

As Teorias do Jornalismo na imprensa brasileira: novas visões

Robson Bastos da Silva, Francisco de Assis,
Isabela Rosembach, Kelma de Queiroz Jucá de Souza Rocha
e Paulo Daniel Gonçalves Gannam*

Índice

1 Para iniciar a discussão	1
2 As Teorias do Jornalismo	2
3 <i>A Folha de S. Paulo</i> em um acontecimento de grande repercussão	3
4 Subjetividade nas capas da <i>Revista Veja</i>	4
5 As Teorias do Jornalismo nos editoriais da <i>Folha de S. Paulo</i>	8
6 Considerações finais	12
7 Bibliografia	13

Resumo

O objetivo deste trabalho é o de discutir as diversas Teorias do Jornalismo sob a óptica

*Robson Bastos da Silva é professor assistente-doutor das disciplinas Teorias do Jornalismo e História do Jornalismo da Universidade de Taubaté (UNITAU). Professor do Mestrado em Linguística Aplicada da UNITAU. Coordenador de Jornalismo da Universidade Santa Cecília (UNISANTA) – Santos. Doutor em Comunicação e Semiótica PUC-SP. Mestre em Comunicação UMESP. Ex-diretor Cultural do INTERCOM. Avaliador do Conselho Estadual de Educação- SP. Parecerista da SBPC-Brasil. Os co-autores são graduandos do 3º ano do curso de Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo, da Universidade de Taubaté.

de autores como Nelson Traquina, Felipe Pena e Jorge Pedro Sousa. As pesquisas são resultado da disciplina Teorias do Jornalismo, ministrada no 3º ano de Jornalismo da Universidade de Taubaté, componente da nova grade curricular implantada em 2003. Os alunos-pesquisadores se preocuparam em compreender e discutir o papel que os meios de comunicação exercem perante a sociedade. São apresentados alguns estudos que discutem a mídia impressa brasileira na atualidade, desenvolvidos com base nas teorias já consagradas pelos teóricos.

Palavras-chave: Teorias do Jornalismo; imprensa brasileira; jornalismo atual.

1 Para iniciar a discussão

Com a mudança do currículo do curso de Jornalismo da Universidade de Taubaté, foi incluída na grade a disciplina Teorias do Jornalismo para ser ministrada aos alunos do 3º ano. Essa alteração ocorreu porque os professores do Departamento de Comunicação Social sentiram a necessidade de introduzir no curso questões teóricas e reflexivas sobre a área.

No currículo anterior, os estudantes de Jornalismo discutiam apenas as correntes da Teoria da Comunicação e não recebiam informações sobre os novos paradigmas do Jornalismo nacional e internacional. A disciplina propõe fornecer aos alunos conhecimentos sobre o porquê de as notícias serem de determinadas maneiras e também pretende discutir a chamada objetividade e subjetividade da informação.

Desde o início do ano letivo de 2005, os alunos utilizam as aulas para discutir as diversas teorias e suas aplicações na mídia nacional. O resultado desses debates pôde ser observado nos seminários e trabalhos apresentados durante esse período.

Como objetivo central, seguindo as diretrizes curriculares do Ministério da Educação, pretende-se criar um espírito crítico e transformador nos alunos e futuros profissionais, visando torná-los melhores cidadãos e, conseqüentemente, jornalistas conscientes do seu papel na sociedade e com maior maturidade profissional.

Este trabalho é resultado de três pesquisas realizadas pelos graduandos da Unitau e apresenta diferentes maneiras de observar as Teorias do Jornalismo. Com enfoque na mídia impressa nacional, os estudantes focaram seus estudos em dois veículos: a *Folha de S. Paulo* e a *Revista Veja*, embasados na metodologia de pesquisa bibliográfica somada às análises de conteúdo dos impressos.

2 As Teorias do Jornalismo

Há algum tempo, a função do jornalismo e o papel dos jornalistas na sociedade vêm sendo discutidos dentro do universo acadêmico. Mas, nos últimos anos, com o advento da mídia digital, a inquietação em compreen-

der a atividade jornalística passou a ser algo comum aos estudiosos de comunicação que trabalham na identificação de alguns fenômenos.

Traquina (2004) defende que, apesar de existir um amplo acervo de estudos sobre o tema, elaborados no mundo todo desde a década de 1930, quando foram criados os cursos de Mestrado e Doutorado nos Estados Unidos, não é possível afirmar que existem respostas completas para os questionamentos referentes à influência, frente à sociedade, dos meios de comunicação e dos profissionais que neles atuam.

