resumida’. O título, segundo o autor, deve ser constituído de palavras curtas e usuais e corresponder exatamente ao conteúdo do texto que resume e interpreta (COMASSETTO, 2003, p. 59).

---

<sup>8</sup>Disponível [http://portalimprensa.com.br/revista/edicao\\_mes.asp?idEdicao=14&idMateriaRevista=152](http://portalimprensa.com.br/revista/edicao_mes.asp?idEdicao=14&idMateriaRevista=152)

Um título escrito de maneira clara e objetiva não é atraente. Para ser atraente, deve ser criativo, interpretativo, irônico ou ambíguo. Há de existir uma mensagem implícita, da qual o receptor possa participar.

Embora para os jornalistas o *lead* seja o início da construção da notícia, para o receptor este início se dá no título. Em nossa cultura jornalística, a manchete e os títulos são o ponto de referência do leitor.

No entanto, autores conservadores são imprescindíveis para contar a história da titulação. Comassetto (2003, p. 60) assinala que, “segundo Sartori, os títulos eram apenas meras fórmulas para separar diferentes tipos de textos ou indicar diferenças temáticas dos mesmos”.

A manchete jornalística de hoje não surgiu com a forma e a função que conhecemos, mas foi tendo seu papel alterado e sendo aperfeiçoada na medida em que a atividade jornalística passou a acompanhar as transformações da sociedade, devido ao processo de industrialização (SARTORI, 1999, p. 113). (COMASSETTO, 2003, p. 60).

É válido ressaltar que, embora o título possua uma capacidade informativa, o autor relata que ele não consegue cobrir toda a informação do texto. Contempla apenas parte dela, expressando, de preferência, a principal ocorrência.

Já Douglas (1966, p. 16) propõe que: “o título expressa-se com limitado número de palavras, acuradamente escolhidas, para dela se extrair o máximo efeito”. Nota-se que esta definição, ainda que elaborada no ano de 1966, possui uma visão atraente/moderna no modo de ver a titulação. Para Douglas (1996), a linguagem é um elemento utilizado para fazer valer a expressão à que se quer destacar e não apenas informar.

Esta linguagem jornalística possui, conforme Fossati (1992), duas funções com relação à linguagem jornalística. São elas: a denotativa e a conotativa. Não pode haver ambigüidade na denotação. Não há juízo de valor, visa a responder somente o seguinte: o que, quando, onde, como, por quê. Esta é, portanto, uma função objetiva, explícita, que não caracteriza a titulação blogueira.

A função conotativa, também chamada de apelativa, é aquela em que o emissor busca despertar no receptor o interesse de ler. Para tanto, esta carrega traços de persuasão/sedução. A conotação ocorre seja através da ambigüidade, do juízo de valor, etc. Isto se dá quando se usam adjetivos testemunhais e aferições subjetivas nos títulos. Títulos como: “Dia D”, “Pior Crise”, “Nunca na História”. Estes são alguns dos exemplos de locuções, em que o sentido depende de valores, sobretudo de quem descreve.

Outra característica fundamental da função conotativa é de caracterização pela presença do imperativo, do vocativo e do verbo na segunda pessoa. Na mídia impressa, esta função é visualizada constantemente nos anúncios publicitários. Já, em nosso objeto de pesquisa, esta função é amplamente necessária, tendo o verbo não somente na segunda pessoa, como nos casos das mensagens das postagens, mas também em primeira pessoa, pois os *blogs* requerem o uso do “eu”, a fim de haver credibilidade do juízo de valor por parte do emissor.

Também a ambigüidade é uma característica da função conotativa, utilizada para ironizar o que está presente no debate da agenda midiática. Um exemplo é, de acordo com Fossati (1992), a manchete publicada pelo jornal O Globo: “Fidel Castro assado e comido pelos presos”.

Utilizando-se de elementos da função conotativa, adentra-se nas propriedades de um título, aspectos fundamentais para a elaboração desta pesquisa. São destacados: recurso das aspas, o título-libelo, juízo de valor, notícias em seqüência, título quebrado, repetição, ponto e vírgula, ponto de interrogação, ponto de exclamação, aliterações e rima, *color story* e *side story*, persuasão/sedução, piadas e trocadilhos, assim como antítese.

O recurso das aspas é também um princípio de titulação polemica, ou seja, é uma maneira de deixar o implícito, explícito, destaca Douglas (1966). Assim, forma-se a ambigüidade. Utilizam-se as aspas para inverter o significado da palavra ou conceituar duplo significado e determinar o caráter polemico da titulação. Este uso, quando o receptor não possui bons prospectos relevantes para a decodificação deste, faz com que o título-notícia passe a ser uma editorialização. Muitos jornalistas acrescentam as aspas, a fim de mostrar ao leitor onde se encontra a ambigüidade, já



que a fenomenologia, isto é, o contexto histórico de cada indivíduo é contrastante em cada cidadão.

O título-libelo é uma propriedade que consiste da negligência ou da ignorância na qualificação dos fatos da notícia e geralmente leva o redator à produção de um título acusatório. Trata-se de outro instrumento para o desenvolvimento de um título com discurso polêmico. São exemplos: “Preso em Londres o ladrão da Copa”, exibido no jornal Última Hora de São Paulo, no dia 26 de março de 1966.

O juízo de valor é um exemplo de título polemista, pois remete à editorialização da notícia.

Notícias em seqüência é outra propriedade que visa à conexão entre os sucessivos dias e que provoca a consideração dos títulos de primeiro e de segundo dia. Como esta pesquisa possui por objeto a análise política, pode-se elucidar este caso com o nome do ex-presidente do Brasil. Certamente, a primeira aparição do nome do político, Fernando Henrique Cardoso, se deu por extenso, ou seja, não houve a abreviação do mesmo. Porém, como o ex-presidente passou a ser notícia todos os dias, em virtude do seu mandato de oito anos, a mídia passou a denominá-lo apenas com suas iniciais, FHC, e todos o entenderam e entendem até os dias de hoje. Tal enunciação não possui características polemistas.

No caso do título quebrado, não se observa aspecto polêmico.

A repetição é uma modalidade que sofria grandes rejeições por antigos redatores. Nos atuais dias, é destacada para dar ênfase a determinado contexto. É uma propriedade polemista.

O ponto e vírgula é utilizado para uma comparação. No caso de um título polemista, objeto desta pesquisa, este serviria como uma analogia satirizada.

O ponto de interrogação exprime a dúvida e, certamente, sempre que ele estiver presente, haverá uma mensagem implícita neste título, ou seja, há aqui um discurso polemista.

O ponto de exclamação é outro elemento destacado para dar ênfase ao discurso do redator. Em outros tempos, era amplamente combatido. É outro traço imprescindível para uma titulação polemista.

Aliteraões e rimas são recursos eficazes na construção de um título com discurso polemista. Exemplos deste caso são: “Papa pede pela paz”, “Alagada a alameda Alabama”, “Constantino convoca conselho”, “Crise cresce na Grécia”, etc. Tais recursos são eficazes na elaboração de uma titulação polemista.

*Color story* e *side story* também são recursos polemistas, pois não se visa à elaboração de títulos comuns neste tipo de postagem. Tais histórias reclamam apresentações enfáticas. Assim, “22 dias para 2 objetivos e 2 respostas” é um exemplo desta propriedade.

Outro elemento encontrado é a persuasão/sedução. Na linguagem persuasiva, a profusão de adjetivos e de advérbios tem por finalidade dar uma maior dimensão a esta forma de expressão, utilizando-se componentes emotivos, incompatíveis com a racionalização. Trata-se de uma das mais utilizadas propriedades de titulações polemistas.

Em 1966, o Jornal da Tarde, edição vespertina que o Estado lançou, introduziu uma real novidade em matéria de títulos. Eles são propositadamente elaborados segundo uma linha intimista, dirigindo-se ao leitor de modo quase que familiar (DOUGLAS, 1966, p. 22).

Aqui também se deve enfatizar que, em outros tempos, esta utilização era considerada perigosa, pois contrariava os princípios do jornalismo considerado ético.

Outra propriedade que ia de encontro aos ditos princípios do bom jornalismo ocorria em relação às piadas e aos trocadilhos, que são recursos polemistas. De acordo com Douglas (1966), títulos, como por exemplo: “Cardeal cai no conto do vigário”, “Abelhas africanas: o fim da picada”, “Conselho à dona de casa: evite tentação da carne”, não eram bem vistos na década de 60.

No caso da antítese, a estratégia consiste em dar informação incompleta ou angustiante (‘Foi o pior dos dias’ ou ‘A morte tornou-se uma festa’) que se esclarecerá em seguida.

Na conceituação de jornalismo, definida por Douglas (1966), o título tem quatro funções distintas: anunciar a notícia, resumir o seu conteúdo, indicar a importância relativa da informação e dar um aspecto atraente à página de um jornal. No caso deste estudo, são acrescentadas outras funções, em especial, a de provocar a reflexão e o debate.

Para fins elucidativos, este pesquisador utilizou alguns dos elementos citados neste capítulo. Dessa forma, através de seu *blog*<sup>9</sup>, utilizou, em uma postagem publicada no dia 8 de abril de 2008, um título do modelo conservador, ou seja, com objetivo de neutralidade, de clareza e de objetividade, utilizando a seguir a ambigüidade, o uso de aspas, além do recurso de piadas e de trocadilhos. Em outras palavras, foi aplicada inicialmente a função denotativa, substituindo-a a seguir pela função conotativa.



Figura 2: Jornalismo gráfico - imagem do *blog* marciopoetsch.com

Fonte: <<http://marciopoetsch.com/2008/04/08/forum-da-liberdade-/2>>, 2008.

<sup>9</sup> Disponível em: <http://marciopoetsch.com> (FIGURA 2).

Um exemplo foi a manchete de “Fórum da Liberdade” sem o uso das aspas, já que a postagem remetia a uma palestra deste fórum. Em seguida, a manchete foi substituída por “Uau Disney”<sup>10</sup>. Aqui, foi utilizado o recurso das aspas para conceitualizar duplo significado. A postagem relatava a palestra de José Luis Cordeiro, que é consultor, pesquisador e escritor venezuelano e que, nesta palestra, comparou a arrecadação da petrolífera de seu país aos ganhos de *Mickey Mouse*, personagem de *Walt Disney*, cujo nome registrado no título, sendo utilizado o princípio das piadas e dos trocadilhos, citados neste capítulo.

Constatou-se, dessa forma, que a postagem que instigava mais o público era “Uau Disney”, pois, assim, acusavam as estatísticas do *blog*.

---

<sup>10</sup> Disponível em:<http://marciopoetsch.com/2008/04/08/forum-da-liberdade-2/>

## 5 O DISCURSO E A RETÓRICA DA INTRANSIGÊNCIA

Neste capítulo, são apresentados o discurso e a retórica da intransigência. A primeira parte desta seção faz referência à contextualização histórica sobre a arte da retórica. Para isto, foi destacado o movimento sofístico, originado no século V a.C.. Tal movimento tem relação com o surgimento dos polemistas. A segunda seção examina a ideologia do discurso. Assim, são comparados os compromissos ideológicos dos jornalistas da mídia tradicional com os blogueiros independentes. Na terceira parte, é destacada a retórica da intransigência, necessária para a análise deste estudo, e que foi idealizada por Hirschman (1992). São assinaladas ainda as três teses que a formam. Na quarta parte, são expostos os conceitos de discurso e de *insight*. São utilizados autores como Charaudeau (2006) e Maingueneau (2001), entre outros. Por fim, a última parte deste capítulo trata da persuasão e da sedução. Nela é mostrada a diferença entre ambos os conceitos.

### 5.1 OS SOFISTAS

O movimento sofístico se originou no século V a.C. e se deu após uma mudança de rumo na Grécia antiga. Assim, os fatos, anteriores a este século, possuíam um caráter cosmológico, isto é, eram tratados através do misticismo, da religiosidade, ou seja, cultuavam-se os deuses gregos. A este período convencionou-se chamar de Pré-socrático.

O homem grego, ávido de independência em face dos fenômenos naturais e das crenças sobrenaturais, vê-se, historicamente, investido de condições de alforriar-se dessa tradição. É um dizer sofístico, de autoria de Protágoras, esse que diz: o homem é a medida de todas as coisas [...] (BITTAR; ALMEIDA, 2004, p. 56).

Ainda, de acordo com os autores, no século V a.C., foi possível a solidificação das condições que facultavam as atenções da humanidade voltadas para as necessidades do homem, tais como: problemas sociais, comércio, discussões políticas, etc. Desta forma, com o movimento sofístico, os indivíduos voltaram-se às

questões ligadas às manifestações e às deliberações, ao convencimento dos pares e ao alcance da notoriedade no espaço das audiências públicas.

Com o movimento sofístico, os intelectuais à época eram tidos somente como bons oradores. Assim, Bittar e Almeida (2004, p. 57) destacam que: “O que de fato ocorre é que, desde Platão e Aristóteles, passou-se a tratar a diversidade dos sofistas como um grande conjunto indiferenciado de pensadores e de técnicos da palavra”.

Também como consequência disto, tanto Platão quanto Sócrates, dois dos maiores pensadores da Grécia antiga, não viam os sofistas com bons olhos. Platão sugeria que o importante era o intelecto de cada pessoa, isto é, a filosofia, a razão. Esta tinha por virtude a essência, o conhecimento e a sabedoria, enquanto os adjetivos, para caracterizar o movimento sofístico, eram de acordo com ele, apenas considerando a aparência, a opinião e a retórica. Ribeiro acrescenta que, para Platão:

[...] os sofistas teriam sido um bando de professores charlatães que prometiam ensinar aos jovens atenienses, mediante um pagamento generoso, algo que era, na melhor das hipóteses, uma pseudo-sabedoria oca e, na pior, um “ensino profundamente imoral (RIBEIRO, 2006, p. 93).

Para Guthrie (2005), esta definição de desprezo aos sofistas abrangia também outro grande pensador da Grécia antiga, Aristóteles. Assim, é descrito, em seu livro, denominado *Os Sofistas*, a alegação de que Aristóteles referia-se a estes também como indivíduos que ganham dinheiro com uma sabedoria inexistente.

Com tais retaliações sobre seu movimento, a palavra “sofista” passou a ter cunho pejorativo, depreciativo, já que designava aquela pessoa que não era sábia, mas que pretendia ser.

Assim, os sofistas eram discriminados no século V, a.C. e considerados culpados pelo declínio moral de Atenas.

Na Grécia, o sucesso que contava era primeiramente político e, em segundo lugar, forense, e a sua arma era a retórica, a arte da persuasão. Seguindo a analogia, pode-se atribuir à retórica o lugar agora ocupado pela

propaganda. Com certeza, a arte da persuasão, amiúde por meios dúbios, não era menos poderosa então, e, assim como temos nossas escolas de negócio e escolas de propaganda, assim também os gregos tinham seus mestres de política e retórica: os sofistas (GUTHRIE, 2005, p. 51).

Assim, Platão argumentava que a retórica dos sofistas tinha um viés de “maquiagem”, ou seja, visava a “aparentar ser”. Dessa forma, a retórica era classificada como pertencente ao campo das artes, pois o seu foco estava em apenas agradar o ouvinte através do prazer sensorial. Não desejava tornar as pessoas mais capacitadas intelectualmente. Nesse mesmo sentido, Guthrie (2005) enfatiza que os sofistas competiam entre si: Em jogo estava o poder de persuasão de seus discursos. Este método de debates públicos tem como objetivo o treinamento da sofística, desenvolvendo a capacidade de o orador fazer o argumento mais fraco parecer o mais forte. Afirmava-se que a verdade era relativa e que ninguém poderia afirmar, por decorrência, o que é certo.

A técnica do “*assopra e bate*” também possui sua origem no sofismo. Tal procedência se deu com a capacidade de alguns oradores em tirar o mérito de seu opositor, através do enaltecimento de uma causa, louvando-a, e, seguidamente, imputando a ela defeitos. Este método é utilizado nos atuais dias, principalmente na classe política, em que é necessária a agressão ao inimigo/opositor em benefício às suas causas, ou as do partido. Poder-se-ia relacionar que o surgimento da retórica da intransigência, analisado a seguir nesta pesquisa, se originou no movimento sofístico.

No “jogo” da retórica, conforme se percebe, questiona-se o lado que remete à discórdia. Ribeiro (2006, p. 98), afirma que “Isócrates, por exemplo, hoje classificado como retórico, considerava a si próprio um filósofo e colocava Platão e Sócrates no grupo dos que “encontravam prazer em defender teses implausíveis”.

A arte da retórica é sutil, ou seja, passa despercebida se o orador é eficaz. Tal discurso traz consigo a rendição do outro, através do convencimento daquilo que se almeja. Tordesillas (2004, p. 659) assinala que: [...] “Eu ouvi Górgias repetir, em todas as ocasiões, que a arte de persuadir ultrapassa em muito todas as outras, pois

ela serve a seu império pelo consentimento e não pela força e, de todas as artes, é realmente a mais excelente”.

Alternadamente, muitos sofistas prestavam um exibicionismo prolongado sobre o tema previamente estudado. Guthrie (2005, p. 51) diz que a explanação retórica era considerada como uma deusa grega, ou seja, “a feiticeira à qual nada se nega”.

Os sofistas davam sua instrução quer a grupos pequenos ou seminários, quer em conferências públicas ou ‘exibições’. Os primeiros podem ter sido realizados na casa do patrono de Cálías, o homem mais rico de Atenas, de quem se disse que gastou mais dinheiro como os sofistas do que qualquer outro (GUTHRIE, 2005, p. 43).

Os oradores à época eram cidadãos narcisistas, que cultuavam a conquista da fama, atingindo a notoriedade pública. Pode-se fazer um paralelo com os polemistas atuais, pois estes buscam igualmente a notoriedade não somente pela retórica, mas também mediante um embasamento intelectual que sustente seus argumentos.

O culto à fama dos sofistas era explícito em competições por prêmios em festivais e torneios, assim como a dos atletas em Olímpia. Para os sofistas, a retórica era uma batalha verbal que sempre possuía um vencedor e um perdedor. Guthrie (2005, p. 45) acrescenta: “Hípias fala de ‘entrar nas listas’ em Olímpia e de não ser batido”. Tais festivais eram a oportunidade de todas as cidades-Estado gregas se encontrarem e esquecerem suas diferenças. Nesta época, o objetivo do discurso era a aparência. Em boa medida, é o que ocorre ainda hoje.

## 5.2 A IDEOLOGIA

A história sempre foi contada destacando os protagonistas de cada época. É sobre eles que a narrativa da história recairá. Desta forma, alguns autores dão menos ênfase ao contexto e aos modos de vida de inúmeras civilizações antigas, ou seja, o que pensavam tais indivíduos, quais eram as tarefas do dia-a-dia, etc.



Conforme Aubenas e Banasayag(2003), há pouco mais de 20 anos, a Escola de Annales, movimento historiográfico surgido na França e designado como a Revolução Francesa da historiografia, contestou esta “longa cadeia”. Passou-se a dar ênfase a versões e contextos históricos variados, em benefício de um conhecimento menos alienante. De acordo com Aubenas e Banasayag (2003, p. 17), “[...] todos sabem que a riqueza de um século não se resume à cerimônia do despertar ou deitar-se dos reis”. Aqui, pode-se fazer uma analogia com os *blogs*, pertinente para a elaboração desta pesquisa. O fato é que, com eles, esta multiplicidade vem substituir, em parte, os massivos discursos exibidos e elaborados por protagonistas eleitos como preferenciais. São eles: presidentes da república, chefes de estado, autoridades religiosas, celebridades artísticas e esportivas, etc.

A mudança na forma de se fazer jornalismo também acaba sendo alterada com a invenção do *blog*. Neste meio, há a possibilidade da independência na elaboração da informação, isto é, não é necessária a aprovação de uma mídia que subsidie o jornalista, exceto no caso dos *blogs* corporativos.

Desta forma, a inquietação do jornalista/blogueiro é que vai se tornar a substância de suas postagens, desde que este seja um *blog* opinativo e independente. Neste mesmo sentido, constata-se que, especialmente nos meios de comunicação de massa, há uma espécie de escala Richter, tácita, em que se define o que é e o que não deve (ou não deveria) ser publicado, em função de conceitos preconcebidos, como costumes, ideologias e, até mesmo, padrões culturais.