Ao longo de várias décadas, e depois de muitos estudos realizados sobre o jornalismo, é possível esboçar a existência de várias teorias que tentam responder à pergunta porque as notícias são como são, recolhendo o fato de que a atualização do termo “teoria” é discutível, porque pode também significar aqui somente uma explicação interessante e plausível, e não um conjunto elaborado e interligado de princípios e proposições. De notar, também, que essas teorias não se excluem mutuamente, ou seja, não são puras ou necessariamente independentes umas das outras. (TRAQUINA, 2004, p. 146)

Entretanto, a bibliografia existente sobre as diversas Teorias do Jornalismo auxilia, e muito, as discussões sobre o mito da objetividade da imprensa, visto que quem está por trás das linhas das notícias publicadas é um jornalista, dotado de uma carga emocional e subjetiva. Além disso, as empresas jornalísticas mantêm padrões que precisam ser respeitados e questões mercadológicas também são levadas em conta. Munidos

de embasamento teórico necessário, os alunos Francisco de Assis e Isabela Rosembach pesquisaram a atuação dos editores na Folha de S. Paulo durante a cobertura jornalística da morte de João Paulo II. A estudante Kelma de Queiroz Jucá de Souza Rocha observou a subjetividade presente nos enunciados das capas da *Revista Veja*, e o graduando Paulo Daniel Gonçalves Gannam estudou os editoriais da *Folha*, aplicando a eles várias teorias. O resultado desses trabalhos será apresentado a seguir.

3 A Folha de S. Paulo em um acontecimento de grande repercussão

A cobertura da morte do Papa João Paulo II, ocorrida em abril de 2005, serviu de base para a realização desta pesquisa, que busca identificar a teoria do *gatekeeper*¹ no trabalho realizado pela *Folha de S. Paulo* durante a semana da morte do pontífice. Com base em pesquisas bibliográfica e documental, além da coleta de informações com os responsáveis pela edição da *Folha*, os alunos chegaram aos resultados esperados, que comprovam o caráter subjetivo e arbitrário dos processos de edição.

¹ De acordo com Traquina (2004), a teoria do *gatekeeper* surgiu na década de 1950, originalmente por David Mannin White, que foi o primeiro a aplicar o conceito. “O termo *gatekeeper* refere-se à pessoa que toma uma decisão numa seqüência de decisões [...] Nessa teoria, o processo de produção da informação é concebido como uma série de escolhas [...] que passa por diversos *gates*, isto é, ‘portões’ que não são mais do que áreas de decisão em relação às quais o jornalista, isto é o *gatekeeper*, tem de decidir se vai escolher essa notícia ou não. [...] A conclusão de White é que o processo de seleção é subjetivo e arbitrário. (TRAQUINA, 2004, p. 150)

Na ocasião da morte do Papa, os jornais brasileiros trabalharam a todo vapor para noticiar os rituais e contar, durante vários dias, a história de uma figura mundial marcante, acima de qualquer mérito religioso. No caso da *Folha de S. Paulo*, que nunca foi de ceder muito do seu espaço à religião, percebe-se a realização de uma das mais completas coberturas desse acontecimento. Em suas edições dentre os dias 2 e 9 de abril, vários cadernos especiais foram incorporados, trazendo a trajetória do Papa, além da cobertura imediata do funeral.

Em artigo publicado no *site* Canal da Imprensa, Márcio Tonetti (2005) afirma que a imprensa brasileira se rendeu à comoção do mundo católico e deixou de apresentar elementos para despertar o senso crítico em seu público. Ele observa que a *Folha* não se preocupou em comentar as características dos candidatos ao papado e tão pouco disponibilizou análises sobre o futuro do mundo oriental.

Para a realização deste trabalho, foram analisadas oito edições da *Folha de S. Paulo*, divulgadas entre os dias 2 e 9 de abril. Em sete edições, a *Folha* dedicou, nas primeiras páginas, 52,2 % do conteúdo aos acontecimentos que antecederam e sucederam a morte do Papa, apesar de outros fatos relevantes terem ocorrido durante aquela semana.

Das observações realizadas, tendo em vista os gêneros jornalísticos citados anteriormente, percebe-se que o trabalho desempenhado pela *Folha* se divide em dois focos de interesse: o presente e o passado. Com isso, reflexões necessárias sobre os passos que a igreja poderia dar com a ausência de seu líder e, conseqüentemente, com a elei-

ção de um novo Papa foram deixadas em segundo plano e pouco apareceram.

Além do material publicado nas primeiras páginas, a *Folha* publicou vários cadernos “Folha Mundo”, previamente preparados para o acontecimento, de acordo com as informações cedidas pelo secretário adjunto de redação, Vaguinaldo Marinheiro, e pelo editor do caderno “Mundo”, Vinicius Mota. Além disso, uma equipe trabalhou exclusivamente para a divulgação inédita dos acontecimentos daquela semana, diariamente das 8h às 0h. Quanto ao esquema de cobertura, eles afirmam:

Foi elaborado com base em um caderno especial cuja estrutura estava preparada havia anos. Foi uma decisão conjunta da chefia da redação e da editoria adquirir material adicional ao que já dispúnhamos e enviar três repórteres (sendo um fotográfico) a Roma.²

Os editores esclarecem que a seleção das manchetes foi baseada no “critério jornalístico”, ou seja, os assuntos mais importantes no dia. Realmente, as análises apontam uma divulgação fiel dos fatos diários de maior interesse e acompanham certa ordem cronológica (a doença, a morte, os rituais).

Partindo do pressuposto que o *gatekeeper* é o exemplo da teoria que valoriza a ação pessoal, conforme define Pena (2005), é possível compreender que as decisões de divulgação dos fatos que são notícias, e como são divulgados, partem, muitas vezes, de valores pessoais, como pôde ser observado no decorrer desta pesquisa.

² Depoimento concedido via e-mail em 06/06/2005.

Um dos pontos a ser ressaltado é a declaração dos profissionais da *Folha de S.Paulo* que, ao serem questionados sobre o critério de seleção para fotos publicadas na primeira página, responderam sucintamente: beleza e informação. Essa afirmação comprova a hipótese de que a edição dos jornalistas é subjetiva e arbitrária.

Outro fato a ser lembrado é referente ao caráter de parcialidade apresentado em alguns momentos pela *Folha*. A explicação para essa tendência é a de o Brasil se tratar de um país eminentemente católico e o assunto em pauta é de interesse da maior parte da população. Assim, cumpre-se o que descreve Medina (1988), que percebe que uma das ênfases das notícias diárias é o conteúdo que desperte emoção.

4 Subjetividade nas capas da *Revista Veja*

A segunda pesquisa discute como a subjetividade se faz presente no meio impresso. Como embasamento teórico é utilizada também a teoria do *gatekeeper*, a qual destaca a ação pessoal do jornalista. O objeto de estudo é a *Revista Veja*.

O objetivo deste segundo trabalho é analisar a subjetividade das manchetes de capa de *Veja*, as quais possui uma convergência entre publicidade e informação, o que acaba por exercer um poder de sedução sobre o público consumidor. *Veja* é a revista semanal de maior tiragem no país, com a média de 1.250.000 exemplares, conforme informação fornecida pela revista³. É natural, portanto, que uma revista com essa repercussão naci-

³ Depoimento concedido pelo representante da *Veja*, G. Garcia, em 05/11/ 2004.

onal tenha importância no que diz respeito à formação de opinião de seus leitores.

Desse modo, é pertinente a análise das capas de *Veja* no período de janeiro a abril de 2005. A pesquisa diz respeito a três edições: 5 de janeiro de 2005, 26 de fevereiro de 2005 e 23 de fevereiro de 2005. É válido salientar que os critérios que levam uma mensagem a ser notícia de jornal são:

...fatores como a oportunidade, a proximidade, a importância, o impacto ou a consequência, o interesse, o conflito ou a controvérsia, a negatividade, a frequência, a dramatização, a crise, o desvio, o sensacionalismo, a proeminência das pessoas envolvidas, a novidade, a excentricidade e a singularidade... (SOUSA, 2002, p. 96)

Sob esse prisma, pode-se observar como a mídia impressa utiliza esses critérios de noticialidade para destacar matérias de capa. Além disso, tenciona-se examinar quais são os elementos de caráter subjetivo (teoria do *gatekeeper*) que ampliam a notoriedade dos fatos expostos na primeira página de uma revista.

A primeira *Veja* de 2005 abre o ano com uma notícia de repercussão internacional. No dia 5 de janeiro, a manchete era: “O mar dos mortos – A catástrofe no Oceano Índico que matou 100 000 pessoas é uma advertência sobre a fragilidade do homem diante da natureza”.

Os valores da notícia são definidos pelo que é de interesse do público e o aspecto dramático é um dos elementos que influenciam na publicação de determinada notícia, como é o caso da primeira edição de *Veja* de 2005. Em relação à manchete “O mar dos

mortos”, observa-se a presença da frase nominal (identificada pela ausência de verbo), o que caracteriza um texto opinativo. Nesse tipo de estrutura frasal, cria-se um impacto para o leitor, diferentemente de uma frase verbal que, por possuir todas as informações (sujeito + verbo + predicado), gera menos expectativa.

No destaque da página, é possível perceber a perífrase, que é uma figura de linguagem que “exprime, por um grupo de palavras, o que poderia ser expresso por uma só palavra”. (VANOYE, 1993, p. 49). Na verdade, não existe um mar composto por mortos, o que ocorreu foi que um maremoto atingiu um grande número de pessoas que estavam no litoral asiático; como as ondas eram muito altas (chegando a medir 12 metros de altura), os turistas e nativos do lugar não conseguiram escapar das águas que ultrapassaram o limite da praia (houve correntezas de até 40 quilômetros por hora).

Naturalmente, temas catastróficos tocam o emocional das pessoas em geral. Sob esse prisma, então, a revista amplia essa possibilidade quando coloca na capa a foto de um homem chorando ao segurar uma pequenina mão de criança. A imagem por si só fala, mas *Veja* destaca a dor na seguinte legenda: “Um homem chora a morte do filho de 8 anos em Cuddalare, na Índia”. Contudo, é válido ressaltar que “A tarefa da notícia não é chocar, mas informar” (MCLEISH, 1996, p. 74).