Para exemplificar a frase acima, visualiza-se a maneira pela qual o Irã geralmente é tratado pela mídia mundial, cujos enfoques estão principalmente nos aspectos concernentes às condições das mulheres ou da liberdade de imprensa; a Inglaterra, pelos escândalos do Palácio Real, como ocorreu com a princesa Diana, e, posteriormente, com o envolvimento de um de seus filhos com entorpecentes.

A multiplicidade que ganha força com a *internet*, em especial com os *blogs*, “ameniza” tudo isso, retirando, em parte, espaços destinados a estes estereótipos, colocando em pauta assuntos concernentes a todos os gostos, versões e ideologias.

Além disso, trata-se de um processo mais democrático na variedade da informação. O indivíduo isolado que emite seu conteúdo pode ser “ouvido”. A emissão de mensagens torna-se diluída na sociedade. Há, nesse caso, a possibilidade de um *feedback* para o emissor. Desta forma, ocorre a comunicação e não somente o discurso de uma via só, isto é, sem retorno, como o propagado nos veículos tradicionais.

### 5.3 A RETÓRICA DA INTRANSIGÊNCIA

Para a análise deste estudo, é necessário contextualizar a retórica da intransigência, definida por Albert Hirschman em 1992. Ela apresenta o recurso da desqualificação do adversário, que é utilizado também no discurso polêmico, no qual o polemista é um “gladiador em luta”. Assim, nestes enunciados, percebe-se que o antagonismo é alicerçado pelo esvaziamento do discurso do outro. O outro são os divergentes, tais quais: o governo, os colegas de profissão e a ideologia incompatível com a do jornalista/blogueiro.

Com o objetivo de conceituar a retórica da intransigência, Hirschman (1992) destaca que ela pode ser constituída como sendo de três tipos: a tese da perversidade, da futilidade e da ameaça. A cada uma das três teses, é assinalado um contexto histórico.

#### 5.3.1 Tese da Perversidade

A tese da perversidade é enfatizada a conduta destinada à solução de um malefício, acabando por comprometer ainda mais o problema que, *a priori*, seria de resolução aparentemente viável.

Esta tese é retratada na história com o exemplo da Revolução Francesa. Conforme Menezes (2008, p. 13): “A revolução francesa ilustra a tese da perversidade, quando os ideais de Liberdade, Igualdade e Fraternidade foram

transformados na ditadura do “Comitê de Salvação Pública”. Tal órgão conduziu a política do terror nesta revolução. Por analogia deste contexto histórico, vale destacar o tradicional bordão: “*a massa é burra*”, ou seja, o indivíduo é racional, mas, ao se aglomerar com outros tantos, torna-se irracional, pois passa a agir não mais sobre a razão e, sim, pela emoção.

De acordo com Hirschman (1992, p. 30), a tese da perversidade propõe que: “qualquer política pública que tenha por meta mudar resultados do mercado, tais como preços ou salários, torna-se automaticamente uma interferência nociva em processos benéficos de equilíbrio”. Desta forma, o próprio autor conclui que a disponibilidade da assistência agiria: “como incentivo positivo à ‘preguiça’ e à ‘depravação’, terminando por produzir mais pobreza” (Ibidem, p. 31).

Em outras palavras, é destacado, no livro de Hirschman, que o mundo inteiro é regido por um estado de opinião pública, que denota que o melhor caminho a ser seguido para o bem estar de uma nação é aquele que o governante está fazendo. Este utiliza o aparato de comunicação do estado, para reforçar os seus objetivos e a autenticidade de seu governo. Assim, fica mais difícil para a oposição deste governo confrontar em igualdade de tempo e de espaço na mídia suas argumentações, pois estes não podem utilizar os recursos da “máquina estatal”, ou seja, de ser governo. Portanto, os opositores passam a ser vistos como os reacionários desta política, ao “lançarem” um ataque “contra” o sistema em vigência. Conforme Hirschman (1992, p. 18), “Em vez disso, eles endossam com maior ou menor sinceridade, mas depois tentam demonstrar que a ação proposta ou levada a cabo é mal concebida”.

Outro exemplo notório da tese da perversidade dá-se, conforme Menezes (2008), com o programa destinado à população de baixa renda, denominado “Bolsa Família”. Integrantes oposicionistas do governo Lula argumentavam que esta era uma maneira de “copiar precariamente” o programa Bolsa-Escola, do ex-presidente Fernando Henrique Cardoso.

[...] visava a obrigar a criança a se manter na escola, e a família a realizar obrigações para garantir sua saúde, o programa de Lula passou por cima das exigências de contrapartida e distribuiu dinheiro a torto e a direito Alberto Goldman, PSDB, 22/02/2005. (MENEZES, 2008, p. 72)

Aqui, há o endosso de que o programa Bolsa Família é bom, pois o governo anterior enfatiza a paternidade de tal ação social. Porém, observa-se, após, que esta é uma forma mal concebida da original.

### 5.3.2 Tese da Futilidade

A tese da futilidade defende que as mudanças são sempre ilusórias, pois as estruturas profundas da sociedade sempre permanecem intactas.

A Revolução Francesa passa a ser analisada também pela tese da futilidade. Assim, é dito que esta Revolução representou muito menos uma ruptura com o passado, ou seja, com os anseios de liberdade, de igualdade e de fraternidade do que havia sido considerado.

Algumas das 'conquistas', altamente alardeadas da Revolução, da centralização administrativa à disseminação da agricultura em pequena escala feita pelo proprietário, já existiam de fato antes de sua eclosão. Até os famosos "Direitos do Homem e do Cidadão" já haviam sido em parte instituídos pelo Antigo Regime (HIRSCHMAN, 1992, p. 46).

Trata-se, neste estudo em questão, de uma tese fria, ou seja, diferentemente da tese da perversidade, considerada como tese quente, em função dos debates e dos conflitos que, por si, desencadeariam. Tem-se aqui apenas uma tese abortiva. Hirschman (1992, p. 43) apresenta: "Em vez da 'lei do movimento', temos aqui uma 'lei do não-movimento'". Frequentemente, ao se assistir uma propaganda eleitoral, determinado candidato afirma que, na época de seu mandato, tudo fluía na mais bela harmonia, o que, de fato, não ocorria. Sendo assim, por analogia, emprega-se a tese da futilidade, que, de acordo com o bordão, criado pelo barão de Lampedusa em seu romance *Leopardo* (1959): "Se quisermos que tudo continue como está, é preciso que tudo mude".

Outra forma de elucidar a tese da futilidade é mencionada por Hirschman (1992, p. 44): “Qual é a diferença entre o capitalismo e o socialismo?”. A resposta: “No capitalismo, o homem explora o homem, no socialismo é o inverso”. Trata-se aqui de uma piada oriunda da Segunda Guerra Mundial, na Europa Oriental, depois da instauração de regimes comunistas. Esta exemplificação relata que, apesar de um regime político “desqualificar” o outro, ambos não solucionam o que se pretende, tornando-se, portanto, fúteis.

### 5.3.3 Tese da Ameaça

A tese da ameaça justifica que o custo de determinada reforma é muito alto, porque coloca em risco outra realização anterior. A idéia é simples: “*Isto matará aquilo*”.

“*Ceci tuera cela*” [Isto matará aquilo] é o título de um famoso capítulo do romance de *Notre-Dame de Paris*, de Victor Hugo. Nesse caso, *Ceci* representava a imprensa e o livro que, com a invenção dos tipos móveis, explicou Victor Hugo, tomariam o lugar de *cela*, ou seja, das catedrais e de outras arquiteturas monumentais como expressão principal da cultura ocidental (HIRSCHMAN, 1992, p. 103).

Na mitologia grega, é possível identificar situações que ilustram a tese da ameaça: quando *Prometeu* roubou a chama do conhecimento e repassou aos homens o que parecia ser um ato de evolução na humanidade, representou a punição. Assim, *Zeus*, o deus supremo, puniu *Prometeu* e remeteu um presente a seu irmão, *Epimeteu*. Era a caixa de *pandora*, enviada com uma bela mulher como presente de *Zeus*. *Prometeu* alertou para que seu irmão não a abrisse, o que não adiantou. Ao abrir, foram expostos todos os problemas que afligiriam a humanidade daquela data em diante, tais como doenças, guerras, etc. Era o fim da Idade de Ouro da Humanidade e o surgimento da tese da ameaça.

Nesse contexto, esta tese pode ser exemplificada no Brasil, também na eleição de 2002, quando um presidente de ideologia de esquerda assumiu o País.

Naquele ano, o *slogan* da campanha vencedora assinalava: “não deixe que a esperança vença o medo”. A esperança se traduzia no novo, no inusitado, enquanto o medo refletia o “desconhecido”.

Deste modo, a explicitação na fala da atriz, Regina Duarte, que fazia propaganda eleitoral para o rival de Lula, o candidato do PSDB, José Serra, se traduzia no medo do que poderia vir a ser um governo de ideologia “desconhecida”.

Estou com medo. Faz tempo que eu não tinha esse sentimento. Porque sinto que o Brasil nessa eleição corre o risco de perder toda a estabilidade que já foi conquistada. Eu sei que muita coisa poderia ser feita. Mas também tem muita coisa boa que foi realizada. Não dá pra ir tudo pra lata do lixo. Nós temos dois candidatos à presidência. Um eu conheço, é o Serra. É o homem dos genéricos, do combate à AIDS. O outro, eu achava que conhecia, mas hoje eu não conheço mais. Tudo o que ele dizia mudou muito. Isso dá medo na gente. Outra coisa que dá medo é a volta da inflação desenfreada. Lembra? 80% ao mês. O futuro Presidente vai ter que enfrentar a pressão na política nacional e internacional. E vem muita pressão por aí. É por isso que eu vou votar no Serra. Ele me dá segurança (MENEZES, 2008, p. 27).

Outro fato de grande relevância com relação à tese da ameaça ocorreu nesse mesmo governo. O presidente passou a ser visto como “réu”. Larry Rother, jornalista do *New York Times*, havia redigido uma matéria para aquele veículo, destacando que o presidente brasileiro era alcoólatra. O presidente Lula, desgostoso com a situação, decidiu expulsá-lo do país. Este caso obteve ampla repercussão internacional. Muitos passaram a observar o governo Lula como autoritário, já que, até então, o presidente tinha uma boa imagem internacional. Nesse caso, Lula utilizou do mesmo artifício que a oposição havia empregado durante o processo eleitoral, ou seja, a ameaça.

Esta é, também, uma tese que conota um contexto. É o velho bordão: “se isso acontecer, acarretará ‘naquilo’”. O “naquilo” remete a um fato do passado. Dessa forma, em épocas de eleições, é comum a alegação de que o povo não sabe votar. Este é o argumento de Menezes (2008), para contextualizar historicamente a tese da ameaça.

A tese da ameaça, por sua vez, foi utilizada durante o século XIX, quando foi proposta a expansão do sufrágio nos países em que os direitos e as

liberdades civis estavam firmemente estabelecidos. Ela argumentava que tais direitos e liberdades seriam perdidos, em virtude do avanço da democracia, pois a extensão do direito de voto aos trabalhadores e pobres levaria 'à formação de uma maioria e a um governo que expropriaria os ricos [...] (MENEZES, 2008, p. 15).

Nesse caso, levou-se em questão que a expansão do sufrágio acarretaria em risco a avanços anteriores no domínio dos direitos individuais, ou seja, a democracia.

Assim, caracterizadas as três teses da retórica da intransigência, isto é, da ameaça, da perversidade e da futilidade, verifica-se que, tal qual o polemismo, trata-se de formas de discursos semelhantes que visam a descaracterizar o alvo em questão, como o governo, o colega de trabalho, etc.

#### 5.4 O DISCURSO E O *INSIGHT*

O discurso mobiliza uma “outra ordem” de significação que a da frase. Assim, por exemplo, a declaração: “Proibido Fumar” é uma unidade completa e mais complexa. Este enunciado pode ser visto sob vários ângulos: risco, respeito, necessidade, convenção, etc. Assim, elementos subjetivos se fazem presentes na diversidade de enunciações, já que constituem um determinado contexto histórico.

O discurso é também interativo, contextualizado, assumido por um sujeito e regido por normas. No que concerne à função desse discurso/enunciado, Sousa (2006) considera que a linguagem é sempre retórica, pois tem por finalidade comunicar algo até a persuasão.

Entendemos que o discurso jornalístico trabalha com o que é inesperado (no sentido de inusitado), com o que é possível (em termos da vida cotidiana em suas dimensões políticas, sociais, econômicas, culturais, esportivas, etc.) e com o que é previsível (em termos de acontecimentos futuros) (INDURSKY; FERREIRA, 1999, p. 112).

O inusitado é também observado por Moraes e Galiuzzi (2007), pois denotam que é, partir do caos, que surge o novo. Desta maneira, se originam os “*insights*”, isto é, uma operação inconsciente/inesperada, resultando em novo ponto de vista, antes não percebido. Os autores acreditam que a grande maioria dos *insights* é perdida durante as elaborações dos discursos, restando somente alguns. Moraes e Galiuzzi (2007, p. 43) sugerem que: “Os relâmpagos apenas dão uma visão rápida da paisagem”. Da mesma maneira, é destacada a necessidade de o autor do *insight* conseguir exteriorizar esta visão para o seu leitor, pois, caso contrário, esta mensagem não terá relevância. Ela pode se exteriorizar por meio de metáforas, já que os discursos textuais movimentam-se em um contínuo entre elementos de objetividade e de subjetividade.

Já quanto à definição dos discursos textuais, Maingueneau (2001) ressalta que o oral, o escrito e o impresso são regimes de enunciação distintos, que supõem padrões muito diferentes. Igualmente, Charaudeau (2006) sugere que há uma subdivisão de gêneros em textos escritos.

[...] um texto escrito pertence a um e somente um gênero. Os textos escritos caracterizam-se, geralmente, por empréstimos a diferentes gêneros. Até mesmo os jornalistas o reconhecem. Um deles declara: ‘No domínio do jornalismo político, aqueles que dizem que se deve sempre separar a informação do comentário estão inventando histórias. Num outro nível, com relação ao comentário ou ao editorial, não é possível definir claramente a diferença entre esses dois tipos de artigo (CHARAUDEAU, 2006, p. 234).

A citação acima corresponde ao reconhecimento do gênero polemista como uma subdivisão do articulismo. Esse gênero de discurso, adicionado ao modelo dos *blogs*, analisados nesta pesquisa, tem por objetivo captar o receptor através da forma inusitada de seu texto. O discurso em primeira pessoa, referido nos *blogs*, acrescentados de persuasão e de sedução, tornam esta mídia um objeto cativante para a leitura.



## 5.5 A PERSUASÃO E A SEDUÇÃO

A persuasão e a sedução são duas maneiras distintas de buscar no leitor o êxito na participação ou na adesão de determinada causa/argumentação.

Uma não existe sem a outra, embora sejam distintas. Ambas utilizam a propaganda como ferramenta. Propaganda esta que se encontra explícita e implícita nos títulos das postagens e também no ego do polemista, pois ele vive de uma imagem projetada para com seu público.

Alguns autores divergem quanto à definição de persuasão. Garcia (1982) sugere que a relação entre persuadido e persuasor se dá pela diferença de classes. O autor reforça, de certa maneira, a Tese de Pierre Bourdieu, o qual afirmara que os meios de comunicação influenciam e “determinam” as tendências de consumo da grande massa. Outros autores argumentam que, se este fato fosse verdadeiro, resultaria em uma inexistência de divergências. Tal tese reduz o humano a um ser “indispensável/desnecessário”, que não questiona nada, ninguém. Assim, para os contestadores das teorias de Garcia e de Bourdieu, a relação entre persuasor e persuadido se dá em plano ideológico.

No que concerne à sedução, Silva (2001) menciona que esta está mais voltada para as aparências.

Ela retira do objeto seu sentido para transformá-lo somente naquilo que ele aparenta ser. A partir disso, qualquer coisa pode guardar um aspecto de sedução, desde um corpo até um discurso. Para tanto, é suficiente que deixe de significar. Basta que se permita estar desviado de sua própria verdade (SILVA, 2001, p. 38).

Há, nessa citação, uma característica em comum com os sofistas e os polemistas, ou seja, o “aparentar ser”. Tem-se aqui o tradicional bordão: *“ganha quem bate mais, independente do argumento”*.

Conforme Silva (2001), o discurso para ser sedutor tem que enaltecer as superficialidades. Assim, as superficialidades da sedução podem ser compreendidas com o gênero polemista, e a retórica da intransigência, como um “acusar sem comprovar”. Nesse caso, o tom é preponderantemente emocional.

Discursos ufanistas, xenófobos e racistas são exemplos do uso do artifício da superficialidade. Quando se usa tal discurso, geralmente há radicalismo. Como exemplo, tem-se, à época da ditadura brasileira, no governo de Getúlio Vargas: “*Brasil ame-o ou deixe-o*”. Nesses casos, o forte clamor emocional foi utilizado por líderes políticos com a finalidade de coesão, de fortalecimento institucional/ideológico de determinada causa, além da imputação de um hipotético alvo, no caso em questão, como “traidores da pátria”, denotando o inimigo a ser derrubado.

Tais fatos foram o estopim que designaram as grandes tragédias da humanidade, como, por exemplo, as inúmeras tentativas de extermínio de diversos grupos étnicos.

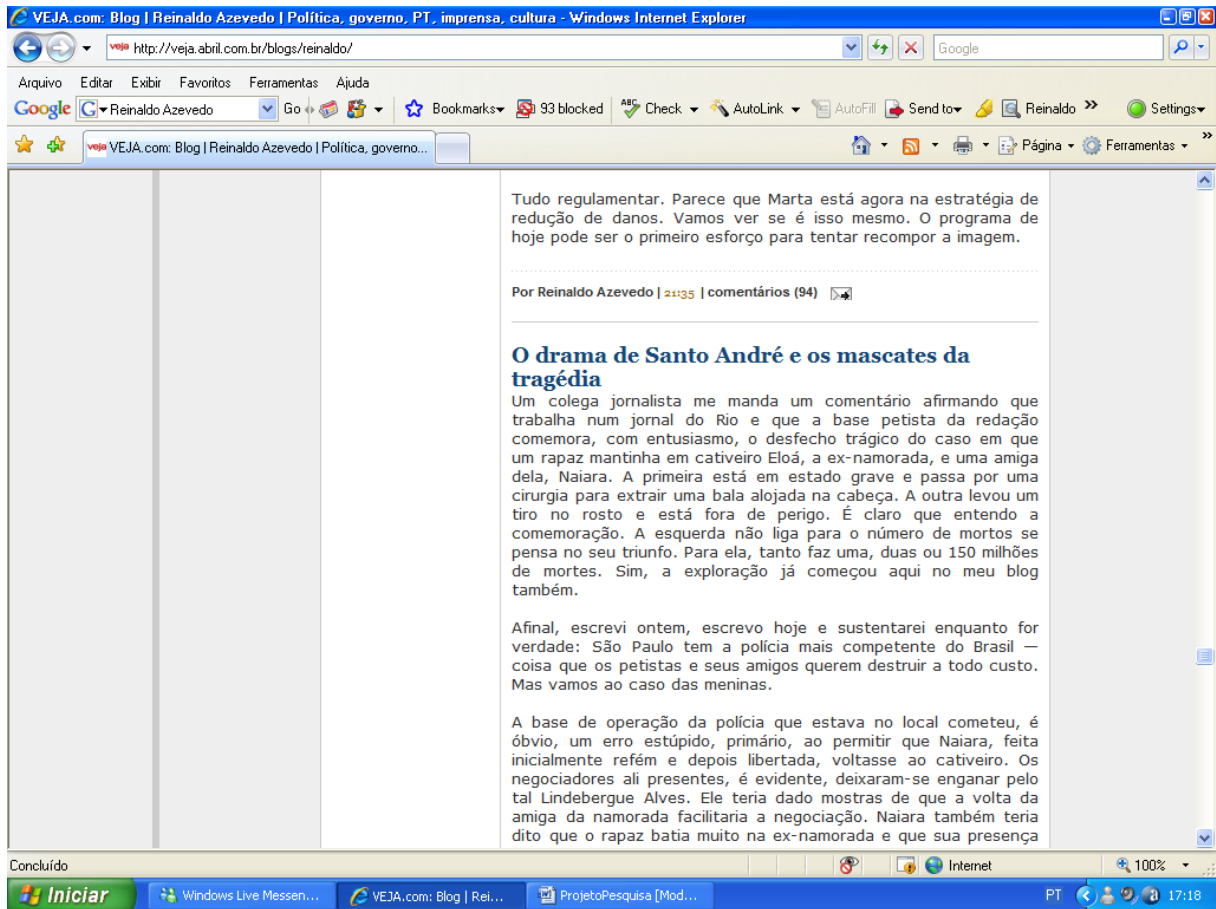


Figura 3: Tragédia em Santo André - *Blog* do Reinaldo Azevedo

Fonte: <[http://veja.abril.com.br/blogs/reinaldo/2008\\_08\\_10\\_reinaldo\\_azevedo\\_arquivo.html](http://veja.abril.com.br/blogs/reinaldo/2008_08_10_reinaldo_azevedo_arquivo.html)>, 2008.