É conveniente relatar que o editorial da revista, intitulado “Não, não e não!”, trata da matéria secundária da capa (“Especial: uma lista do que não fazer em 2005”). O que significa que o *tsunami* asiático roubou o papel de destaque da lista de orientações de começo de ano, ou seja, o editor (*gatekeeper*)

julgou ser de maior interesse público a tragédia do *tsunami* de Sumatra do que uma relação de coisas que não devem ser feitas no decorrer do ano. Segundo o editorial, a reportagem de destaque secundário durou três meses para ser concluída. E, ainda, a matéria sobre a tragédia asiática tem 12 páginas, enquanto a matéria de destaque secundário tem 22.

A revista de 26 de janeiro de 2005 traz como manchete: “O PT deixou o Brasil mais burro? – O obscurantismo oficial condena o inglês, quer tirar a liberdade das universidades e mandar na cultura”. A matéria se refere à reforma universitária no país, a qual causou polêmica por, entre outros fatores, limitar o mérito acadêmico, diminuir o valor do idioma inglês e reservar metade das vagas de universidades públicas para negros, índios e estudantes advindos de escolas públicas. Entretanto, esse entendimento só é possível após a leitura da matéria, porque as frases da chamada não são objetivas e dramatizam uma situação de âmbito político e social. Além disso, a linguagem imagética traz duas orelhas de burro enquadrando a manchete. Este fato, totalmente imbuído de significado conotativo, vai contra a questão da objetividade do jornalismo.

No quesito valor da notícia, a matéria se enquadra em importante (acontecimento de repercussão nacional) e imediata (fato real). Importante destacar que a forma como a notícia é repassada faz com que qualquer leitor seja contrário à reforma universitária, pois a revista apresenta apenas o lado negativo. No aspecto gráfico, a foto das orelhas de burro fornecem um quê grotesco e vulgar à revista, conseqüentemente, a primeira página acaba por adquirir uma natureza sensacionalista. Implicitamente, a imagem aliada à manchete

divulga que o país e o PT, representado pela figura do presidente da República, são “burros”, isto é, ignorantes, sem conhecimento erudito. O PT, porque faz reformas prejudiciais para a nação. O povo, porque elegeu o candidato do partido para o cargo do Executivo.

É importante salientar que o editorial dessa edição não diz respeito nem à manchete principal, nem à manchete secundária da capa. O título “Os juros e a inflação” já dá indícios de que não há ligação entre o editorial da semana e as chamadas da capa. Porém, no conteúdo interno da revista também não existe nenhuma matéria que trate abertamente o assunto. Ou seja, o editor analisou uma questão que não foi pautada pela equipe de reportagem para a revista do dia 26 de janeiro de 2005. Em outras palavras, o editor preferiu não falar, de modo opinativo, a respeito da reforma universitária.

A manchete da revista de 23 de janeiro de 2005 é: “O susto Severino – A eleição do ‘rei do baixo clero’ para presidir a Câmara dos Deputados é uma derrota do PT, de Lula e um golpe na imagem do Parlamento”. O assunto se refere à surpresa causada pela vitória de Severino Cavalcanti (PP) nas eleições para a presidência da Câmara.

Veja, também nessa edição, usa o título caracterizado por uma frase nominal que, conforme já mencionado, é uma característica de texto opinativo. Portanto, há um descompasso nessa manchete, visto que o título se refere a uma reportagem. Assim, fica evidente o efeito surpresa com a vitória de Severino. Quanto ao subtítulo, percebe-se o uso da linguagem conotativa com a expressão “rei do baixo clero”, a qual não foi criada pela revista porque já existia, significando o representante dos deputados federais

com pouco espaço na mídia, os desconhecidos pelo grande povo.

Na chamada secundária, observa-se a seguinte colocação: “A mártir da floresta – Junto com a irmã Dorothy morre outra chance de um destino menos trágico para a Amazônia”. Nesse destaque, também é notória a linguagem figurada quando *Veja* retrata a freira assassinada como a “mártir da floresta”.

No aspecto estético, *Veja* é bastante irônica. Provavelmente, a revista não ficou muito feliz com o resultado das eleições na Câmara, porque o comum seria colocar a foto do deputado com uma postura de vencedor, uma vez que ele é o candidato eleito para presidir a Câmara. Todavia, a foto escolhida do deputado Severino para ilustrar a capa mostra um homem com um olhar mordaz e um rosto maquiavélico. Somado a isso, há uma coroa sobre a cabeça de Severino, coroa esta que pende para um lado, fornecendo a impressão de que irá cair. Ou seja, o reinado do deputado parece incerto.

Quanto ao editorial da semana “Tentações Populistas”, o tema é economia, ou seja, ocorre mais uma divergência entre as manchetes de capa e a “Carta ao leitor”. É conveniente ressaltar que a matéria sobre a eleição da presidência da Câmara tem quase sete páginas completas, enquanto a reportagem sobre o assassinato da missionária tem quase oito páginas completas. O que significa que a matéria a respeito de Dorothy, provavelmente, seria o destaque da semana. No entanto, a vitória inesperada de Severino ganhou mais repercussão dentro da revista; fazendo com que o *gatekeeper* optasse por colocar a reportagem da freira em segundo plano.

De acordo com Andrade e Medeiros

(2000), pode-se afirmar que as capas de revistas de informação estão hoje cada vez mais com apelo publicitário já que utilizam recursos próprios da linguagem da propaganda que, por sua vez, serve-se da linguagem literária com o fim de vender algo. Entre esses recursos encontram-se: os adjetivos, as letras maiúsculas para chamar atenção, as frases nominais para provocar interesse e criar impacto. Além disso, semanticamente, a publicidade vale-se da denotação e da conotação, da metáfora, da metonímia, da prosopopéia, da antonomásia etc.

Sob essa perspectiva, as chamadas da revista se apresentam com uma natureza subjetiva, através do uso de adjetivos, figuras de linguagem e ausência de imparcialidade, esta própria da informação. Não existe objetividade total nas capas da revista; o leitor precisa comprar o produto editorial para entender o assunto de destaque.

No caso das revistas, a capa é o primeiro contato que o leitor tem com o produto. Desse modo, ela tem de causar impacto, despertar interesse, gerar expectativa. A capa é, pois, a propaganda da revista, uma embalagem sedutora irá promover mais venda. Uma capa atrativa será moldada de acordo com as escolhas e gostos pessoais do jornalista que a elabora. O uso de determinado adjetivo, a conotação de uma informação etc. são alguns exemplos de subjetividade que se fazem presentes na primeira página. À medida que o jornalista opta por usar um recurso para realçar um fato, ele está sendo parcial.

Uma análise mais criteriosa deixa evidente, portanto, os preconceitos mais arraigados e a ideologia que guia o *gatekeeper* da revista. Porque, como a apresentação da notícia se mostra de modo subjetivo, ela acaba

por expor os sentimentos e pensamentos que povoam a mente de quem a escreve. Um jornalista pode ser contra ou a favor de determinado assunto (político, econômico, religioso, social), mas ele tem a obrigação de repassar para a sociedade todas as informações que permeiam essa notícia. É muito fácil e, claro, irresponsável, mostrar apenas um lado da verdade, especialmente, a verdade em que o jornalista acredita.

Naturalmente, o “seletor das informações” terá suas próprias conclusões, suas opiniões formadas. Contudo, uma vez que a imprensa é tida como o baluarte da democracia, nada mais justo do que tentar deixar à mostra todas as possíveis aparências da história contada. A verdade é como um dado, cuja face varia à medida que se move o objeto. Ora se vê três pontos, ora se vê um ponto. O ângulo de visão a ser adotado irá depender do referencial.

No entanto, o observador, por mais que seja um jornalista profissional ciente de suas obrigações para com a sociedade, é uma pessoa, um ser humano como outro qualquer. E, como tal, carrega consigo um conjunto de valores, crenças, saberes acumulados únicos, que são só seus. O ato de escrever é essencialmente influenciado por tais características. Por mais justo, democrático e honesto que o jornalista seja, ele sempre irá ter “pré-conceitos”. Não há criatura humana que não tenha seus preconceitos mais arraigados, nascidos da educação da mais tenra infância ou advindos da própria vivência da pessoa. O jornalista é um mediador da notícia, portanto irá transmiti-la da maneira que a vê. Um determinado jornalista não irá ter a mesma visão que um outro colega de trabalho, logo os enfoques dados à matéria serão sempre diferenciados.

O editor de um produto impresso é alguém que possui filtros morais, religiosos, sociais e políticos, que constituem sua ideologia. Ele tem uma bagagem cultural própria, desenvolvida a partir do momento em que começou a ser educado pelos pais. Esse editor, assim como qualquer outro ser humano, é detentor de um repertório único. Desse modo, pessoas diferentes vão dar enfoques diferentes às mais variadas temáticas. Após a escolha da pauta que irá ser trabalhada até se tornar notícia, cabe também ao jornalista (*o gatekeeper*) a seleção das minúcias, dos detalhes que serão colocados na matéria. Uma determinada informação pode ser preferida em detrimento de outra, por exemplo. E, principalmente, a forma como a história será contada faz parte da tarefa do jornalista.

5 As Teorias do Jornalismo nos editoriais da *Folha de S. Paulo*

Esse estudo que contempla o porquê as notícias são como são, baseando-se, sobretudo, nas proposições do professor Nelson Traquina, procura averiguar qual dentre as Teorias do Jornalismo podem melhor permear o Jornalismo desempenhado nos editoriais da *Folha de S. Paulo*, nas edições dos dias 2, 4 e 5 de maio do ano de 2005.

Segundo o professor José Marques de Melo (1985), editorial é o gênero jornalístico que expressa a opinião oficial da empresa sobre os fatos de grande repercussão, em determinado momento.

No dia 2 de maio, o primeiro editorial da *Folha de S. Paulo* se refere a um fundo educacional, o novo Fundef, que contemplaria a educação infantil, o ensino fundamental e o médio em todas as suas modalidades. De 32

milhões de alunos atendidos pelo novo fundo de desenvolvimento educacional, o número passaria para 47 milhões.