Para fins ilustrativos, têm-se o uso da “sedução” na titulação de uma postagem (Figura 3), no *blog* de Reinaldo Azevedo. Este escreveu: “O drama de Santo André e os mascates da tragédia”. Verifica-se aqui a existência de uma titulação polemista, pois o blogueiro utiliza uma propriedade, descrita no capítulo 4.2, que é composta de profusão/desperdício de adjetivo, através do termo “mascates”. Tal termo, contextualizado com o conteúdo da postagem, ressalta que um “colega” do jornalista havia relatado que simpatizantes do Partido dos Trabalhadores tinham comemorado o insucesso de um resgate de um seqüestro na cidade de Santo André, em São Paulo. Tal suposta comemoração se dava com argumentos políticos, já que a polícia paulista, governada pelo PSDB, e de oposição ao PT, era tida como a mais eficiente do país. Desta forma, tal fato tratava-se de uma versão sem comprovação.

Silva (2001, p. 40) afirma que: “nesse sentido, a sedução é um processo essencialmente compreensivo, enquanto a persuasão, nas suas fórmulas retóricas, perpassa a explicação. Assim como a compreensão”.

Desta forma, Castro (2008) defende um embasamento convincente por trás da persuasão. É sugerido também pelo autor que a persuasão busca no parceiro a adesão no universo do outro. “*O homem, antes de ser um consumidor de produtos, é um consumidor de palavras (Ibidem)*”.

A compreensão está mais sujeita a cometer enganos. A sedução, por seu lado, é incapaz de estar errada. Isso porque o sujeito seduzido jamais está certo ou errado, ele está simplesmente privado do sentido daquele discurso. Está fadado ao imediatismo e à concretude de sua aparência (SILVA, 2001, p. 41).

Aqui, abre-se um parêntese para o jornalismo. Pode-se dizer que ele é composto basicamente de persuasão, embora muitos autores possam vir a contestar, afirmando que este é neutro. Já o gênero polemista compõe-se, em sua maior parte, de sedução, ou seja, de apelo, de clamor, de um público que ama o polemista e, de outro, que o odeia. Caso isso não ocorra, não há um personagem polemista.

Silva (2001, p. 42) sugere que a melhor definição das diferenças entre persuasão e sedução é a seguinte: “o discurso sedutor, então, é o próprio discurso persuasivo privado de seu sentido.

Pode-se dizer que a sedução é um processo fenomenológico, isto é, está ligado ao cotidiano do indivíduo no dia-a-dia. Desta maneira, não exige conceitos “universalizados”, apenas outra pessoa, receptora às afetividades e às expectativas do indivíduo. Por outro lado, a persuasão não necessita de indivíduos aptos a recebê-la, mas, sim, entendê-la. Por isto, diz-se que a sedução é uma modalidade coletiva, em que dois indivíduos já são o suficiente para a realização do processo, enquanto a persuasão pode ser apenas individual, mas não necessariamente.

## 6 METODOLOGIA

A seguir, é apresentada a metodologia desta pesquisa: os seus objetivos, as suas delimitações, o delineamento da pesquisa e a definição dos *blogs* que serão estudados. A metodologia desta pesquisa tem como estratégia proposta o estudo de caso, baseado no *ranking* do Technorati, isto é, em um *site* norte-americano que realiza o “mapeamento” da blogosfera.

### 6.1 OBJETIVOS

Esta pesquisa tem como objetivo principal analisar as estratégias retóricas da titulação blogueira.

Como objetivos secundários do trabalho, têm-se: verificar se há editorialização no processo de titulação; investigar se o discurso assumido por determinado jornalista, através dos títulos das postagens, é compatível com a linha editorial provedora do *blog* deste jornalista, já que, neste caso, não se trata de um *blog* opinativo, mas, sim, de um gênero híbrido entre jornalismo-de-opinião e a sua contraparte noticiosa (*blog* corporativo); comprovar que as titulações exibem o discurso polemista na maioria das postagens; e conferir se as titulações compostas com uma das três teses da retórica da intransigência possuem relação com o resultado da análise das titulações polemistas.

## 6.2 MÉTODO DA PESQUISA

Esta pesquisa está dividida em três etapas, conforme detalhado na Figura 4, as quais são sempre acompanhadas por uma pesquisa bibliográfica, referente ao assunto em estudo.



Figura 4: Desenho da pesquisa

Fonte: Autor, 2008.

O retângulo em vertical amarelo (Figura 4) trata apenas da pesquisa bibliográfica acerca dos assuntos aos quais está relacionado, conforme as setas indicam na figura.

O retângulo em horizontal verde aborda a verificação do *ranking* dos *blogs* políticos mais lidos de jornalistas brasileiros, a fim de que se obtenha o objeto de análise, além da metodologia buscada através da pesquisa bibliográfica sobre o estudo de caso.

O retângulo em horizontal central tem por finalidade o estudo do discurso. A partir daí, são relacionados todos os itens da pesquisa no que concerne ao seu objeto.

No retângulo em horizontal da base (Figura 4), são explicitadas as definições do título e do discurso polemista, ou da mídia polemista, propriamente dita, além da definição de retórica da intransigência.

Por fim, aparecem dois retângulos horizontais em laranja, que tratam, respectivamente, da análise dos *blogs*, referente à primeira quinzena do mês de agosto de 2008, assim como da conclusão da pesquisa.

### **6.2.1 Definição dos *Blogs* que serão estudados – Estudo de Caso**

A estratégia de pesquisa proposta é o estudo de casos, pois, de acordo com Yin (2005), esta modalidade é adequada, quando se busca responder a questões do tipo “como” e “por que”. Nela, o pesquisador tem controle limitado sobre os acontecimentos, e o foco se encontra em fenômenos contemporâneos inseridos em algum contexto da vida real. Além disso, as investigações, necessárias para alcançar os objetivos da pesquisa, podem contribuir com o conhecimento já existente de fenômenos organizacionais, o que, segundo o autor, caracteriza uma das situações na qual, freqüentemente, se utiliza o estudo de caso como estratégia de pesquisa.

Um estudo de caso é uma investigação empírica que investiga um fenômeno contemporâneo dentro de seu contexto da vida real, especialmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto não estão claramente definidos. Em outras palavras, você usaria o método de estudo de caso quando deliberadamente quisesse lidar com condições contextuais – acreditando que elas poderiam ser altamente pertinentes ao seu fenômeno de estudo (YIN, 2005, p.32).

Da mesma forma, conforme Gil (1994, p. 45), “este tipo de pesquisa é realizada especialmente quando o tema escolhido é pouco explorado e torna-se difícil sobre ele formular hipóteses precisas e operacionalizáveis”.

Assim, os estudos de caso estarão focados no processo de análise de três *blogs* políticos, escritos por jornalistas.

O *ranking* dos três *blogs* de jornalistas políticos foi realizado com base nas estatísticas do *site* norte-americano, Technorati<sup>11</sup>, considerado a principal referência internacional para pesquisa e rastreamento da blogosfera. Este permite fazer uma contagem precisa do número de *links* dos quais um *blog* foi alvo durante determinado período. Para a elaboração deste *ranking*, foram computados os resultados referentes ao primeiro semestre de 2008.

Eles mostram que, de acordo com o *site* Technorati, o jornalista, Ricardo Noblat, do jornal O Globo, apareceu em primeiro lugar no *ranking*. Conforme os dados coletados no dia 28 de julho de 2008, Noblat possuía 4.021 *blogs* relacionados, o que confere uma autoridade de 507 pontos. Em segundo lugar, apareceu o jornalista, Reinaldo Azevedo, da revista Veja. Sua cotação foi de 3.072 *blogs* relacionados, com autoridade de 363 pontos. Por fim, apareceu Josias de Souza, jornalista da Folha de São Paulo. Ele possuía 2.729 *blogs* relacionados, também com autoridade de 363 pontos. Vale ressaltar que todos os *blogs* pesquisados possuem caráter corporativo, ou seja, não são considerados *blogs* opinativos, representam uma instituição.

Foi definida uma amostra de três *blogs*, para que se pudesse dar conta de um monitoramento de 15 dias desses *sites*. Esse acompanhamento foi realizado durante a primeira quinzena de agosto de 2008. Assim, tal monitoramento consistia da visita diária a todos os *blogs*, anotando-se os dois títulos com o maior número de comentário de cada um dos blogueiros. Adotou-se o seguinte critério de anotação: a visita diária aos *blogs*, seguida do registro dos dados relativos ao dia anterior, para que se pudesse consolidar, ao menos, 24 horas de tempo de comentários por parte dos leitores nos *blogs*. Evidentemente, este período não impediu que ocorressem novos comentários nas postagens, mas delimitava-se um tempo de resposta/reação do público ao meio.

Cabe salientar ainda que as postagens têm que ser feitas às pressas, de modo a facilitar a compreensão do leitor. Na maioria dos casos, elas envelhecem de forma muito rápida. Por isso é de necessidade vital na *internet* a constante

---

<sup>11</sup> Disponível em <<http://technorati.com>>.



atualização da informação, fazendo com que o blogueiro deixe “no ar” uma mensagem implícita no título, a fim de despertar atenção no internauta.

Desta maneira, foram analisados os títulos das postagens dos *blogs* e a natureza polêmica dos mesmos.

O título, conforme Guimarães (1990, p. 51), ‘expressa a macroestrutura, pois, lido em primeiro plano, orienta a compreensão para a estrutura de relevância na apresentação das notícias’. Funcionando como ‘chave para a decodificação da mensagem’, se convenientemente proposto, do ponto de vista do consumidor, é **a** mais importante do que o *lead*, porque: “sem título atraente, o leitor não chega sequer ao *lead*” (Burnett, 1991, p. 43) (COMASSETTO, 2003, p. 59).

Para a análise da retórica da intransigência, foram utilizadas as definições de Albert Hirschman(1992).

Dando continuidade à pesquisa, é apresentada a análise dos dados.

## 7 ANÁLISE DA PESQUISA

Inicialmente, esta seção trata da análise da titulação polemista, abrangendo a primeira quinzena do mês de agosto de 2008, referentes às duas postagens mais comentadas de cada dia nos *blogs* previamente selecionados. Na segunda parte do capítulo, analisa-se, sob esta mesma amostra definida para a análise da titulação polemista, o estudo referente à retórica da intransigência. Na última parte deste capítulo, são destacados os resultados da pesquisa.

### 7.1 ANÁLISE DA TITULAÇÃO POLEMISTA

Na pesquisa, realizada entre os dias 1 e 15 de agosto de 2008, foi coletada uma amostra de 90 titulações, sendo 30 de cada um dos de três blogueiros políticos mais lidos no Brasil. Foram analisados os títulos e o conteúdo das postagens. A partir dessa amostra, foram confrontadas as titulações com os princípios de títulos polemistas, descritos no capítulo 4.2.

No dia 1 de agosto, as postagens com maiores números de comentários de Reinaldo Azevedo foram: “Apologia do terror na página de um deputado do PT” e “Mais um email escandaloso: terrorista revela como ‘engana’ o Brasil”. O primeiro título faz referência à página da *internet* do deputado do PT de São Paulo, Renato Simões. Nela, o deputado apóia o guerrilheiro das Farc, Olivério Medina, que é objeto de destaque na segunda titulação analisada neste mesmo dia, já que este cidadão possui ligações com membros do alto escalão do governo federal. As propriedades, encontradas no primeiro título, são de persuasão/sedução, já que nela ocorre a profusão de adjetivo, através da expressão “apologia do terror”, além de ser uma informação angustiante. O segundo título apresenta o uso das aspas, o que decorre em ambigüidade, além de uma profusão de adjetivo, neste caso, o termo “engana”, o que remete à persuasão/sedução.

Também aqui, Ricardo Noblat apresenta duas manchetes polemistas entre as mais comentadas: “Lula é o presidente com melhor imagem entre os argentinos”

(Figura 5) e “Tortura é crime que não pode e não deve prescrever”. A primeira manchete pode ser inserida como de propriedade de piadas e de trocadilhos, visto que a Argentina é o país mais “detestável” pelos brasileiros, em função da rivalidade. O segundo título revela um juízo de valor, um gênero que não era concebível no jornalismo, até pouco tempo.

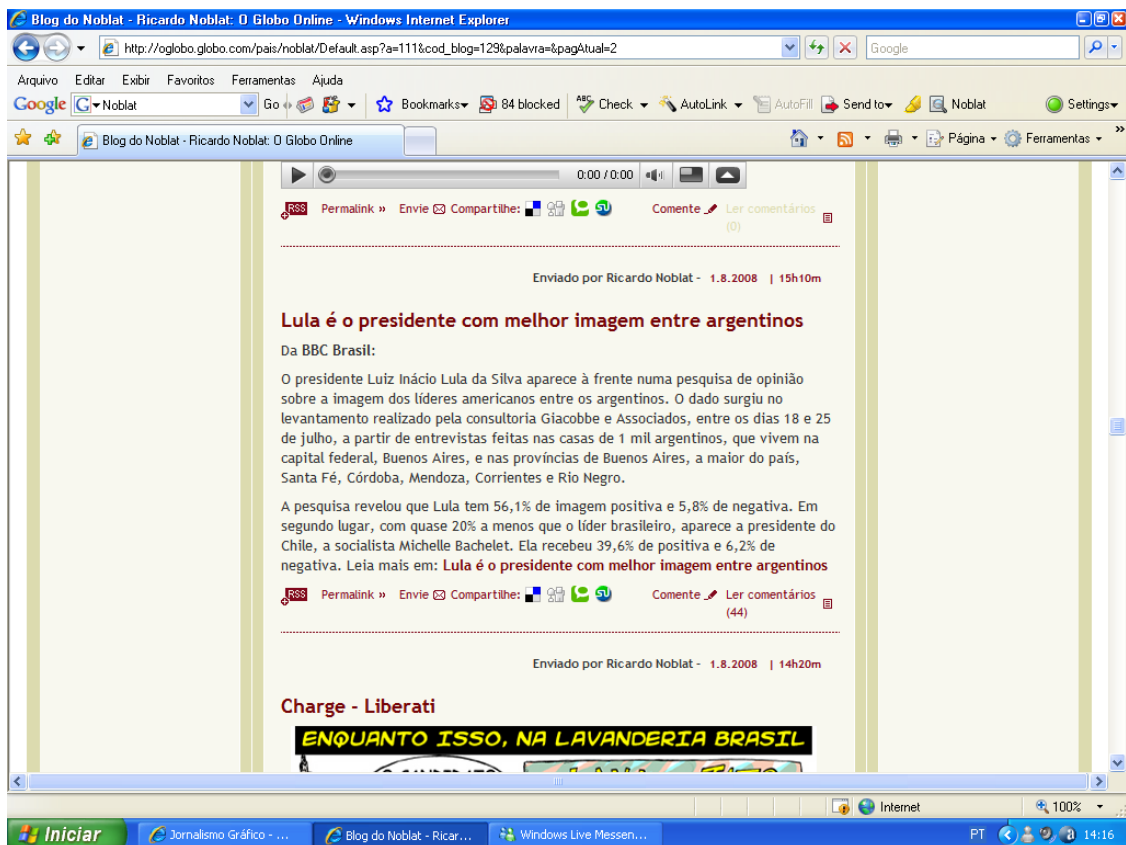


Figura 5: Lula e os argentinos - *Blog do Noblat*

Fonte: <<http://oglobo.globo.com/pais/noblat/default.asp?periodo=20080801>>, 2008.

Já com o jornalista Josias de Souza, é enfatizada, entre os leitores, apenas uma manchete polemista neste dia: “Em 13 anos, fiscais libertam 30 mil ‘neo escravos’”. Nessa titulação, há o recurso das aspas, o que confere uma ambigüidade, além de uma inserção de adjetivo, ou seja, “neo-escravos”, o que denota a persuasão/sedução. Seu outro título: “Troca de chefia expõe receita a risco de politização” não possui caráter polemista.

No dia 2 de agosto, as manchetes mais citadas de Reinaldo Azevedo são: “Carvalho, assessor de Lula, diz que prestou ‘ajuda humanitária’ a terrorista. Que lindo!” Neste exemplo, há uso de aspas, o que confere ambigüidade, da profusão de

adjetivo, através da expressão “que lindo”, que confere persuasão/sedução, e também da exclamação, utilizado para dar ênfase ao discurso do redator. No segundo título de Azevedo, aparece: “Veja 8. F@rc.Pt.com”. Este é um recurso de piada e de trocadilho, pois remete à ligação entre o partido dos trabalhadores e o grupo terrorista Farc, em alusão a endereços eletrônicos.

Nesse mesmo dia, os leitores de Noblat destacam uma titulação polemista e outra informativa. A primeira destaca: “Lula a metalúrgicos: é hora de reivindicar aumento”, em que só há caráter informativo. O outro título, “Por que não um cargo no Ministério da Pesca?”, expõe uma mensagem implícita, através do recurso do ponto de interrogação.

Fechando este segundo dia de pesquisa, são selecionados, entre as postagens de Josias de Souza, dois títulos apenas de caráter informativos: “Contato das Farc leva uma vida pacata em Brasília” e “Bolsa família paga R\$67 mi a mais no mês de julho”.

No domingo, dia 3 de agosto, os leitores de Reinaldo Azevedo apontam: “As Farc e um vermelho e azul com Eliane Cantanhêde”. Aqui é necessário contextualizar o que está escrito na postagem. Eliane Cantanhêde é colunista do jornal Folha de São Paulo. Em sua coluna no jornal, foi defendido o “direito” da mulher do terrorista, Olivério Medina, de trabalhar no Ministério da Pesca. Para a jornalista, não havia mal algum. Cantanhêde acrescentou ainda que o ex-presidente do Paraguai, Alfredo Stroessner, havia aplicado uma ditadura covarde em seu país, e foi recebido no Brasil como asilado político e em um “outro” governo. Para esta análise, constata-se o seguinte: o que se encontra escrito em vermelho na postagem é a reprodução da coluna de Cantanhêde e também alusão à sua ideologia partidária. Sob a ótica de Azevedo, a jornalista partidária do atual governo, remete à cor vermelha que é a mesma do partido dos trabalhadores, enquanto a correção desta coluna é marcada com azul, diferentemente das cores usadas para corretivos na escola. Há aqui um elemento persuasivo/sedutivo, através da profusão de adjetivos: vermelho e azul. A outra manchete do jornalista neste dia é apenas informativa: “As manchetes da Folha deste domingo e o Estado policial”.

No *blog* de Noblat, a titulação preferida entre os leitores deste domingo consiste: “Anistia – Impossível equiparar o criminoso à sua vítima”. Aqui se trata de um artigo descrito pelo jornalista Jânio de Freitas, com um juízo de valor. Esta é uma visão rebatedora da tese de Reinaldo Azevedo, em que contesta o ministro da justiça, Tarso Genro, sobre a lei da anistia. Azevedo faz alusão ao “terrorismo” dos rebeldes, enquanto esta postagem, com a tortura dos militares. Trata-se, desta forma, de ideologias diferentes. O outro título é: “As privatizações reavaliadas”, em que não há discurso polemista.