Basicamente, a opinião do jornal é uma refutação à proposta do governo, apontando inúmeros fatores impeditivos para que a proposta fosse aceita no congresso. E, assim, encerra com severa crítica às propostas consideradas mirabolantes do governo, como era de se esperar da *Folha*. Neste caso, a teoria sobressalente seria a organizacional, segundo a qual existiria toda uma hierarquia de controle sobre a informação. O *gatekeeper*, nessas circunstâncias, abre e fecha os portões de acordo com o chefe do estabelecimento, perdendo, em parte, o seu poder de decisão sobre a informação.

A idéia central do editorial “O Ritmo dos EUA” é a de que indicadores parecem corroborar as expectativas dos investidores e analistas de que a principal locomotiva econômica do mundo está perdendo fôlego, com uma moderada taxa de inflação. Ao cabo da informação, se diz que analistas econômicos reduziram as projeções de crescimento da economia americana, apontando as não muito brandas conseqüências do cenário internacional no Brasil. Apesar de contextualizar o fato, as informações de nada contribuem para alguma atitude da sociedade em relação a isso. Parte-se do pressuposto de que as coisas são como são e de que cabe apenas ao veículo informar que o Brasil só tende a piorar, em vez de estimular algum tipo de mobilização na sociedade que possa contribuir para que a questão seja atenuada. A teoria que pode ser aplicada à notícia seria tanto a organizacional quanto a do *gatekeeper*, por se tratar de um fato de interesse público (mas não da forma como foi concebida a informação), que editor e diretoria optaram

por divulgar, tendo em vista a interdependência econômica entre as nações do globo.

O terceiro e último editorial da edição do dia 2 de maio é uma crítica ao “Caos Publicitário”, no qual a prefeitura de São Paulo estaria sendo altamente condescendente com a situação, graças às receitas proporcionadas pelos descontrolados anúncios em locais públicos, em detrimento dos pedestres. Mas, por que a *Folha* decidiu discutir um fato que há tempos vinha ocorrendo na cidade de São Paulo? Possivelmente, a política editorial do veículo possui algumas diretrizes que, de alguma forma, poderiam estar entrando em choque com os interesses da prefeitura de São Paulo. Entretanto, o que se propõe com essa discussão é estimular as diversas interpretações acerca da divulgação da notícia em discussão. Mostra-se, neste caso, e, mais uma vez, que a *teoria do espelho*⁴ pode ser contestada, uma vez que a *Folha* poderia divulgar esta mesma informação positivamente, afirmando, por exemplo, que a publicidade nas locações públicas é salutar por proporcionar altas receitas à prefeitura e, em decorrência disso, fazer com que a responsabilidade fiscal de Marta parecesse algo existente.

Com relação aos editoriais do dia 4 de maio, o primeiro deles se refere à questão da volatilidade das cotações cambiais e

⁴ Essa teoria é explicada no intuito de conceber o jornalismo como um *contra poder* de maneira mais objetiva. “A metáfora presente nessa teoria é auto-explicativa. Ela foi a primeira metodologia utilizada na tentativa de compreender porque as notícias são como são, ainda no século XIX. Sua base é idéia de que o jornalismo reflete a realidade. Ou seja, as notícias são do jeito que as conhecemos porque a realidade assim as determina. A imprensa funciona como um espelho do real, apresentando um reflexo claro dos acontecimentos do cotidiano.” (PENA, 2005, p. 125)

que estas seriam um fator de incerteza “regulatória” para empreendimentos exportadores, tanto quanto as lacunas freqüentemente apontadas em outros setores. Esta concepção foi manifestada pelo jornal em resposta aos, segundo ele, inúteis esforços retóricos do presidente Lula para tentar convencer o meio empresarial de que a expressiva queda da cotação do dólar no Brasil seria apenas um reflexo de um movimento externo. Neste terreno, é importante destacar que um veículo muitas vezes não se apresenta como um meio a favor do Estado, mas a serviço do empregado. Nesse contexto, a teoria organizacional mostra-se manifestar.

O segundo editorial opina que não existe acordo internacional mais desigual do que o Tratado de Não-Proliferação Nuclear (TNT). E que a existência de duas categorias de países (os que estão e os que não estão autorizados a manter arsenais) pode ser admitida como excepcional e transitória, mas jamais como definitiva. A pertinência desta informação não precisaria de nenhuma teoria para ser publicada, em virtude de sua relevância para o mundo. Não obstante, a escolha desse fato e o enfoque oferecido são elementos vinculados à teoria do *gatekeeper* e à *teoria organizacional*.⁵

⁵ Essa teoria partiu dos estudos de Warren Breed, conforme aponta Traquina. “Esta teoria alarga a perspectiva teórica – do âmbito individual a um nível mais vasto, a organização jornalística. No seu estudo, igualmente um clássico dos estudos do jornalismo intitulado *Controle social da redação: Uma análise funcional*, Breed insere o jornalismo no seu contexto mais imediato, a organização onde trabalha. [...] Assim, na teoria organizacional, a ênfase está num processo de socialização organizacional em que é sublinhada a importância duma *cultura* organizacional, e não uma *cultura profissional*. (TRAQUINA, 2004, p. 152-153)

O terceiro e último editorial dessa edição diz respeito ao retrocesso do ato que concede aos presidentes de comissões permanentes e provisórias da Câmara dos Deputados total poder de nomeação para cargos de confiança. A medida libera os presidentes dessas comissões para indicar funcionários de confiança não apenas sem concurso, mas também sem a necessidade de ratificação por alguma outra instância. A iniciativa do compadrio e do empreguismo sai, por sua vez, fortalecida, em prejuízo dos critérios de mérito que precisariam sempre abalzar a contratação de funcionários pagos com o dinheiro público.