O encerramento da amostra, realizada durante o primeiro fim-de-semana da pesquisa, destacado no *blog* de Josias de Souza, relata as titulações: “Governo faz mutirão contra as filantrópicas suspeitas” e “As manchetes deste domingo”. Nesse caso, ambas são informativas.

Na segunda feira, dia 4, Reinaldo Azevedo brinca com o tradicionalismo gaúcho, já que anteriormente um leitor do Rio Grande do Sul havia rebatido, de forma áspera, os ideais defendidos pelo blogueiro, através de um comentário que havia enviado. A manchete é: “O leitor desafia o meu lado gaúcho da fronteira”, na qual o jornalista apresenta uma propriedade denominada *color story* e *side story*. Esta denota uma apresentação enfática, pois não visa à elaboração de títulos comuns e, sim, de uma história. Assim, esta titulação destaca um personagem típico gaúcho, o “gaúcho da fronteira”, que é aquele considerado “viril” e que não poupa palavras. Tal titulação contém ainda informação incompleta ou angustiante, pois o leitor não sabe de qual contexto o jornalista a idealiza. A outra manchete do dia selecionada é: “Agora no *You Tube*: Cenas fortes do Estado policial promovido por Tarso Genro”(Figura 6). Aqui há o uso da profusão de adjetivo, através da expressão “cenas fortes”, além da mesma propriedade descrita na titulação anterior, *color story* e *side story*, visto que busca uma apresentação enfática. O contexto é de sátira, demonstrando o blefe potencial do Estado policial brasileiro, através das imagens do vídeo que podia ser visualizado nesta postagem.



Figura 6: Tarso e o You Tube - *Blog do Reinaldo Azevedo*

Fonte: <[http://veja.abril.com.br/blogs/reinaldo/2008\\_08\\_10\\_reinaldo\\_azevedo\\_arquivo.html](http://veja.abril.com.br/blogs/reinaldo/2008_08_10_reinaldo_azevedo_arquivo.html)>, 2008.

“A lei seca é uma insensatez. Bastava fiscalizar” e “Militares criticam ‘passado terrorista’ do governo” são as manchetes preponderantes de comentários no *blog* do jornalista do O Globo, de Ricardo Noblat, no início da segunda semana de pesquisa. Na primeira, há a profusão de adjetivo, ou seja, “insensatez”. No segundo título, ocorre a utilização das aspas, isto é, ambigüidade e também a profusão de adjetivo, denotado por “passado terrorista”. Tal contexto decorre da lei dos direitos humanos, que o Ministro da Justiça, Tarso Genro, busca com o propósito de punição aos militares envolvidos. Da mesma maneira, no dia 7 de agosto, ocorreria um seminário para que os militares pudessem discutir os excessos dos membros do PT, envolvidos naqueles conflitos.

O blogueiro, Josias de Souza, por sua vez, começa a semana tendo tais titulações assinaladas: “Gilmar Mendes volta a torpedear a Polícia Federal” e

“Câmara quer ouvir explicações de proposto das Farc”. O primeiro título possui o caráter ambíguo, já que há profusão de adjetivo com o termo “torpedear”. Desta forma, a postagem remete a “soltar os cachorros à polícia Federal”. O segundo título possui apenas o viés informativo.

Na terça-feira, 5 de agosto, é destacada como alvo de comentários preferido entre os leitores, a retomada da polêmica entre Reinaldo Azevedo e a jornalista, Eliane Cantanhêde, do grupo Folha. As manchetes explicitam: “Yara Chiara faz um preto e azul com Cantanhêde” e “Eliane Cantanhêde dobra a dose do remédio errado para ver se dá certo”. Na primeira titulação, há a persuasão/sedução, com a descrição de “preto” e de “azul”. No segundo título selecionado, além da profusão de adjetivo, com o termo “remédio errado”, há também a informação incompleta, pois o título não especifica qual é o remédio errado.

De outro modo, com Ricardo Noblat, seus dois títulos destacados neste dia são informativos: “Bolívia em conflito” e “Classe média chega a 52% da população”.



Figura 7: Transatlântico brasileiro - *Blog* do Josias de Souza

Fonte: <http://josiasdesouza.folha.blog.uol.com.br/arch2008-08-03\_2008-08-09.html>, 2008.

Com relação a Souza, as titulações enfatizadas desse dia são: “Transatlântico brasileiro navega em águas mansas” (Figura 7) e “Governo faz mais concessões a ruralista endividado”. No primeiro título, se trata de polemismo. Na postagem, é destacado que: “o Brasil ainda não é uma embarcação de luxo, mas já não está com aquela velha cara de Titanic”. A denominação “transatlântico” ao país remete à profusão de adjetivo, o que denota ambigüidade. O segundo título é apenas informativo.



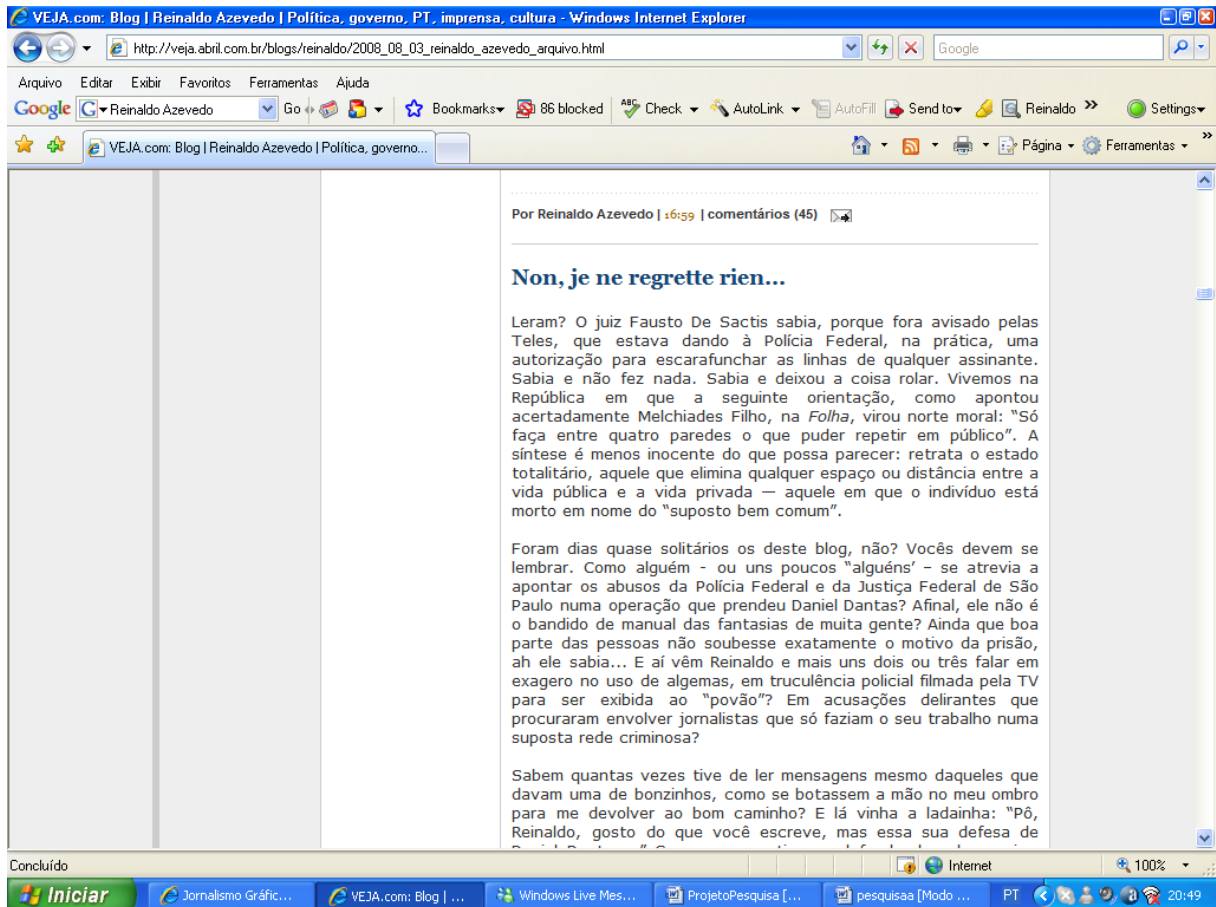


Figura 8: Língua estrangeira - Blog do Reinaldo Azevedo

Fonte: <[http://veja.abril.com.br/blogs/reinaldo/2008\\_08\\_10\\_reinaldo\\_azevedo\\_arquivo.html](http://veja.abril.com.br/blogs/reinaldo/2008_08_10_reinaldo_azevedo_arquivo.html)>, 2008.

No dia 6, o maior número de comentário entre as postagens de Reinaldo Azevedo mostra: “*Non, jê ne regrette rien [...]*” (Figura 8) e “A lei da anistia e as três mentiras”. Ou: “nada devemos aos terroristas, mortos ou vivos”. A primeira titulação faz referência ao espetáculo em que se transformaram as operações da polícia federal que, através dos abusos das forças e da mídia, acabam por transformá-las em um *show*. É destacado, em outras postagens, referentes a esta, a não necessidade do uso de algemas, como enfatiza Azevedo: “utilizar as algemas para um Celso Pitta ainda sonolento em sua casa e também um Daniel Dantas” que, embora tivessem de ser presos, não requeriam esta “necessidade”, já que: “tais indivíduos não iriam sair correndo fugidos pelos jardins paulistas”. O segundo texto é referente à polêmica lei da anistia, que o ministro Tarso Genro idealiza. Para esta postagem, de acordo com o jornalista, Reinaldo Azevedo, há três mentiras nesta questão: histórica, política e moral. O jornalista satiriza o argumento dos reacionários da época. De acordo com ele: “Franklin Martins era a única forma de ‘reação’ à

ditadura”. A propriedade identificada na primeira titulação é a da informação incompleta ou angustiante, já que a expressão encontra-se escrita em uma língua estrangeira, desconhecida para a grande maioria dos leitores. Na segunda titulação, percebe-se o recurso das aspas, ideal para despertar ambigüidade, somado ao uso do adjetivo, destacado pelo termo “mentiras”.

Da mesma forma, com Ricardo Noblat, as postagens mais comentadas do dia são: “Desabafa, Dantas, desabafa”. A postagem assinala que Daniel Dantas quer mesmo desabafar, mas, no fim do comentário, é mostrado que: “é apenas lorota de advogado para acuar inimigos”. O princípio polemista, encontrado aqui, é a repetição, para dar ênfase a determinado contexto. Já o segundo título do dia apresenta: “DEM expulsa deputado Natalino Guimarães”, sendo este somente um título informativo, já que DEM remete aos democratas.

Nesse mesmo dia, no *blog* de Josias de Souza, são selecionados dois títulos polemistas: “88% apóiam o veto aos candidatos com ‘ficha suja’” e “Segundo advogado, Daniel Dantas quer ‘desabafar’”. No primeiro caso, tem-se o recurso das aspas, portanto ambigüidade. Além disso, há profusão/desperdício de adjetivo, ou seja, “suja”. No segundo título, também há o recurso das aspas, tornando ambígua a maneira como ele quer “desabafar”.

No dia 7 de agosto, para não fugir do costume, são enfatizados, no *blog* de Azevedo, dois títulos polemistas mais discutidos entre seu público: “Este blog foi citado pelo STF? Será?” e “Lá vou num vermelhinho com azul, de novo!!!”. O contexto da primeira titulação é referente a uma postagem do dia anterior em que Azevedo avaliou os candidatos com ficha suja. Assim, o STF publicou, em seu *site*, o mesmo viés ideológico anteriormente por Azevedo. Dessa forma, conforme Azevedo: “um ‘esquerdista’ enviou uma mensagem, enfatizando que ‘ambos’ estavam lado a lado”. O princípio encontrado neste título é o de mensagem implícita, já que há dois usos do ponto de interrogação. No segundo título, o objeto de controvérsia é novamente a jornalista da Folha de São Paulo, Eliane Cantanhêde. Conforme Azevedo: “Ela lida muito mal com a história, antes Farc, agora clube militar”. Esta citação faz alusão a uma manifestação do Clube Militar do Rio, em que Eliane faz alusão aos “homens de pijama”, militares aposentados, quando se

reuniram para rebater a lei da anistia. De acordo com Azevedo, a coluna de Cantanhêde possui um viés esquerdista, anti-militar e pró-terrorista. Aqui, mais uma vez, é encontrada a profusão de adjetivos, como “vermelhinho” e “azul”, respectivamente.

Por sua vez, o jornalista do portal carioca, Ricardo Noblat, apresenta suas duas titulações com maior *feedback*: “STF anula julgamento e proíbe uso abusivo de algemas”. Este é apenas um título informativo, fato que não ocorre com o outro: “Tortura e torturados – Um agrado à esquerda”. O segundo título faz referência a um artigo exibido na postagem de Ricardo Noblat, em que está explícito que o mérito da lei da anistia é apenas de agradar à esquerda brasileira. Este título/artigo é provido de um juízo de valor.

Ainda, no dia 7, os leitores de Josias de Souza apresentam: “STF decide editar súmula limitando o uso de algemas” e “Socorro agrícola premia os devedores com R\$ 10 bi”. No primeiro exemplo, tem-se um título informativo. No contexto do segundo título, é argumentado que o “pacote de Lula para os ruralistas, mais a emenda da Câmara, aumenta a anistia da classe”. O princípio encontrado nesta titulação é também o de juízo de valor.

No dia 8 de agosto, no blog de Reinaldo Azevedo são descritas as duas titulações das postagens mais lidas do dia: “Algemas: agora somos todos do PT ou: Sobre “garantismos” e “Comando militar do leste protesta contra revisão de anistia e ataca “terroristas”. No primeiro título, há uma citação na postagem, explicando a questão: “ao menos, no que concerne às algemas, agora todos temos as prerrogativas dos petistas – somos todos do PT”. Esta é uma alusão à citação de Tarso Genro, combatendo o jurista, Marco Aurélio Mello, para quem as algemas somente são necessárias aos criminosos perigosos. Genro destacara que: “então ninguém deve utilizar algemas, o fator classe social não deve prosperar neste caso”. Ironicamente, Azevedo alega que, até agora, nenhum petista foi algemado, então todos serão iguais a eles daqui para frente. O princípio encontrado nesta titulação é o recurso das aspas, além de ser uma informação incompleta ou angustiante. Na segunda titulação, há o recurso das aspas, além da profusão de adjetivo, com o termo “ataca”.

Com a Olimpíada, realizada na China nesta mesma época, Ricardo Noblat tem como postagens mais lidas: “Jogos de Pequim – Lula bem na foto” e “Jogos de Pequim – sem emoção”. A primeira manchete descreve que apenas 12 chefes de estado foram recepcionados pelo chefe da China, entre eles, Lula. Na segunda, ocorre a citação: “Galvão, por que não te calas?” Em ambos os títulos ocorrem juízos de valor.

O jornalista, Josias de Souza, dá destaque, entretanto, a dois títulos informativos políticos, como de maior número de comentários nessa mesma data: “Ameaças ao STF e Gilmar mobilizam equipe da PF” e “Justiça eleitoral autoriza a candidatura de Maluf”.

No dia 9 de agosto, são apresentados, no *blog* de Azevedo, os seguintes temas de postagens mais lidos: “Na Veja, grampo no Palácio e um Diogo reserva especial” e “Tarso é café pequeno. Que tal Robespierre?” (Figura 9). O primeiro título trata de uma coluna do também polemista, Diogo Mainardi, da revista Veja. O grampo do palácio remete a Gilbert Carvalho, assessor de Lula. Na primeira postagem, é enfatizado que Diogo Mainardi fez alusão em sua coluna a Paulo Coelho, o qual, em uma determinada entrevista, é caracterizado como o maior intelectual brasileiro. No contexto do segundo título, tem Robespierre, um controvertido político da Revolução Francesa, que Azevedo assim descreve: “Robespierre, um tarado homicida, julgava-se um verdadeiro amante das liberdades”. Para tal contexto, Azevedo acrescenta: “Se o Brasil seguisse o rumo que Tarso queria, teria passado por uma ditadura comunista”. No primeiro título, há somente um juízo de valor, enquanto, no segundo, há a profusão de adjetivo, com a expressão “café pequeno”, somado à informação incompleta ou angustiante.

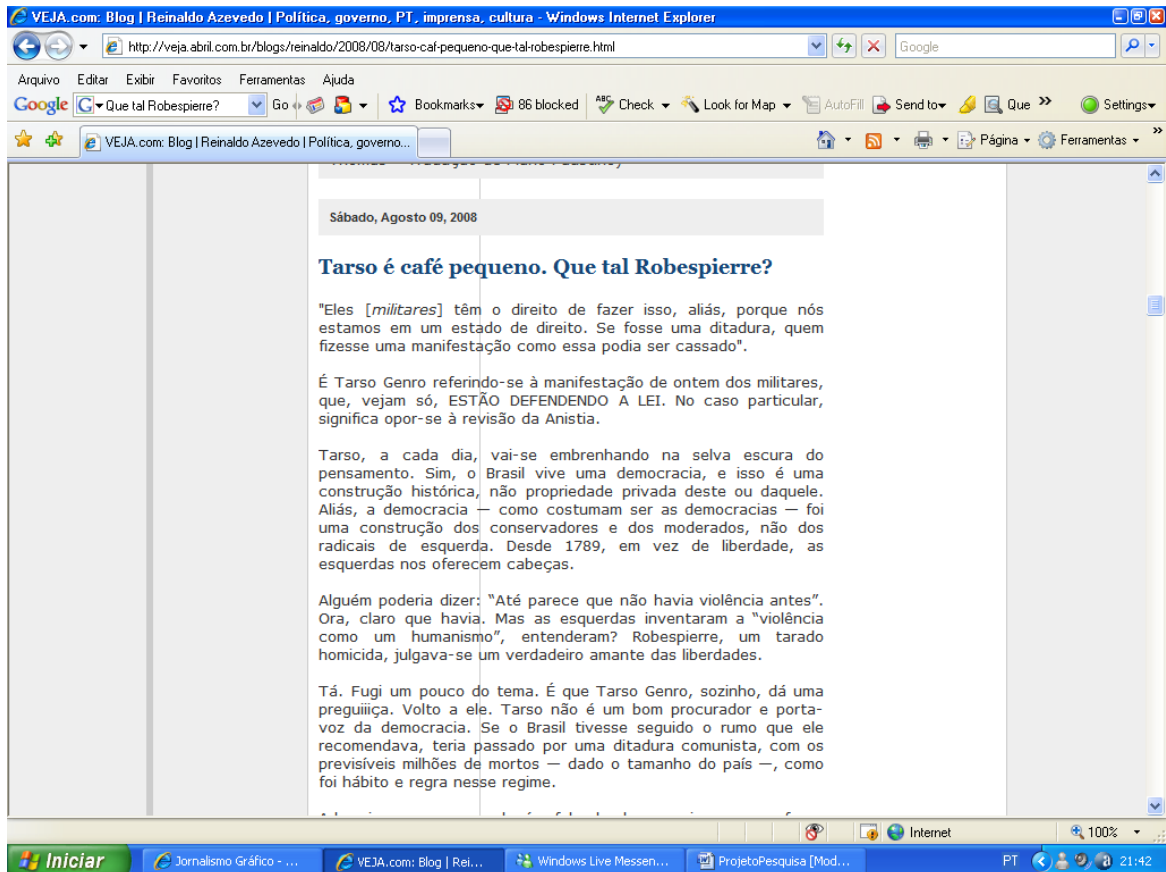


Figura 9: Robespierre - Blog do Reinaldo Azevedo

Fonte: <[http://veja.abril.com.br/blogs/reinaldo/2008\\_08\\_10\\_reinaldo\\_azevedo\\_arquivo.html](http://veja.abril.com.br/blogs/reinaldo/2008_08_10_reinaldo_azevedo_arquivo.html)>, 2008.

O jornalista do O Globo apresenta um título informativo e um polemista neste mesmo dia: “Tráfico treina táticas de guerrilha no Rio” e “Grampos ilegais assustam o STF e o Planalto”. O primeiro título é informativo. No segundo, é apresentado o recurso do *color story* e *side story*, com “tráfico treina táticas...”.

Já o jornalista da Folha de São Paulo, Josias de Souza, tem como manchetes das postagens preferidas por seu público as seguintes titulações: “Inspeção no STF detecta ‘provável escuta’ ambiental” e “Vem de Recife o principal alerta ao eleitor de 2008”. O primeiro título apresenta o recurso das aspas, portanto, ambíguo. O contexto do segundo título remete à corrupção na câmara de vereadores de Recife. Tal titulação origina informação incompleta ou angustiante.

Por Reinaldo Azevedo | 16:35 | comentários (8)

## Como criar estatais e influenciar pessoas. Ou Estatismo, mercedofoia e pilantragem intelectual

O AVANÇO DO ATRASO

APÓS-DE ANUNCIAR O NOVO COMPLEXO PETROQUÍMICO, TERMOELÉTRICAS E DISTRIBUIDORA DE COMBUSTÍVEIS... (sobre sua participação estatizada no estado nas empresas)

PETROQUÍMICAS

TERMOELÉTRICAS

DISTRIBUIDORAS DE COMBUSTÍVEIS

...O GOVERNO AINDA TEM PLANOS PARA ALCANÇAR QUANTO MAIS EMPRESAS SE TRANSFORMEM EM ESTATAIS

BAPICUS

TRANSPORTES

PRODUÇÃO DE ALCOL

TELEFONIA

Leiam atentamente o trecho abaixo. Volto depois:

Por Valdo Cruz, na Folha:  
O governo Lula ainda não tem uma posição final sobre as novas

Figura 10: Pilantragem intelectual - Blog de Reinaldo Azevedo em 10/8/2008

Fonte: <[http://veja.abril.com.br/blogs/reinaldo/2008\\_08\\_10\\_reinaldo\\_azevedo\\_arquivo.html](http://veja.abril.com.br/blogs/reinaldo/2008_08_10_reinaldo_azevedo_arquivo.html)>, 2008.

No domingo, dia 10 de agosto, as postagens selecionadas para a discussão do jornalista da revista Veja são: “Guerra na Geórgia e democracia como um ‘passadismo”” e “Como criar estatais e influenciar pessoas. Ou estatismo, mercedofoia e pilantragem intelectual” (Figura 10). O primeiro título faz uma alusão ao passado na Geórgia, pois, conforme Azevedo, os conflitos nunca cessaram desde a extinção do antigo regime comunista da URSS. O segundo se refere à Petrobrás, ao anúncio do Presidente Lula de que uma nova estatal seria criada para gerar enriquecimento somente ao país, no que concerne às novas descobertas de petróleo. A crítica de Azevedo se dá à Petrobras, que é a “oficial” exploradora de petróleo do País, por não vir a ser utilizada nesta descoberta, em virtude de ser um misto de parceria público-privada. No momento da declaração do Presidente da República, as ações da Petrobras “despencaram”. No que concerne à análise

dessas titulações, vale mencionar que, na primeira, ocorre o uso das aspas, com a finalidade de gerar um duplo sentido. No segundo título, tem-se um juízo de valor.

Nesse mesmo contexto, são apresentadas as duas postagens mais comentadas do *blog* de Ricardo Noblat: “Falta de Comando” e “Militares pressionam para Lula se manifestar sobre anistia”. A primeira faz referência a um artigo de Eliane Cantanhêde. Nessa, há uma citação da jornalista: “Cadê o Comandante Chefe das Forças Armadas e das Forças Civas para segurar seus radicais à direita e à esquerda?” Ainda, de acordo com a jornalista, o exército estaria contra o governo, mas poderia ficar em casa. Nessa titulação, há o juízo de valor. O segundo título trata-se apenas de informação.

Já para os leitores do articulista Josias de Souza, as manchetes destacadas são: “Exército prevê ‘confronto’ na Raposa Serra do Sol” e “Preferido de Aécio tem déficit de dinheiro e de votos”. O primeiro título faz alusão a um possível confronto entre índios e arrozeiros no norte do país. O segundo revela uma decepção com relação ao candidato à prefeitura de Belo Horizonte, Márcio Lacerda, do PSB, apoiado pelo governador de Minas Gerais, Aécio Neves. No primeiro caso, há o recurso das aspas, enquanto, no segundo, são configurados os recursos do *color story* e do *side story*, em que ocorrem apresentações enfáticas.

Na segunda feira, 11 de agosto, as manchetes de Azevedo selecionadas são: “Meu desafio a Lula, aos petistas e ao jornalismo vigarista” e “Os fascistóides: ou a mentira sobre os ‘pobres algemados’”. O primeiro título se refere a Daniel Dantas, pois, na época dessa postagem, ocorriam boatos de que o polemista e colunista da revista *Veja*, Diogo Mainardi, estaria comprometido com o banqueiro. Nessa postagem, há uma citação de Azevedo: “Vocês acham que Dantas gosta mais de Mainardi, Rei ou Lula?”. “Rei” é a expressão que muitos comentaristas do *blog* de Reinaldo Azevedo assim expressam ao blogueiro, ou seja, uma “forma” de abreviação de seu nome. O segundo título é referente ao espetáculo da polícia federal, já assinalado anteriormente, como o confronto entre Tarso Genro e o ministro, Marco Aurélio Mello. No primeiro título, há a profusão de adjetivo, com o termo “vigarista”. No segundo título, além da profusão de adjetivo, com o termo “mentira”, ocorre também o recurso das aspas.

Com a mesma ênfase dada às manchetes de Azevedo neste dia, a Noblat são destacadas outras duas titulações polemistas: “Compre seu lugar no céu pagando com cartão de crédito” e “Tarso Genro na Berlinda”. A primeira manchete se refere à compra de 400 mil máquinas de cartão de crédito, com valor de R\$2 mil cada uma. O objetivo é a arrecadação de dízimos em uma determinada instituição religiosa. O segundo título se refere à volta de Lula ao Brasil, após participar da cerimônia de abertura dos jogos olímpicos, tendo de enfrentar os problemas criados por Tarso Genro, através da suposta lei da anistia, já que os militares pressionavam contra a atitude daquele. O primeiro título é uma informação incompleta ou angustiante, enquanto, no segundo, há o recurso de adjetivo, além de um juízo de valor.

Ainda, no dia 11, são selecionadas duas manchetes informativas do *blog* de Josias de Souza: “Lula mobiliza aliados para eliminar entrave à BrOI” e “Prédio da UNE será reconstruído com verba pública”. O primeiro título se refere à fusão das telefônicas “Brasil-telecom” e “Oi”.



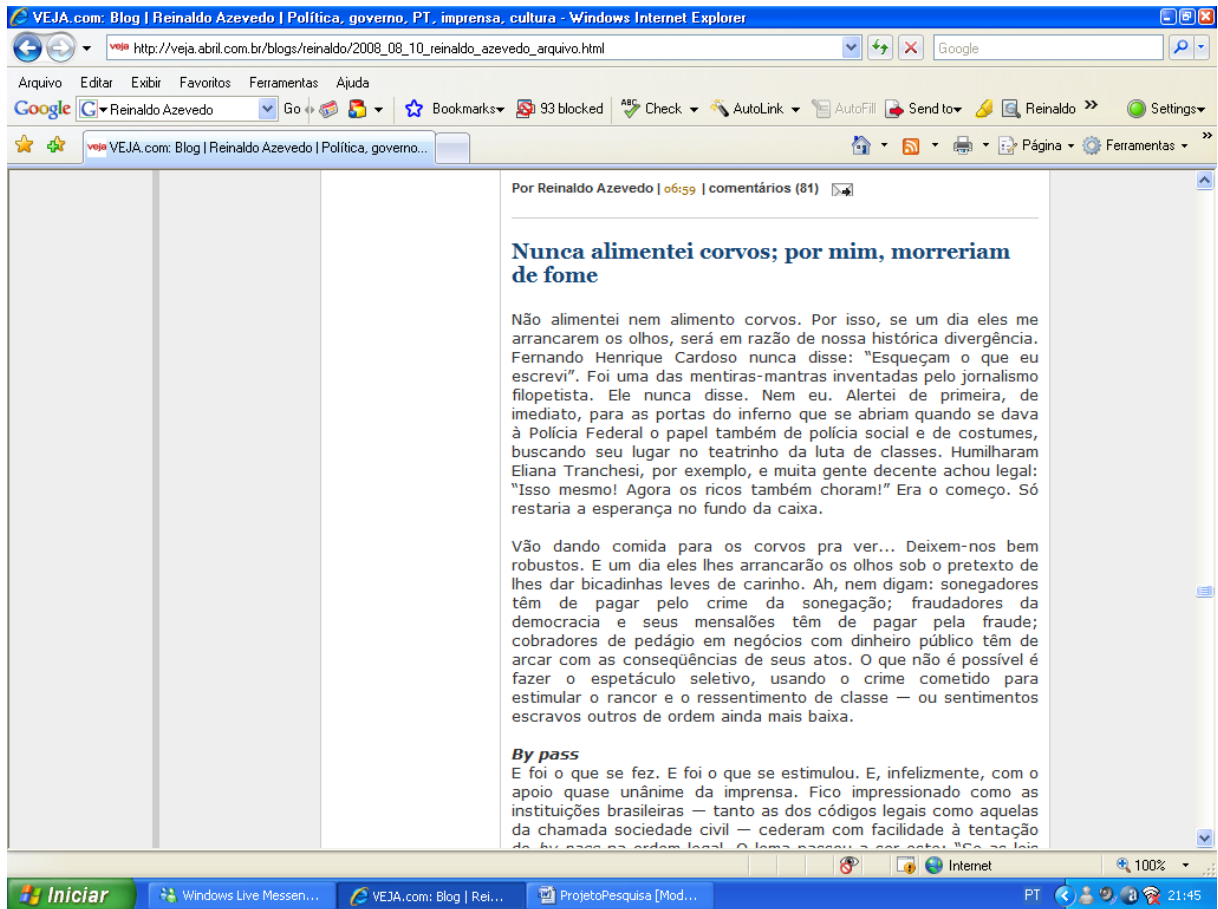


Figura 11: Corvos - Blog do Reinaldo Azevedo

Fonte: <[http://veja.abril.com.br/blogs/reinaldo/2008\\_08\\_10\\_reinaldo\\_azevedo\\_arquivo.html](http://veja.abril.com.br/blogs/reinaldo/2008_08_10_reinaldo_azevedo_arquivo.html)>, 2008.

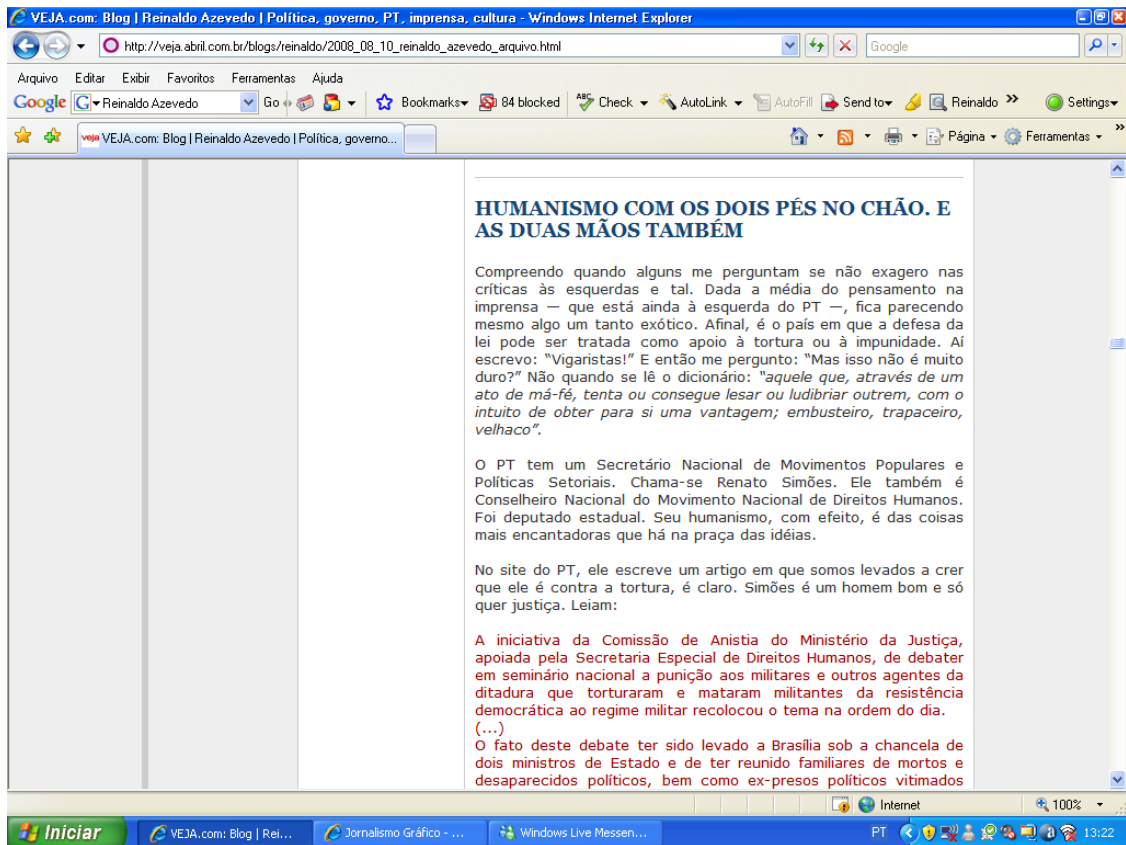


Figura 12: Humanismo - *Blog do Reinaldo Azevedo*

Fonte: <[http://veja.abril.com.br/blogs/reinaldo/2008\\_08\\_10\\_reinaldo\\_azevedo\\_arquivo.html](http://veja.abril.com.br/blogs/reinaldo/2008_08_10_reinaldo_azevedo_arquivo.html)>, 2008.

No dia 12, os leitores de Reinaldo Azevedo destacam: “Nunca alimentei corvos; por mim, morreriam de fome” (Figura 11) e “Humanismo com os dois pés no chão. E as duas mãos também” (Figura 12). No título da primeira postagem, há uma analogia. Reinaldo Azevedo revela com a citação: “Assim como FHC nunca disse: ‘esqueçam o que eu escrevi’, não alimentem corvo, pois eles arrancarão seus olhos”. Esta é uma postagem de ataque à esquerda, pois, como revela o jornalista, eles sempre dão um jeito de “adulterar” fatos. A contextualização do segundo título se dá com o deputado, Renato Simões do PT, que é Secretário Nacional dos Movimentos Populares e políticas Setoriais, além de Conselheiro Nacional dos Direitos Humanos, pois, em seu *site*, há um artigo defendendo Olivério Medina, representante das Forças Armadas Revolucionárias da Colômbia no Brasil. No primeiro título, há uma analogia satirizada, em função do ponto e vírgula. No segundo título, ocorre o recurso da repetição, necessário para dar ênfase ao fato.

Tal qual a explicitação polemista de Azevedo, as duas manchetes de Noblat enfatizadas neste décimo segundo dia de pesquisa são: “A má qualidade do ensino paulista pode contaminar o país” e “Cantora falsificada, ‘pegadas’ *Fake* e torcida contratada”. No primeiro caso, temos a profusão de adjetivo, revelado com o termo “má” e também o juízo de valor. O segundo faz referência às olimpíadas na China, e nele aparece o recurso das aspas e a profusão de adjetivo, com a expressão “falsificadas”.

De outra forma, para o *blog* de Josias de Souza, as manchetes selecionadas deste dia mostram apenas uma titulação polemista: “Lula cogita retirar MP que cria o ministério da pesca” e “Fracassa a tentativa de leiloar os ‘bois piratas’”. A primeira titulação apresenta apenas o caráter informativo. Já a segunda, possui característica polemista, com o recurso das aspas.

Na quarta-feira, dia 13, são destacadas as manchetes de Azevedo: “UNE? Que UNE? A Une não existe!” e “Lula transforma em ufanismo até a tortura”. Na primeira postagem, Azevedo retrata o movimento da união nacional dos estudantes, mostrando que: “A UNE é um aparelho asqueroso do PCdoB”. Na segunda, é enfatizado que: “Em vez de ficar chorando o sangue derramado, Lula pede que se cante a glória dos heróis”. No primeiro título, identifica-se o recurso de rima, além do juízo de valor. No segundo, verifica-se o recurso da negligência na qualificação dos fatos.

Aqui, diferentemente de Azevedo, entre as titulações do jornalista Noblat, são destacadas suas duas postagens do dia com maior número de comentários, como sendo apenas de caráter informativo. São elas: “Dantas diz que Satiagraha foi para barrar criação da BrOi” e “Aécio pensa em sair pelo país pedindo votos para o PSDB”.

Já os títulos analisados no *blog* de Souza para este dia, dão destaque a um título polemista e um título informativo. São eles: “Na CPI, Daniel Dantas diz apenas o que lhe convém” e “Câmara autoriza governo a criar 3090 novos cargos”. No primeiro caso, temos um juízo de valor, enquanto, no segundo, há somente um título informativo.

No dia 14 de agosto, é selecionado no *blog* de Azevedo: “Vamos privatizar a telefônica. E o meu email ao presidente da empresa” e “Supremo vê ‘afronta’ da PF e aprova punição para uso abusivo de algemas”. A motivação para a primeira postagem se deu em função do blogueiro ter ficado trinta e seis horas sem banda larga para acesso à *internet*. Azevedo critica a empresa paulista, mas faz um alerta aos seus opositores: “Sem privatização não teríamos nem banda larga funcionando mal”. Ao final da postagem constata: “É mesmo um país primitivo com banda larga”. Reinaldo Azevedo enviou um email, reclamando do serviço ao presidente da empresa, mesmo sabendo que “jamais” será ouvido. A segunda postagem retrata uma “afronta” da polícia federal, em função de ter ocorrido uma operação denominada “Dupla-face”, em que 32 pessoas teriam sido algemadas. No primeiro título, tem-se o recurso de informação incompleta ou angustiante e, no segundo, o recurso das aspas.



Figura 13: Safado do ano – *Blog do Noblat* em 14/8/2008

Fonte: <<http://oglobo.globo.com/pais/noblat/default.asp?periodo=20080814>>, 2008.

Novamente retomando o tema olímpico, as manchetes de Ricardo Noblat, selecionadas no dia 14, são as seguintes: “Quem merece?” (Figura 13) e “Quem pode mais e quem não pode”. Na primeira postagem, há uma sátira entre os políticos e o evento olímpico que se realizava em Pequim. Aqui se identifica a mensagem implícita, através do ponto de interrogação. No segundo título, há um juízo de valor.

Ainda, no penúltimo dia de pesquisa, os leitores de Josias de Souza assinalam: “STF extingue 35 mil cargos ‘criados’ em Tocantins” e “Lula: pré-sal é ‘sinal divino’ para pôr fim à burrice”. O contexto da primeira postagem se deve ao fato de o governador do Tocantins, Marcelo Miranda, do PMDB, ter criado 35 mil novos cargos. Os salários variavam de R\$2.250 a R\$4.500. O contexto da segunda postagem se dá pela desvalorização da Petrobras, conforme Josias de Souza: “por declarações burras de Lula”. O primeiro título apresenta o recurso das aspas; já o segundo, além das aspas, profusão de adjetivos, com os termos: “divino” e “burrice”.

No último dia de pesquisa, são destacadas as duas postagens mais lidas de Reinaldo Azevedo: “Petróleo, delinqüência ideológica e 2010” e “Impecável”. A primeira postagem novamente se refere à criação de uma nova estatal, para que a Petrobrás não fique “forte demais”. Na segunda, é exaltado um comentário de Fernando Henrique Cardoso, ex-presidente da república. Ambas as postagens possuem profusão de adjetivo, ou seja, em outra época tais adjetivos, como “delinqüência” e “impecável”, seriam considerados “desperdícios” para títulos informativos.