Nesta óptica, também se demonstra que não haveria necessidade de se aplicar nenhuma das teorias para dirimir o porquê de tal informação, tendo em vista a ressonância que este acontecimento provoca na sociedade. O simples fato que comporta seria o suficiente para que se divulgasse o conteúdo.

Entretanto, olhando impassivelmente a questão, pode-se dizer que as teorias aplicáveis à veiculação da informação seria a organizacional, em conjunto com o *agenda setting*.⁶ No primeiro caso porque, em úl-

⁶ Conhecida como a “teoria do agendamento”, sugere que o mundo gira ao redor dos meios de comunicação e que as discussões da sociedade são pautadas de acordo com o que está presente na mídia. “O *agenda setting*, como é chamado nos Estados Unidos, surgiu no começo da década de 1970 como uma reação a uma outra teoria: a dos efeitos limitados, que teve seu auge entre os anos 40 e 60. [...] Nas palavras de Mauro Wolf, a passagem dos efeitos limitados para os efeitos acumulativos implica a substituição do modelo transmissivo da comunicação por um modelo centrado no processo de significação. ‘A influência da mídia é admitida na medida em que ajuda a estruturar a imagem da realidade social, a longo prazo, a organizar novos elementos dessa mesma imagem, a formar opiniões e crenças novas.’” (PENA, 2005, p. 144-145)

tima análise, uma informação acompanhada de opinião desta ordem só seria admissível caso os proprietários do jornal assim o permitissem. No segundo caso, já que uma notícia desta natureza é passível de ser desdobrada em várias matérias, em virtude, como já mencionado, da maneira como afeta diretamente toda uma nação.

Nos editoriais do dia 5 de maio, o jornal tem como título do primeiro desses: “PIB concentrado”. Segundo a opinião manifestada pelo editorial, por mais que se pudesse ver, na comparação com um levantamento anterior, algum movimento de desconcentração industrial, ele seria tímido, limitando-se às proximidades dos principais centros, sem efeito sensível nas grandes regiões. Também argumenta que políticas com vistas a reduzir a concentração de renda no Brasil não podem deixar de enfrentar o problema das desigualdades regionais.

Uma das teorias aplicáveis a esse editorial seria a organizacional e a do *agenda setting*. No primeiro caso, como já definido, porque todo e qualquer editorial, por ser uma manifestação da empresa em relação ao tema, sempre passará pelo crivo dos proprietários e/ou diretores da organização. No segundo, pode-se dizer que a notícia é caracterizada, sobretudo, pelo critério da continuidade.

O editorial subsequente aponta: “Crise Peruana”. Ainda que se constitua aparentemente em fato veraz, novamente observa-se como o veículo *Folha de S. Paulo* sempre opta por dar ênfase a questões que estimulem uma aversão aos países que, ao menos teoricamente, deveriam se unir ao Brasil, a fim de formar um grupo sólido para defesa dos seus interesses econômicos e sociais. É interessante observar que, dificilmente, ocorrem críticas veementes a governantes dos países

hegemônicos (EUA e União Européia). De qualquer modo, o editorial se refere especificadamente à acusação de falsificação de assinaturas para obter o registro do Partido Peru, por parte do presidente peruano Alejandro Toledo. Para definir os parâmetros de noticiabilidade desta informação, é coerente o *agenda setting* e a *teoria organizacional*, novamente.

Não raro, notícias envolvendo crise na América Latina são selecionadas pelos jornais em razão do critério proximidade (nacional). Principalmente aquelas que sutilmente criem um ranço entre brasileiros e habitantes de países limítrofes, com vistas à integração daqueles à ideologia dominante. O assunto é aproveitado momentaneamente e, logo em seguida, outras vezes começam a surgir, substituindo o assunto. Estando conscientes desse aspecto, os grandes proprietários dão vazão a este tipo de notícia e a seus desdobramentos.

No terceiro e último editorial objeto desta pesquisa, o jornal deu realce à avaliação do ensino, feita pelo Enade (Exame Nacional de Desempenho dos Estudantes). Constatou-se, considerando-se 1400 dos cursos avaliados (2000 no total), superioridade esmagadora do ensino público. Mais de 70% das instituições que tiveram notas insuficientes para aprovação pertencem ao setor privado, enquanto que quase 60% das que conseguiram pontuação máxima são federais, e cerca de 25% são estaduais.

Um dos critérios de escolha da informação seria o da compatibilidade ou não de valores sócio-culturais da mesma em relação ao público. Este tipo de fato gera bastante polêmica e provoca na sociedade grande contenda em torno do tema. Por afetar muitas

peçoas, a notícia, por si só, deveria ser divulgada.

Do ponto de vista das Teorias do Jornalismo, tanto a organizacional quanto a do *gatekeeper* poderiam ser inseridas nesse contexto. O porteiro, já consciente da repercussão que poderia gerar tal informação, provavelmente teve acentuada participação na sua escolha, convencendo seus superiores da sua relevância.

O fato de o editorial representar a opinião do veículo em relação a um acontecimento não significa, portanto, que a publicação da informação não tenha passado pelos olhos e pelas mãos do editor, para a feitura do texto. Assim, ambas as teorias poderiam permear este gênero jornalístico.

6 Considerações finais

Conscientes de que o papel da universidade vai além de formar um profissional com conhecimentos técnicos e preparado para o mercado, os alunos da Unitau puderam adquirir novas visões da imprensa brasileira, ao estudar as teorias que contemplam o universo do Jornalismo.

Este trabalho também partiu do princípio de que ler é muito mais do que decodificar sinais e que texto e imagem têm variados níveis de significação, indo muito mais além do que está explícito. “Além da significação explícita, existe toda uma gama de significações implícitas, muito mais sutis, diretamente ligadas à intencionalidade do produtor” (KOCH, 2002, p. 159). Por meio dessas pesquisas, houve a possibilidade de se demonstrar que as definições teóricas do jornalismo podem ter direto aproveitamento quando da análise de um veículo impresso.

É certo que o jornalista, a todo o momento, devido a várias circunstâncias, acaba se tornando subjetivo e arbitrário. A decisão de escolher uma palavra em detrimento de outra, já é uma seleção da notícia que irá ser repassada para o público. No entanto, a estrada que desemboca na objetividade do Jornalismo parece não ter fim, mas o seu caminho deve ser eternamente perseguido. Quanto mais o jornalista for consciente de sua limitação, mais ele irá se esforçar para se aproximar da verdade do fato.

Nesse contexto, vale ressaltar que a postura dos editores frente ao que é ou não notícia e à definição de manchetes e fotos acaba sendo influenciada pela linha editorial e pelo perfil do veículo em que trabalha. No caso da *Folha de S. Paulo*, a prática de uma pesquisa diária com um grupo selecionado de leitores funciona como um “termômetro” sobre o que pensa a opinião pública, ou mais precisamente o seu público-alvo, sobre o enfoque de suas matérias.

Dessas observações, os alunos-pesquisadores puderam concluir que o jornalismo impresso é uma atividade permeada por uma série de fatores, dentre os quais, as Teorias do Jornalismo esclarecem, em boa medida, a existência de conteúdos e formas de transmissão da informação. Assim, foi cumprido o objetivo central da disciplina ministrada no curso da Unitau, que é o de formar profissionais com senso crítico aguçado e conscientes da função do Jornalismo na sociedade.

7 Bibliografia

- ANDRADE, M. M.; MEDEIROS, J. B. *Comunicação em língua portuguesa: para os cursos de jornalismo, propaganda e letras*. São Paulo: Atlas, 2000.
- BELTRÃO, L. *Jornalismo Opinativo*. Porto Alegre: Ética Impressora, 1980.
- BLIKSTEIN, I. *Técnicas de comunicação escrita*. 13. ed. São Paulo: Ática, 1995.
- CITELLI, A. *Linguagem e persuasão*. 4. ed. São Paulo: Ática, 1989.
- DINES, A. *O papel do jornal: uma releitura*. 6. ed. São Paulo: Summus, 1996.
- FOLHA DE S. PAULO. *Manual geral da redação*. São Paulo: Folha de S. Paulo, 1986.
- GARCIA, O. M. *Comunicação em prosa moderna: aprenda a escrever, aprendendo a pensar*. 19 ed. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 2000.
- KOCH, I. G. V. *Argumentação e linguagem*. 7. ed. São Paulo: Cortez, 2002.
- MCLEISH, R. *Produção de rádio: um guia abrangente de produção radiofônica*. São Paulo: Summus, 1996.
- MEDINA, C. *Notícia, um produto à venda: jornalismo na sociedade urbana e industrial*. São Paulo: Summus, 1988.
- MELO, J. M. *A opinião no jornalismo brasileiro*. Petrópolis: Vozes, 1985.
- MELO, J. M. (Org.) *Gêneros jornalísticos na Folha de S. Paulo*. São Paulo: FTD, 1992.
- PENA, F. *Teoria do jornalismo*. São Paulo: Contexto, 2005.
- RAMONET, I. *A Tirania da Comunicação*. 3. ed. Petrópolis: Vozes, 2004.
- SILVEIRA, A. C. (Org.) *Jornalismo Além da Notícia*. Santa Maria: FACOS-UFSM, 2003.
- SOUSA, J. P. *Teorias da notícia e do jornalismo*. Chapecó-SC: Argos, 2002.
- TONETTI, M. *A imprensa deu a "bênção"*. Disponível em: <<http://www.canaldaimprensa.com.br/foco/quarent3/foco1.htm>>. Acesso em: 29 mai. 2005.
- VANOYE, F. *Usos da linguagem*. 9. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1993.