Ao término das análises das titulações polemistas, é dado destaque às titulações prediletas entre o público leitor de Noblat: “Lula desperdiça seu segundo mandato, diz Aécio” e “Marta abre larga vantagem sobre Alckmin”. O contexto da primeira manchete mostra a citação de Aécio Neves: “Até aqui não passa de um programa marqueteiro”. Aqui, ambas as manchetes têm caráter informativo.

Na última amostra em questão, as manchetes destacadas no *blog* de Josias de Souza são: “Laudos revelam ‘barbárie’ nas mortes da Providência” e “Indeferida candidatura de mulher de Mão Santa no PI”. O primeiro título possui o recurso das

aspas, além da profusão de adjetivo, pois “barbárie” remete a “cadáver” e à “tortura” na postagem. O segundo título é apenas informativo.

Analisadas as titulações polemistas, busca-se uma analogia com a retórica da intransigência, cujos elementos de identificação são semelhantes aos utilizados pelos polemistas em seus discursos.

## 7.2 ANÁLISE DAS TITULAÇÕES QUANTO À RETÓRICA DA INTRANSIGÊNCIA

A partir dos conceitos apresentados no capítulo 5.3, foram selecionadas, entre os 90 títulos, as titulações pertencentes a umas das três teses da retórica da intransigência.



Figura 14: Risco de Politização - Blog do Josias

Fonte: <[http://josiasdesouza.folha.blog.uol.com.br/arch2008-07-27\\_2008-08-02.html](http://josiasdesouza.folha.blog.uol.com.br/arch2008-07-27_2008-08-02.html)>, 2008.

Assim, foi selecionado como postagem mais comentada no *blog* de Josias de Souza, no primeiro dia de pesquisa, um título que apresenta a tese da ameaça. A manchete é: “Troca de chefia expõe receita a risco de politização” (Figura 14). Tem-se a tese da ameaça, pois o “novo” ameaça o que “já vinha funcionando”, pois, conforme o blogueiro, a “chefia” atual não tem este problema de “politização”.



Figura 15: Ajuda humanitária - *Blog* de Reinaldo Azevedo

Fonte: <[http://veja.abril.com.br/blogs/reinaldo/2008\\_07\\_27\\_reinaldo\\_azevedo\\_arquivo.htm](http://veja.abril.com.br/blogs/reinaldo/2008_07_27_reinaldo_azevedo_arquivo.htm)>, 2008.

No segundo dia de pesquisa, destaca-se um título com a tese da perversidade, nas postagens mais comentadas no *blog* de Reinaldo Azevedo (Figura 15): “Carvalho, assessor de Lula, diz que prestou ‘ajuda humanitária’ à terrorista. Que lindo!”. Aqui, o que era para “remediar” torna o problema ainda maior, ou seja, o governo que, *a priori*, foi eleito para governar para o bem da nação, acaba por ajudar terroristas.

Já, no quarto dia de pesquisa, é a vez de Ricardo Noblat ter uma titulação que apresenta a retórica da intransigência destacada entre seus leitores: “A lei seca é uma insensatez. Bastava fiscalizar”. Nesse título, ocorre a tese da futilidade, pois o blogueiro deixa implícito que o problema no trânsito não é a lei, ou seja, a nova lei em que não se podem ser encontradas porcentagens mínimas de álcool no organismo de um motorista e, sim, a falta de fiscalização sobre a lei anterior, mais branda. Então, tudo continua como está, ou seja, a solução encontrada, mediante a nova lei é diferente da solução necessária, que visa a menos mortes e acidentes de trânsito.

No dia 5 de agosto, é observado o maior número de mensagens para a postagem com o título no *blog* de Reinaldo Azevedo: “Eliane Cantanhêde dobra a dose do remédio errado para ver se dá certo”. Aqui, é possível verificar a tese da perversidade. Assim, constata-se que, na busca de uma solução, a jornalista aumentou o problema.

Também a tese da perversidade é destacada na titulação selecionada do dia 7, no *blog* de Josias de Souza. O título apresenta: “Socorro agrícola premia os devedores com R\$10 bi”. Assim, observa-se que o pacote feito aos ruralistas premiou quem já era insolvente. Novamente aqui, o problema se tornou maior.

No décimo dia da amostra, é destacado, entre os leitores de Reinaldo Azevedo, um título com a tese da futilidade: “Guerra na Geórgia e democracia como um ‘passadismo’”. Aqui, tem-se a tese da futilidade, pois, com todos os conflitos do passado existentes naquela região, denotado por “passadismos”, verifica-se, então, que tudo ainda se encontra da mesma maneira.

No dia 12 de agosto, os leitores de Noblat dão destaque ao título: “A má qualidade do ensino paulista pode contaminar o país”. Trata-se de uma tese da perversidade, visto que, ao ler, constata-se que haverá um “efeito dominó”, de uma qualidade ruim de ensino, a começar por São Paulo, “contaminando” todo o resto do país. Assim, o que está ruim “pode” piorar.



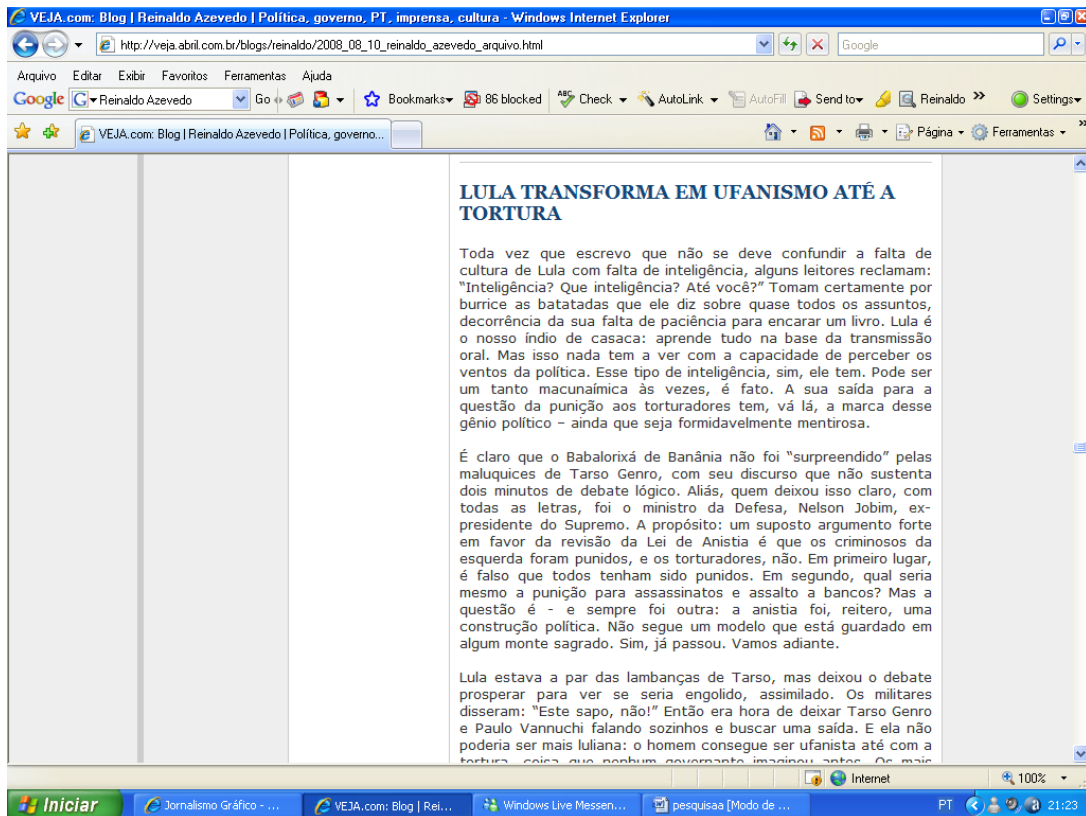


Figura 16: Ufanismo - *Blog* do Reinaldo Azevedo

Fonte: <[http://veja.abril.com.br/blogs/reinaldo/2008\\_08\\_10\\_reinaldo\\_azevedo\\_arquivo.html](http://veja.abril.com.br/blogs/reinaldo/2008_08_10_reinaldo_azevedo_arquivo.html)>, 2008.

Por fim, a última titulação selecionada e destacada com a retórica da intransigência foi verificada no dia 13, no *blog* de Azevedo. O título é: “Lula transforma em ufanismo até a tortura” (Figura 16). Este é mais um caso de tese da futilidade, pois o próprio presidente pede para que se pare de “chorar o sangue derramado”, clamando por “reconhecimento aos heróis” aos mortos na ditadura. De acordo com Azevedo, esta é a forma de Lula agradar aos militares, sem a revisão da lei da anistia; além dos petistas, para que não o pressionem. No fim, tudo continua como está. A expressão “até” destaca a tese da futilidade. Trata-se de um dizer: *“esqueçam os problemas, tudo vai acabar bem”*.

Analisada a titulação referente à retórica da intransigência, é necessário contrapor os conceitos desta retórica, enfatizando as titulações que não possuem estas características, para, em seguida, contextualizar sobre a argumentação deste motivo. Desta forma, os títulos que não apresentam a retórica da intransigência são:

- Apologia do terror na página de um deputado do PT

- Mais um email escandaloso: terrorista revela como engana o Brasil
- Veja 8. F@rc.PT.com
- As Farc e um vermelho e azul com Eliane Cantanhêde
- A manchete da Folha deste domingo e o estado Policial
- O leitor desafia o meu lado gaúcho da fronteira
- Agora no You Tube: Cenas fortes do Estado policial promovido por Tarso Genro
- Yara Chiara faz um preto e azul com Cantanhêde
- Non, jê NE regrette rien...
- A lei da anistia e as três mentiras. Ou: “nada devemos aos terroristas, mortos ou vivos”
- Este blog foi citado pelo STF? Será?
- Lá vou num vermelhinho e azul com Eliane, de novo!!!
- Algemas: agora somos todos do PT ou: sobre “garantismos”
- Comando militar do leste protesta contra revisão de anistia e ataca “terroristas”
- Na Veja: grampo no Palácio e um Diogo reserva especial
- Tarso é café pequeno. Que tal Robespierre?
- Como criar estatais e influenciar pessoas. Ou estatismo, mercodofioia e pilantragem intelectual
- Meu desafio a Lula, aos petistas e ao jornalismo vigarista
- Os fascistóides: ou a mentira sobre os “pobres algemados”
- Nunca alimentei corvos; por mim, morreriam de fome
- Humanismo com os dois pés no chão. E as duas mãos também
- UNE? Que UNE? A UNE não existe!
- Vamos privatizar a telefonia. E o meu email ao presidente da empresa

- Supremo vê “afrenta” da PF e aprova punição para uso abusivo de algemas
- Petróleo, delinqüência ideológica e 2010
- Impecável
- Tortura é crime que não pode e não deve prescrever
- Lula a metalúrgicos: é hora de reivindicar aumento
- Por que não um cargo no ministério da pesca?
- Anistia – Impossível equiparar o criminoso à sua vítima
- As privatizações reavaliadas
- Militares criticam “passado terrorista” do governo
- Bolívia em conflito
- Classe média chega a 52% da população
- Desabafa, Dantas, desabafa
- DEM expulsa deputado carioca Natalino Guimarães
- STF anula julgamento e proíbe uso abusivo de algemas
- Tortura e torturado – Um agrado à esquerda
- Jogos de Pequim – Lula bem na foto
- Jogos de Pequim – Sem emoção
- Tráfico treina táticas de guerrilha no Rio
- Grampos ilegais assustam o STF e o planalto
- Falta de Comando
- Militares pressionam para Lula se manifestar sobre anistia
- Compre seu lugar no céu pagando com cartão de crédito
- Tarso Genro na Berlinda
- Cantora falsificada, “pegadas” *Fake* e torcida contratada

- Dantas diz que Satiagraha foi para barrar criação da BROi
- Aécio pensa em sair pelo país pedindo votos para o PSDB
- Quem merece?
- Quem pode mais e quem não pode
- Lula desperdiça seu segundo mandato, diz Aécio
- Ibope: Marta abre larga vantagem sobre Alckmin
- Em 13 anos, fiscais libertam 30 mil “neo escravos”
- Contato das Farc leva uma vida pacata em Brasília
- Bolsa família paga R\$ 67 mi a mais no mês de julho
- Governo faz mutirão contra as filantrópicas suspeitas
- As manchetes deste domingo
- Gilmar Mendes volta a torpedear a polícia federal
- Câmara quer ouvir explicações de proposto das Farc
- Transatlântico brasileiro navega em águas mansas
- Governo faz mais concessões a ruralista endividado
- 88% apóiam o veto aos candidatos com “ficha suja”
- Segundo advogado, Daniel Dantas deseja “desabafar”
- STF decide editar súmula limitando número de algemas
- Ameaças ao STF e a Gilmar mobilizam equipe da PF
- Justiça eleitoral autoriza a candidatura de Maluf
- Inspeção no STF detecta “provável escuta” ambiental
- Vem de Recife o principal alerta ao eleitor de 2008
- Exército prevê “confronto” na Raposa Serra do Sol
- Preferido de Aécio tem déficit de dinheiro e de votos
- Lula mobiliza aliados para eliminar entrave à BrOi

- Prédio da UNE será reconstruído com verba pública
- Lula cogita retirar MP que cria o ministério da pesca
- Fracassa tentativa de leiloar os “bois piratas”
- Na CPI, Daniel Dantas diz apenas o que lhe convém
- Câmara autoriza governo a criar 3090 novos cargos
- STF extingue 35 mil cargos “criados” em Tocantins
- Lula: pré-sal é “sinal divino” para pôr fim à burrice
- Laudos revelam “barbárie” nas mortes da Providência
- Indeferida candidatura da mulher de Mão Santa no PI

Assim, explicitados os títulos, constata-se que, embora o polemismo e a intransigência possuam características parecidas, o mesmo não ocorre com a análise desta amostragem. Vale dizer que a porcentagem de titulações que possuem uma das teses da retórica da intransigência é muito baixa. A explicação para isto é de que a titulação, para obter tais fins, necessita despertar uma comparação. É, portanto, necessário um contexto histórico e principalmente “memória” por parte do blogueiro no assunto do título em questão. Quando determinada titulação não remete à comparação, logo não há retórica da intransigência para a análise desta pesquisa, mesmo que a postagem possa vir a apresentar.

### 7.3 RESULTADOS DA PESQUISA

A análise dos *blogs* de Ricardo Noblat, de Reinaldo Azevedo e de Josias de Souza, mostra que, das 90 postagens selecionadas, 70 % possuem um título polemista (Figura 17). Os critérios utilizados neste estudo encontram-se no capítulo 4.2, através dos princípios considerados como pertinentes à titulação polemista.

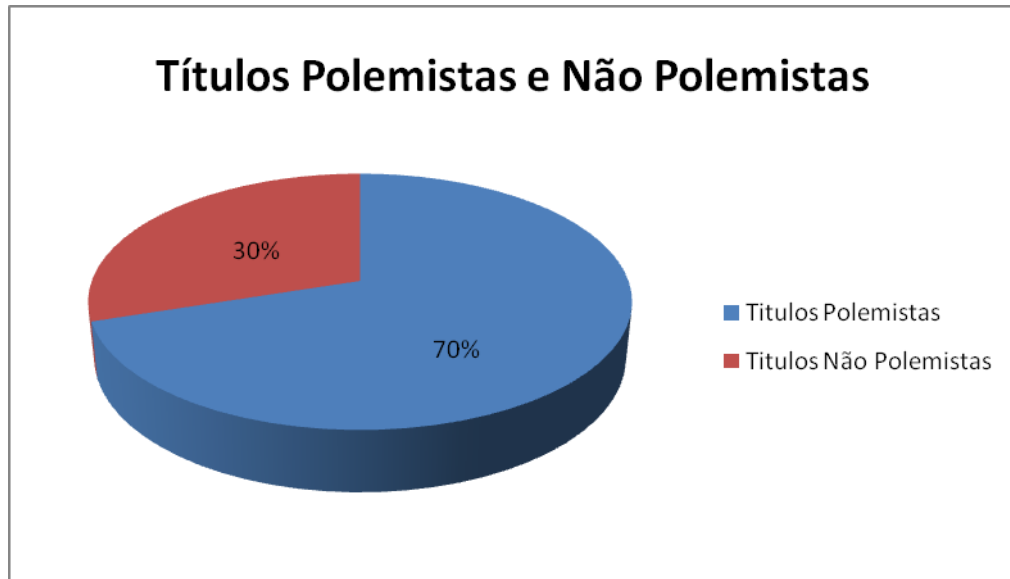


Figura 17: Avaliação da titulação polemista

Fonte: Autor, 2008.

Desta maneira, a pesquisa configura que os leitores gostam do que é polêmico, pois assim repercutem as maiores incidências de comentários em tais postagens.

De outra forma, apesar de haver muitos *blogs* apenas com notícia informativa, verifica-se que a função da notícia em um *blog* é a de mostrar o “algo a mais”, que é o polemismo, o novo, o inusitado. Pode ser também a notícia contada pelos bastidores, já que grande parte dos jornais não as relata neste contexto. Neste quesito, deve-se lembrar ainda que a função de blogueiro é a de resumir a notícia, impondo seu “tempero”, de modo a cativar o leitor, para que este volte a visitar seu *blog*. Esta credibilidade geralmente se dá com um bom texto argumentativo e uma dose de polemismo.

Assim, de modo elucidativo, vê-se que o jornal Folha de São Paulo destaca, através de seus três editoriais, a opinião que o veículo toma a partir de tal contexto noticiado. A revista Veja mostra a sua ideologia, seja através do editorial, seja através da notícia. Por fim, não diferente é o jornal O Globo, que, desde o seu surgimento, foi usado pela família Marinho, a fim de atacar/rebater adversários.

Deste modo, tais conceitos fazem parte do jornalismo moderno e não são anti-éticos, como afirmam muitos “cidadãos utópicos”. Esta linha editorial é cópia da

escola norte-americana. Nos Estados Unidos, estes posicionamentos são levados ao extremo, pois, em época de eleições, até mesmo as emissoras de televisão destacam jornalistas para atacar candidatos rivais. Cada um luta pelos seus direitos, suas perspectivas e seus ideais, buscando a população discernir o que é melhor para ela.

No que se refere à editorialização, constata-se que esta também acontece nos *blogs* dos jornalistas políticos, embora ainda esteja “engatinhando” – ela já é notória no *blog* de Reinaldo Azevedo, como é mostrado a seguir.

A pesquisa aponta também que Reinaldo Azevedo, jornalista e blogueiro da revista *Veja*, é o mais polemista entre todos, já que, de 30 postagens selecionadas, apenas uma não possuía o caráter polemista (Figura 18).



Figura 18: Avaliação da titulação polemista de Reinaldo Azevedo

Fonte: Autor, 2008.

O blogueiro, Reinaldo Azevedo talvez seja o maior polemista brasileiro em atividade no país. Não há postagem em que o blogueiro não expresse a sua ideologia de forma convincente e até mesmo áspera. O polemismo de Azevedo não se dá somente nas duas postagens mais lidas de seu *blog*, mas, sim, na totalidade da amostra quinzenal. A única titulação em que não ocorreu o polemismo foi em relação às manchetes dos jornais (Figura 19). Tratava-se de uma postagem peculiar,

pois, em todas elas, o jornalista fez questão de opinar. Como ele próprio afirmara: “*Não há uma única frase escrita neste blog, que não tenha um embasamento bibliográfico por trás*”. Desta forma, o jornalista credita sua a ideologia a seu conhecimento ao longo de anos de estudo.

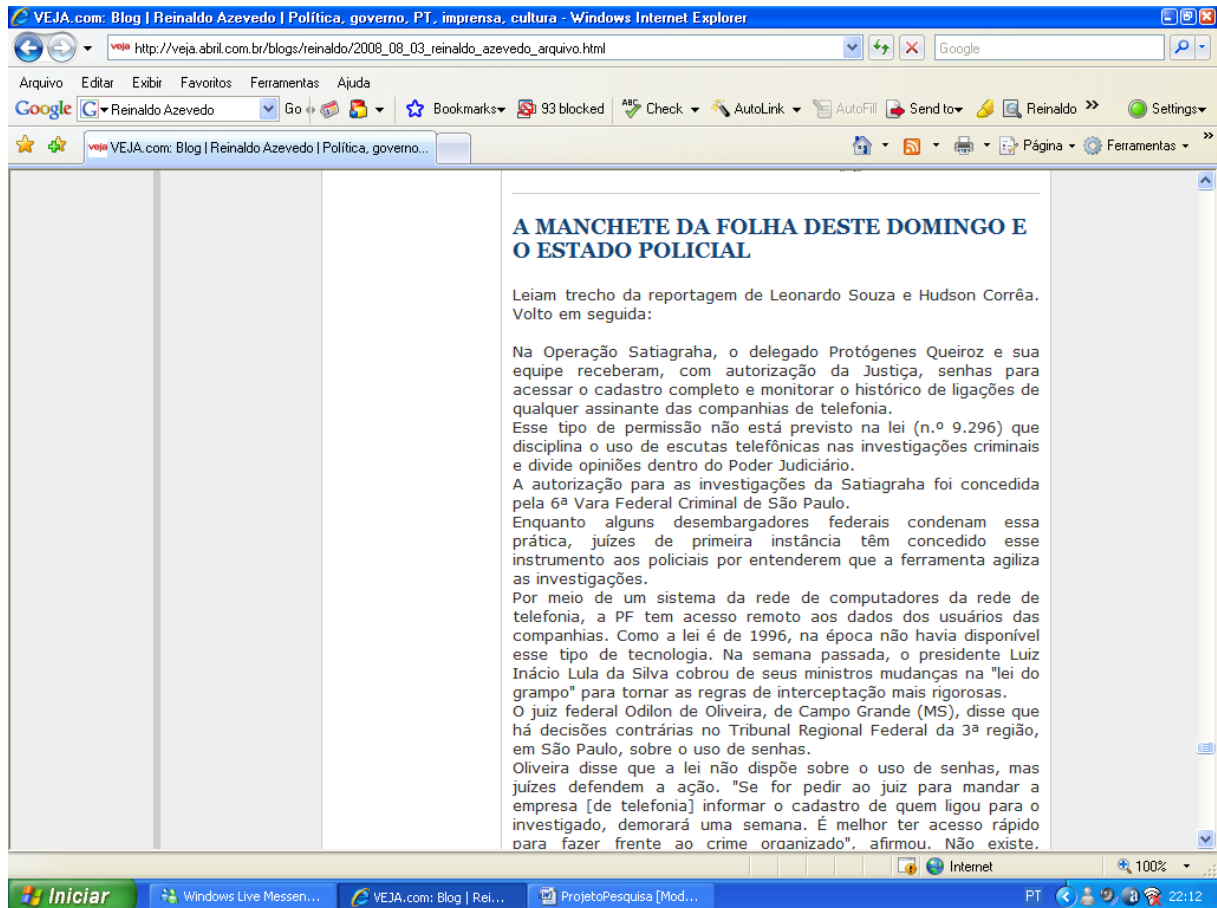


Figura 19: Manchetes da Folha - *Blog* de Reinaldo Azevedo

Fonte: <[http://veja.abril.com.br/blogs/reinaldo/2008\\_08\\_03\\_reinaldo\\_azevedo\\_arquivo.html](http://veja.abril.com.br/blogs/reinaldo/2008_08_03_reinaldo_azevedo_arquivo.html)>, 2008.

Constata-se ainda que, diferentemente da maioria dos blogueiros que “moderam” os comentários dos leitores, e, na maioria dos casos, não respondem as mensagens, Azevedo rebate uma por uma. Quando o jornalista não usa o espaço das mensagens para responder os questionamentos, ele usufrui até mesmo de uma nova postagem para rebater os casos mais polêmicos. É válido ressaltar que estes casos polêmicos, envolvendo leitores, geralmente ocorrem com simpatizantes do PT, já que Azevedo descaracteriza-os constantemente.



Assim, certa vez, Azevedo chamou um leitor seu de “animal”. A cada frase que Reinaldo Azevedo acrescentava para argumentar a sua ideologia, era precedido do termo “animal”, o qual o blogueiro denominava o leitor.

Os resultados da pesquisa referentes ao *blog* de Azevedo apontam igualmente que ele é um caso atípico no país. Enquanto o brasileiro é visto como conciliador, pacifista, o blogueiro faz questão de declarar guerra a quem, segundo ele, pensa errado. Sendo assim, não poupa críticas a ninguém. Recentemente, o blogueiro destacou que a mentalidade brasileira de políticos de não se “atacarem” uns aos outros, no horário eleitoral gratuito, é errada. Assinala Azevedo: “É preciso acabar com este Duda-Mendoncismo”. Tal citação se dá em referência ao publicitário, Duda Mendonça, que trabalhou para a eleição do presidente Lula em 2002, sendo descoberto, mais tarde, com a acusação de desviar dinheiros para paraísos fiscais, a fim de não pagar impostos.

Por decorrência desta exemplificação, Azevedo defende o polemismo, pois acredita que esta é a melhor maneira de um país se tornar competitivo e competente, diferentemente da cumplicidade e da inércia do brasileiro na vida política dos atuais dias.

Também é perceptível, ao longo das postagens, que seu maior aliado nas questões ideológicas é também seu colega da revista *Veja*, Diogo Mainardi. Recentemente, Mainardi mostrou, em sua coluna da revista *Veja*<sup>12</sup>, que:

O Brasil fracassa no esporte pelo mesmo motivo por que fracassa como país: temos uma sociedade acovardada, fujona, avessa à luta. Tudo aqui é feito para desestimular a disputa, para reprimir o desafio pessoal, para amolecer o caráter [...].

Tal citação se deu em função do fracasso esportivo do país nas olimpíadas de Pequim.

[...] O parasitismo estatal, a política fundada no escambo, a cultura baseada no conchavo, a repulsa por idéias discordantes. Esse nosso temperamento

---

<sup>12</sup> Revista *Veja*, 27 ago. 2008, p. 167.

de rebanho inibe qualquer forma de atrito, qualquer tipo de inconformismo, qualquer espécie de enfrentamento. Quando temos de competir, afinamos.

Com a mesma linha ideológica de Mainardi, Azevedo cita também outro colega polemista, Olavo de Carvalho, que é atualmente colunista do Jornal do Brasil. Apesar de seu passado comunista, é avesso aos ideais dos partidos ditos de “esquerda”. Destacou-se, em 1996, quando lançou o livro *O imbecil coletivo: atualidades inculturais brasileiras*, que criticava o meio “intelectual” brasileiro. Tanto Mainardi quanto Carvalho são identificados por Azevedo como colegas “dignos”, já que “enxergam” o país como todos os brasileiros deveriam enxergar.

Com uma porcentagem mais baixa do que Azevedo, mas com uma margem também expressiva, o jornalista Ricardo Noblat (Figura 20), líder no *ranking* dos *blogs* políticos mais lidos no Brasil, de acordo com o Technorati, apresenta 63,33% de títulos polemistas e 36,67% de títulos não polemistas.

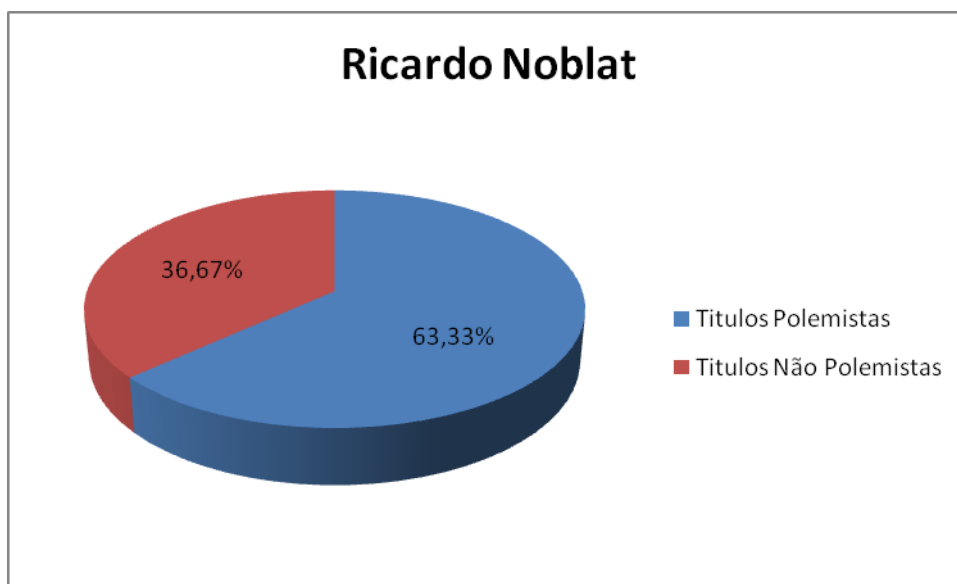


Figura 20: Avaliação da titulação polemista de Ricardo Noblat

Fonte: Autor, 2008.

Assim, visualiza-se que os leitores de Noblat gostam de comentar as postagens de títulos polêmicos do *blog*. Porém, não se pode dizer que Ricardo Noblat é um polemista. Muito pelo contrário. Ocorre aqui uma ambigüidade.

Há um hibridismo neste caso em questão. Ricardo Noblat, muito diferente de Reinaldo Azevedo, apresenta apenas o viés informativo. Nunca ataca ninguém pessoalmente. Quando o faz, vai pelo contexto, acusando alguém no mesmo momento em que toda a mídia juntamente o acusa – tal como o banqueiro Daniel Dantas, por exemplo. Desta maneira, os dados, analisados nesta pesquisa sobre seu “suposto” polemismo, se dão pela generalização, ou seja, tal qual foi com o título: “Quem merece?” e, logo após, com a exposição do escrito na medalha visualizada na postagem “o mais safado”, em alusão à personalidade política. Tal fato decorre de uma crítica sem adversários, ou seja, baseada tão somente na cultura brasileira de que “todos os políticos são safados”, nada mais. É o oposto do polemista, que busca retaliar conceitos pré-existentes – Noblat idealiza apenas reforçar conceitos já existentes.

De outro modo, Josias de Souza, o terceiro blogueiro pesquisado, é o único que possui apenas metade de suas titulações com caráter polemista, e a outra parte, com caráter apenas informativo (Figura 21).

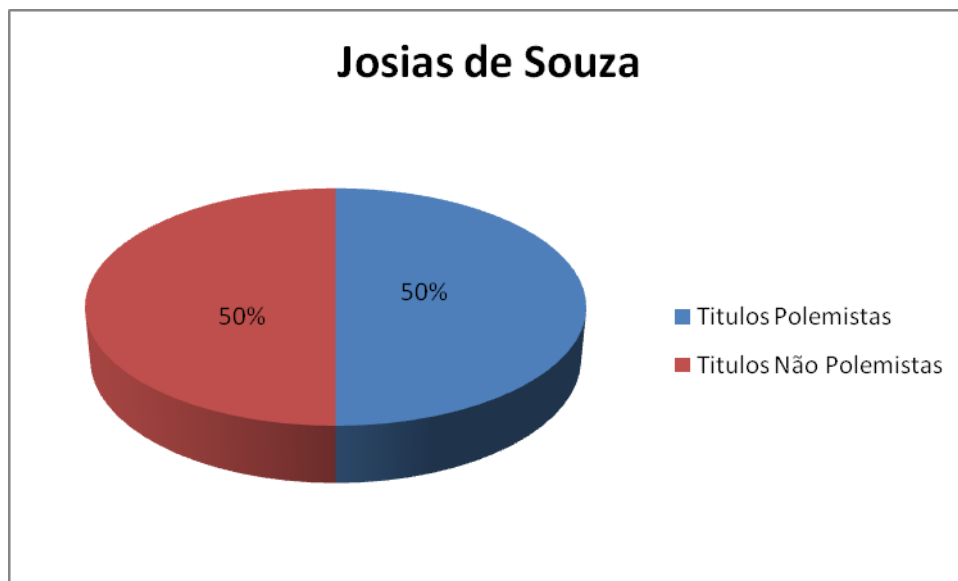


Figura 21: Avaliação da titulação polemista de Josias de Souza

Fonte: Autor, 2008.

Tem-se, nesse caso, um exemplo de jornalismo informativo em que são utilizadas características de titulações polemistas, em pelos menos metade da

amostra pesquisada. Assim, as manchetes, consideradas polemistas de Josias de Souza, se dão principalmente com o recurso das aspas, e, tal qual Ricardo Noblat, nunca no sentido de polemizar com algo ou alguém.

Ao analisar o *ranking* do *Technorati* em 2006 e 2008, percebe-se o efeito de não ser polemista. Em 2006, Josias de Souza aparecia no *site* Observatório da Imprensa<sup>13</sup>, na segunda colocação, enquanto Reinaldo Azevedo estava em quarto lugar. Em 2008, Reinaldo Azevedo ultrapassou Josias e, a continuar com estes mesmos índices, ultrapassará também o blogueiro Ricardo Noblat.

No que concerne à análise da retórica da intransigência (Figura 22), discutidas no capítulo 5.3, observa-se que apenas 8,89% das titulações podem ser enquadradas.

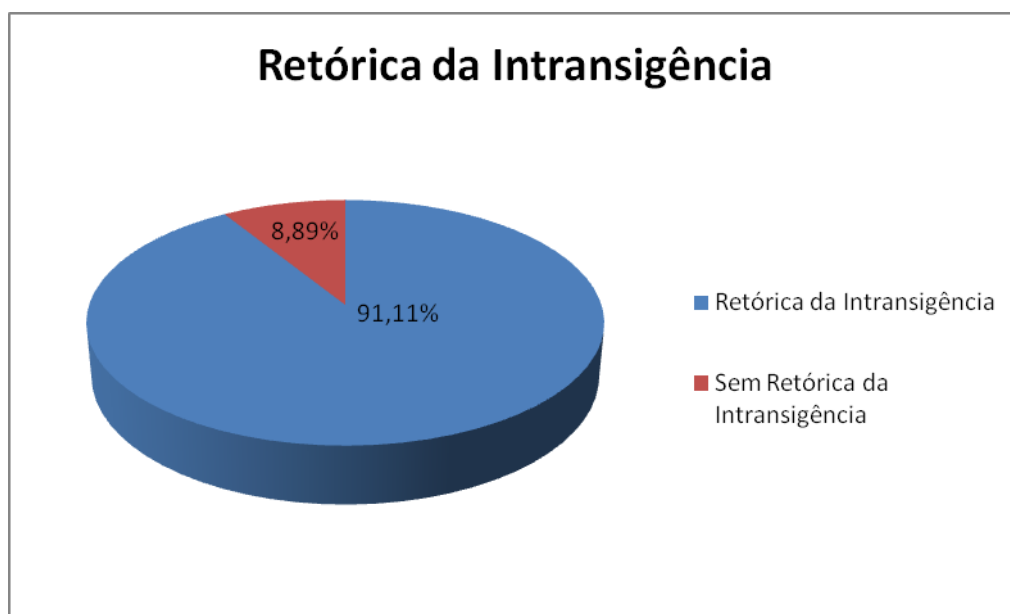


Figura 22: Avaliação da retórica da intransigência

Fonte: Autor, 2008.

Deve-se enfatizar aqui que a retórica da intransigência encontra-se presente em quatro das titulações de um único polemista da pesquisa. Outro fato a ser apontado é que a retórica da intransigência só é detectável na titulação, quando é emitida uma contextualização do fato pelo jornalista, mesmo que de maneira

<sup>13</sup> <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=416ENO004>

implícita. Caso contrário, é impossível haver retórica da intransigência em manchetes de postagens.

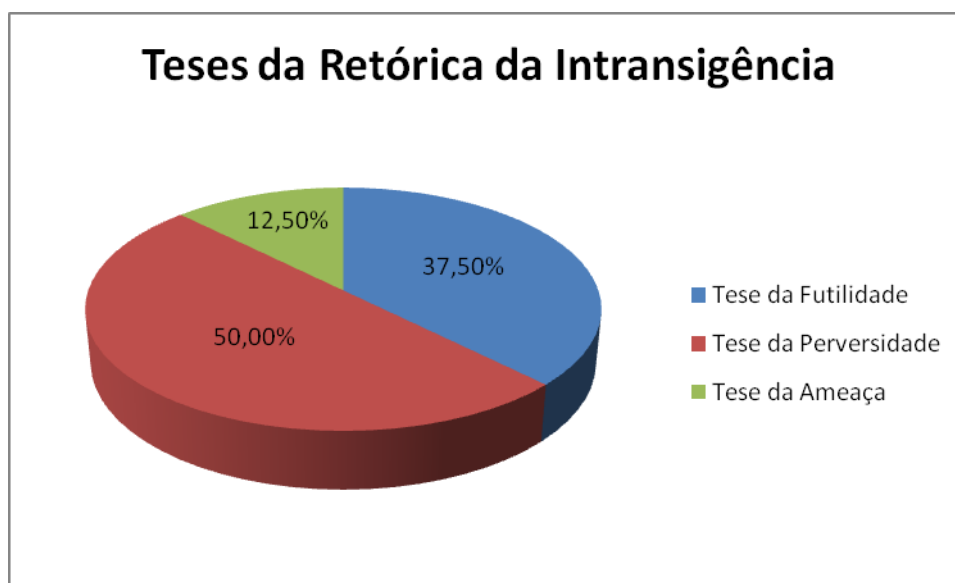


Figura 23: Avaliação das teses referente à retórica da intransigência  
Fonte: Autor, 2008.

Embora irrelevante a percentagem de 8,89% de títulos com a retórica da intransigência (Figura 23), pode-se afirmar que prepondera a tese da perversidade. Há ainda um único caso de tese da ameaça.

Por fim, pode-se afirmar, a partir dos resultados da pesquisa, que a titulação polemista não se encontra intimamente ligada à retórica da intransigência no que tange às manchetes das postagens de blogueiros políticos.

## 8 CONCLUSÃO

Esta pesquisa constata, portanto, que há editorialização no processo de titulação nos *blogs* dos três jornalistas mais lidos no Brasil. Isto se deve em função de 70% das titulações apresentarem conotações polemistas. Este é um argumento que sugere ser necessário despertar no leitor um *insight*, que faz com que ele “ acorde”, a fim de analisar a notícia/postagem com profundidade.

Constata-se também que Ricardo Noblat, blogueiro mais lido neste país e que não é polemista, apresenta relevantes 63,33% de títulos polemistas. Noblat se enquadra em muitos títulos de seu *blog* com os princípios de titulações polemistas, porém, não com o perfil de personalidade polemista. Assim, ao “polemizar” com algo, ou alguém, o faz com o consenso genérico, ou seja, satisfaz seu leitor apenas reforçando o que a opinião pública já argumenta. Desta forma, entoa ataques a banqueiros e a políticos de modo generalizado – neste caso, sem citar nomes.

O mesmo se dá com Josias de Souza que, além de não ser polemista, apresenta apenas metade de seus títulos com tais características. Trata-se do jornalista mais informativo entre todos os pesquisados.

Já Reinaldo Azevedo é o único polemista de todos. Azevedo, que estava em 2006 em quarto lugar no *ranking* do Technorati, passou para a segunda colocação. O crescimento de Azevedo é o mais vertiginoso entre todos, pois os leitores querem ver conflito de idéias.

Quanto à homogeneização dos *blogs*, deve-se assinalar que todos eles são corporativos, ou seja, há uma mídia dando respaldo aos jornalistas. Nesta pesquisa, há três grandes corporações: O Globo, a revista Veja e a Folha de São Paulo. Assim, verifica-se que todos os blogueiros “acompanham” a linha ideológica de seus respectivos veículos.

O jornal Folha de São Paulo, por exemplo, por ser um veículo, no qual há inúmeros colunistas e, portanto, inúmeras opiniões, é visto como centrista, ou seja, há espaços para todos. Da mesma forma, a postagem é relatada no *blog* de Josias

de Souza, em que o gráfico foi dividido simetricamente ao meio na questão entre titulações polemistas e não-polemistas. Já Ricardo Noblat reproduz a ideologia do jornal O Globo em seu *blog*, que tal qual a Folha, também é considerado centrista, em que há diversas opiniões. Trata-se aqui de um *blog* que reproduz notícias de outros colunistas, com o intuito de divulgar, sem opinar. Por fim, a revista mais lida do Brasil, a Veja, é reproduzida com fidelidade por Reinaldo Azevedo.

O articulista da revista Veja “é um gladiador em luta”. Assim, Azevedo afronta, acusa, bate e rebate. Como ele mesmo gosta de ressaltar, responde a todas as perguntas: uma por uma. Como todo polemista, até mesmo sua família acaba sendo envolvida neste processo. Tem-se o nome “dona Reinalda”, como a esposa do blogueiro, em alusão ao seu nome, “Reinaldo”. Também suas filhas são denominadas “Reinaldinhas”.

O maior alvo de Azevedo são os petistas. Recentemente, lançou um livro *O País dos Petralhas*, no qual faz uma analogia entre os petistas e os irmãos Metralhas, personagens bandidos da série “Tio Patinhas”, de Walt Disney.

Com relação à análise da retórica da intransigência, constata-se que esta possui um número irrelevante de titulações, em função da dificuldade de se contextualizar posições análogas nas poucas palavras de um título. Com isso, verifica-se que, apesar de a retórica da intransigência e do discurso polêmico possuir muitas características em comum, fica constatado que não há relação entre os mesmos.

Ainda, esta pesquisa realça um aspecto clássico da sofística: ganha quem “ataca” mais seu rival. O importante é o “parecer ser imbatível”. É isso que explica o crescimento de Azevedo no *ranking* do Technorati, nos últimos dois anos.

Por fim, vale enfatizar que há editorialização nas postagens examinadas. Desta forma, constata-se que a *internet*, e mais propriamente os *blogs*, estão transformando a forma de apresentar uma informação.

## REFERÊNCIAS

ALDÉ, A.; ESCOBAR, J.; CHAGAS, V. A febre dos blogs de política. **Revista Famecos**, Porto Alegre: Edipucrs, v., n. 33, p. 29-40, ago. 2007.

ALDÉ, A.; CHAGAS, V.H.C.S. Blog de política e identidade jornalística: transformações na autoridade cognitiva e na relação entre jornal e leitor. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 28., 2005. Rio de Janeiro. **Anais...**, São Paulo: Intercom, 2005. CD-ROM.

AUBENAS, Florence; BANASAYAG, Miguel. **A fabricação da informação: os jornalistas e a ideologia da comunicação**. São Paulo: Loyola, 2003.

BITTAR, Eduardo; ALMEIDA, Guilherme. **Curso de filosofia do direito: panoramas históricos, tópicos conceituais**. São Paulo: Atlas, 2004.

CASTRO, Maria Helena. O universo das crenças na argumentação da publicidade. **Revista Famecos**, Porto Alegre: Edipucrs, v. , n. 35, p. 126-133, mar. 2008.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2006.

CHRISTOFOLETTI, Rogério; LAUX, Ana Paula França. Blogs jornalísticos e credibilidade: cinco casos brasileiros. **Revista Comunicare**, v. 6, n. 2, 2006.

CIPRIANI, Fábio. **Blog corporativo**. São Paulo: Novatec, 2006.

COMASSETTO, Leandro. **As razões do título e do lead**. Concórdia: Equiplan, 2003.

DELARBRE, Raúl. **Viviendo en el Aleph: la sociedad de la Información y sus laberintos**. Barcelona: Gedisa, 2006.

DOUGLAS, Joaquim. **Jornalismo: a técnica do título**. Rio de Janeiro: Agir, 1966.

**ENTENDEU, Tabatha?** Disponível em:  
<<http://veja.abril.com.br/020408/mainardi.shtml>>. Acesso em: 4/4/2008

FOLHA DE SÃO PAULO. **Entenda o que é a Web 2.0**. Disponível em:  
<<http://www1.folha.uol.com.br/folha/informatica/ult124u20173.shtml>>.  
Acesso em: 16/8/2008

FOSSATI, Patrícia. **Um roteiro para análise de conteúdo: O juízo de valor nos títulos do noticiário do caso Habitasul**. Porto Alegre, PUCRS, 1992. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social), Faculdade de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 1992.



GADINI, Sérgio Luiz. **A cultura como notícia no jornalismo brasileiro**. Rio de Janeiro: Prefeitura da cidade do Rio de Janeiro, Secretaria Especial de Comunicação Social, 2003.

GARCIA, Nelson Jahr. **O que é propaganda ideológica**. São Paulo: Brasiliense, 1982.

GERALDES, E.C. A vocação política dos blogs de notícias: possibilidade de reconstituição da esfera pública?. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 28, 2005. Rio de Janeiro. **Anais...**, São Paulo: Intercom, 2005. CD-ROM.

GIL, A. C. **Métodos e Técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 1994.

GOMES, Luis Antônio Paim. **A pós-modernidade na crônica jornalística de Diogo Mainardi**. PUCRS, 2003. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social), Faculdade de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2003.

GUTHRIE, W.K.C. **Os sofistas**. São Paulo: Paulus, 1995.

HEWITT, Hugh. **Blog: entenda a revolução que vai mudar seu mundo**. Rio de Janeiro: Thomas Nelson, 2007.

HIRSCHMAN, Albert. **A retórica da intransigência: perversidade, futilidade, ameaça**. São Paulo: Companhia das Letras, 1992.

INDURSKY, Freda; FERREIRA, Maria Cristina. **Os múltiplos territórios da análise do discurso**. Porto Alegre: Sagra Luzzato, 1999.

LAGE, Nilson. **Ideologia e Técnica da notícia**. Florianópolis: Insular/UFSC, 2001.

LAGE, Nilson. **Estrutura da notícia**. São Paulo: Ática, 2003.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

MAINARDI. **Temperamento de rebanho**. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/270808/mainardi.shtml>>. Acesso em: 29/08/2008

MAINGUENEAU, Dominique. **Análise de textos de comunicação**. São Paulo: Cortez, 2001.

MENEZES, Daiane. **A retórica da intransigência brasileira: uma análise do discurso da oposição durante o primeiro governo Lula**. PUCRS, 2008. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais), Faculdade de Ciências Sociais, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2008.

MORAES, Roque; GALIAZZI, Maria do Carmo. **Análise textual discursiva**. Ijuí: Editora Unijuí, 2007.

MORAIS, Larissa. A internet como espaço público – Um olhar sobre o 'Blog do Noblat'. In: **INTERCOM SUDESTE 2006 - XI Simpósio de Ciências da Comunicação na Região Sudeste**. Ribeirão Preto, SP, 2006.

OVERBERG, Kenneth. **Consciência em conflito**. São Paulo: Paulus, 1999.

PAZ, Carolina. A cultura blog: questões introdutórias. **Revista da Famecos**, Porto Alegre: Edipucrs, n. 23, p. 66-72, dez. 2003.

PETRIK, Manuel. **O duelo verbal**: um estudo sobre o polemista no jornalismo. Porto Alegre: PUCRS, 2006. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social), Faculdade de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2006.

PINHO, J.B. **Jornalismo na internet**: planejamento e produção da informação on-line. São Paulo: Summus, 2003.

PRIMO, Alex; RECUERO, Raquel. Hipertexto cooperativo: uma análise da escrita coletiva a partir dos Blogs e da Wikipédia. **Revista da Famecos**, Porto Alegre: Edipucrs, n. 22, p. 54- 65, dez. 2003.

RIBEIRO, André Antônio. **A filosofia da linguagem em Platão**. Porto Alegre: PUCRS, 2006. Dissertação (Mestrado em Filosofia), Faculdade de Filosofia, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2006.

ROCHA, Paula Jung. **Jornalismo em tempos de cibercultura**: um estudo do clicRBS. Porto Alegre: PUCRS, 2006. Tese (Doutorado em Comunicação Social), Faculdade de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2006.

ROCHA, Paula Jung. Sentimentos em rede compartilhados na pós-modernidade. **Revista da Famecos**, Porto Alegre: Edipucrs, n. 23, p. 73-82, dez. 2003.

RUDIGUER, Francisco. **Cibercultura e pós-humanismo**. Porto Alegre: Edipucrs, 2008.

SCHITTINE, Denise. **Blog**: comunicação e escrita íntima na internet. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2004.

SILVA, Maria Luiza S. **A política**: da persuasão à sedução. Porto Alegre: PUCRS, 2001. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social), Faculdade de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2001.

SOUSA, Mauro. Nietzsche: sobre a arte do discurso. **Revista Reflexão**, Campinas: PUCCAMP, n. 90, p. 95-105, dez 2006.

TORDESILLAS, Alonso. Platão e os Sofistas: um amigo de Sócrates, pródicos de céos. **Revista Veritas**, Porto Alegre, v. 49, n. 196, 2004.

WAINBERG, Jacques; CAMPOS, Jorge; BEHS, Edelberto. Polemista, o personagem esquecido do jornalismo. **INTERCOM – Revista Brasileira de Comunicação**, São Paulo, v. XXV, n. 1, p. 47-68, 2002.

YIN, Robert. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. Porto Alegre: Bookman, 2005.

## **APÊNDICE A**

### **AVALIAÇÃO DOS TÍTULOS POLEMISTAS**

<b>Data</b>	<b>Reinaldo Azevedo</b>	<b>Ricardo Noblat</b>	<b>Josias de Souza</b>
1/8/2008	Apologia do terror na página de um deputado do PT	Lula é o presidente com melhor imagem entre os argentinos	Em 13 anos, fiscais libertam 30 mil “neo escravos”
	Mais um email escandaloso: terrorista revela como “engana” o Brasil	Tortura é crime que não pode e não deve prescrever	Troca de chefia expõe receita a risco de politização
2/8/2008	Carvalho, assessor de Lula, diz que prestou “ajuda humanitária” a terrorista. Que lindo!	Lula a metalúrgicos: é hora de reivindicar aumento	Contato das Farc leva uma vida pacata em Brasília
	<a href="mailto:Veja.8.F@arc.PT.com">Veja 8. F@arc.PT.com</a>	Por que não um cargo no ministério da pesca?	Bolsa família paga R\$67 mi a mais no mês de julho
3/8/2008	As Farc e um vermelho e azul com Eliane Cantanhêde	Anistia – Impossível equiparar o criminoso à sua vítima	Governo faz mutirão contra as filantrópicas suspeitas
	A manchete da Folha deste domingo e o estado policial	As privatizações reavaliadas	As manchetes deste domingo
4/8/2008	O leitor desafia o meu lado gaúcho da fronteira	A lei seca é uma insensatez. Bastava fiscalizar	Gilmar Mendes volta a torpedear a polícia federal
	Agora no You Tube: Cenas fortes do Estado policial promovido por Tarso Genro	Militares criticam “passado terrorista” do governo	Câmara quer ouvir explicações de proposto das Farc
5/8/2008	Yara Chiara faz um preto e azul com Cantanhêde	Bolívia em conflito	Transatlântico brasileiro navega em águas mansas
	Eliane Cantanhêde dobra a dose do remédio errado para ver se dá certo	Classe média chega a 52% da população	Governo faz mais concessões a ruralista endividado
6/8/2008	Non, jê ne regrette rien...	Desabafa, Dantas, desabafa	88% apóiam o veto aos candidatos com “ficha suja”
	A lei da anistia e as três mentiras. Ou: “nada devemos aos terroristas, mortos ou vivos”.	DEM expulsa deputado carioca Natalino Guimarães	Segundo advogado, Daniel Dantas deseja “desabafar”
7/8/2008	Este blog foi citado pelo STF? Será?	STF anula julgamento e proíbe uso abusivo de algemas	STF decide editar súmula limitando uso de algemas
	Lá vou num vermelhinho e azul com Eliane, de novo!!!	Tortura e torturados – Um agrado à esquerda	Socorro agrícola premia os devedores com R\$ 10 bi
8/8/2008	Algemas: agora somos todos do PT ou: sobre “garantismos”	Jogos de Pequim – Lula bem na foto	Ameaças ao STF e a Gilmar mobilizam equipe da PF
	Comando militar do leste protesta contra revisão de anistia e ataca “terroristas”	Jogos de Pequim – Sem emoção	Justiça eleitoral autoriza a candidatura de Maluf
9/8/2008	Na Veja: grampo no Palácio e um Diogo reserva especial	Tráfico treina táticas de guerrilha nas matas do Rio	Inspeção no STF detecta “provável escuta” ambiental
	Tarso é café pequeno. Que tal Robespierre?	Grampos ilegais assustam o STF e o planalto	Vem de Recife o principal alerta ao eleitor de 2008
10/8/2008	Guerra na Geórgia e democracia como um “passadismo”	Falta de Comando	Exército prevê “confronto” na Raposa Serra do Sol
	Como criar estatais e influenciar pessoas. Ou estatismo, mercodofioia e pilantragem intelectual	Militares pressionam para Lula se manifestar sobre anistia	Preferido de Aécio tem déficit de dinheiro e de votos
11/8/2008	Meu desafio a Lula, aos petistas e ao jornalismo vigarista	Compre seu lugar no céu pagando com cartão de crédito	Lula mobiliza aliados para eliminar entrave à BrOi
	Os fascistóides: ou a mentira sobre os “pobres algemados”	Tarso Genro na Berlinda	Prédio da UNE será reconstruído com verba pública
12/8/2008	Nunca alimentei corvos; por mim, morreriam de fome	A má qualidade do ensino paulista pode contaminar o país	Lula cogita retirar MP que cria o ministério da pesca
	Humanismo com os dois pés no chão. E as duas mãos também	Cantora falsificada, “pegadas” Fake e torcida contratada	Fracassa tentativa de leiloar os “bois piratas”
13/8/2008	UNE? Que UNE? A UNE não existe!	Dantas diz que Satiagraha foi para barrar criação da BrOi	Na CPI, Daniel Dantas diz apenas o que lhe convém
	Lula transforma em ufanismo até a tortura	Aécio pensa em sair pelo país pedindo votos para o PSDB	Câmara autoriza governo a criar 3090 novos cargos
14/8/2008	Vamos privatizar a telefônica. E o meu email ao presidente da empresa.	Quem merece?	STF extingue 35 mil cargos “criados” em Tocantins
	Supremo vê “afronta” da PF e aprova punição para uso abusivo de algemas	Quem pode mais e quem não pode	Lula: pré-sal é “sinal divino” para pôr fim à burrice
15/8/2008	Petróleo, delinquência ideológica e 2010	Lula desperdiça seu segundo mandato, diz Aécio	Laudos revelam “barbárie” nas mortes da Providência
	Impecável	Ibope: Marta abre larga vantagem sobre Alckmin	Indeferida candidatura da mulher de Mão Santa no Pi

Titulos Polemistas

## **APÊNDICE B**

### **AVALIAÇÃO DA RETÓRICA DA INTRANSIGÊNCIA**

Data	Reinaldo Azevedo	Ricardo Noblat	Josias de Souza
1/8/2008	Apologia do terror na página de um deputado do PT	Lula é o presidente com melhor imagem entre os argentinos	Em 13 anos, fiscais libertam 30 mil “neo escravos”
	Mais um email escandaloso: terrorista revela como “engana” o Brasil	Tortura é crime que não pode e não deve prescrever	Troca de chefia expõe receita a risco de politização
2/8/2008	Carvalho, assessor de Lula, diz que prestou “ajuda humanitária” a terrorista. Que lindo!	Lula a metalúrgicos: é hora de reivindicar aumento	Contato das Farc leva uma vida pacata em Brasília
	Veja 8. F@arc.PT.com	Por que não um cargo no ministério da pesca?	Bolsa família paga R\$67 mi a mais no mês de julho
3/8/2008	As Farc e um vermelho e azul com Eliane Cantanhêde	Anistia – Impossível equiparar o criminoso à sua vítima	Governo faz mutirão contra as filantrópicas suspeitas
	A manchete da Folha deste domingo e o estado policial	As privatizações reavaliadas	As manchetes deste domingo
4/8/2008	O leitor desafia o meu lado gaúcho da fronteira	A lei seca é uma insensatez. Bastava fiscalizar	Gilmar Mendes volta a torpedear a polícia federal
	Agora no You Tube: Cenas fortes do Estado policial promovido por Tarso Genro	Militares criticam “passado terrorista” do governo	Câmara quer ouvir explicações de proposto das Farc
5/8/2008	Yara Chiara faz um preto e azul com Cantanhêde	Bolívia em conflito	Transatlântico brasileiro navega em águas mansas
	Eliane Cantanhêde dobra a dose do remédio errado para ver se dá certo	Classe média chega a 52% da população	Governo faz mais concessões a ruralista endividado
6/8/2008	Non, jê ne regrette rien...	Desabafa, Dantas, desabafa	88% apóiam o veto aos candidatos com “ficha suja”
	A lei da anistia e as três mentiras. Ou: “nada devemos aos terroristas, mortos ou vivos”.	DEM expulsa deputado carioca Natalino Guimarães	Segundo advogado, Daniel Dantas deseja “desabafar”
7/8/2008	Este blog foi citado pelo STF? Será?	STF anula julgamento e proíbe uso abusivo de algemas	STF decide editar súmula limitando uso de algemas
	Lá vou num vermelhinho e azul com Eliane, de novo!!!	Tortura e torturados – Um agrado à esquerda	Socorro agrícola premia os devedores com R\$ 10 bi
8/8/2008	Algemas: agora somos todos do PT ou: sobre “garantismos”	Jogos de Pequim – Lula bem na foto	Ameaças ao STF e a Gilmar mobilizam equipe da PF
	Comando militar do leste protesta contra revisão de anistia e ataca “terroristas”	Jogos de Pequim – Sem emoção	Justiça eleitoral autoriza a candidatura de Maluf
9/8/2008	Na Veja: grampo no Palácio e um Diogo reserva especial	Tráfico treina táticas de guerrilha nas matas do Rio	Inspeção no STF detecta “provável escuta” ambiental
	Tarso é café pequeno. Que tal Robespierre?	Grampos ilegais assustam o STF e o planalto	Vem de Recife o principal alerta ao eleitor de 2008
10/8/2008	Guerra na Geórgia e democracia como um “passadismo”	Falta de Comando	Exército prevê “confronto” na Raposa Serra do Sol
	Como criar estatais e influenciar pessoas. Ou estatismo, mercodofioia e pilantragem intelectual	Militares pressionam para Lula se manifestar sobre anistia	Preferido de Aécio tem déficit de dinheiro e de votos
11/8/2008	Meu desafio a Lula, aos petistas e ao jornalismo vigarista	Compre seu lugar no céu pagando com cartão de crédito	Lula mobiliza aliados para eliminar entrave à BrOi
	Os fascistóides: ou a mentira sobre os “pobres algemados”	Tarso Genro na Berlinda	Prédio da UNE será reconstruído com verba pública
12/8/2008	Nunca alimentei corvos; por mim, morreriam de fome	A má qualidade do ensino paulista pode contaminar o país	Lula cogita retirar MP que cria o ministério da pesca
	Humanismo com os dois pés no chão. E as duas mãos também	Cantora falsificada, “pegadas” Fake e torcida contratada	Fracassa tentativa de leiloar os “bois piratas”
13/8/2008	UNE? Que UNE? A UNE não existe!	Dantas diz que Satiagraha foi para barrar criação da BrOi	Na CPI, Daniel Dantas diz apenas o que lhe convém
	Lula transforma em ufanismo até a tortura	Aécio pensa em sair pelo país pedindo votos para o PSDB	Câmara autoriza governo a criar 3090 novos cargos
14/8/2008	Vamos privatizar a telefônica. E o meu email ao presidente da empresa.	Quem merece?	STF extingue 35 mil cargos “criados” em Tocantins
	Supremo vê “afronta” da PF e aprova punição para uso abusivo de algemas	Quem pode mais e quem não pode	Lula: pré-sal é “sinal divino” para pôr fim à burrice
15/8/2008	Petróleo, delinquência ideológica e 2010	Lula desperdiça seu segundo mandato, diz Aécio	Laudos revelam “barbárie” nas mortes da Providência
	Impecável	Ibope: Marta abre larga vantagem sobre Alckmin	Indeferida candidatura da mulher de Mão Santa no Pi

Retórica da Intransigência

Tese da Perversidade

Tese da Futilidade

Tese da Ameaça