

Guilherme Imbiriba Guerreiro Neto

**O DISCURSO DE LEGITIMAÇÃO DO JORNALISMO:
A INSTITUIÇÃO INSCRITA NOS EDITORIAIS**

Dissertação submetida ao Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina como requisito para a obtenção do título de Mestre em Jornalismo.

Orientador: Prof. Dr. Eduardo Barreto
Vianna Meditsch

Florianópolis
2013

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor através do
Programa de Geração Automática da Biblioteca Universitária da UFSC.

Guerreiro Neto, Guilherme

O discurso de legitimação do jornalismo : a instituição
inscrita nos editoriais / Guilherme Guerreiro Neto ;
orientador, Eduardo Meditsch - Florianópolis, SC, 2013.
219 p.

Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de Santa
Catarina, Centro de Comunicação e Expressão. Programa de Pós-
Graduação em Jornalismo.

Inclui referências

1. Jornalismo. 2. Legitimação. 3. Discurso. 4.
Instituição. 5. Editorial. I. Meditsch, Eduardo. II.
Universidade Federal de Santa Catarina. Programa de Pós-
Graduação em Jornalismo. III. Título.

Guilherme Imbiriba Guerreiro Neto

**O DISCURSO DE LEGITIMAÇÃO DO JORNALISMO:
A INSTITUIÇÃO INSCRITA NOS EDITORIAIS**

Esta dissertação foi julgada adequada para obtenção do título de Mestre em Jornalismo e aprovada em sua forma final pelo Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina.

Florianópolis, 30 de outubro de 2013.

Prof. Dr. Rogério Christofolletti
Coordenador do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo

Banca Examinadora:

Prof. Dr. Eduardo Meditsch
Orientador
Universidade Federal de
Santa Catarina

Prof.^a Dr.^a Lia Seixas
Universidade Federal da Bahia

Prof. Dr. Luiz Gonzaga Motta
Universidade Federal de
Santa Catarina

Prof. Dr. Francisco Karam
Universidade Federal de
Santa Catarina

A Gina e Guilherme

AGRADECIMENTOS

Agradeço ao Programa de Pós-Graduação em Jornalismo pela chance de aprendizado e crescimento acadêmico e pessoal.

À Capes, pela bolsa de estudos que permitiu a um jornalista paraense, de passagem por São Paulo, dedicar-se aos estudos nesta temporada em Florianópolis.

Ao professor Eduardo Meditsch, meu orientador, o primeiro a quem precisei convencer que valia a pena investir esforço no projeto do qual esta dissertação é resultado. Com ele aprendi que o mesmo olhar crítico que lançamos ao jornalismo devemos direcionar à Academia. Tentarei seguir um movimento autorreflexivo sobre o meu próprio fazer.

Aos professores Lia Seixas, Luiz Gonzaga Motta e Francisco Karam, por aceitarem avaliar este trabalho e dividir um pouco do conhecimento que acumularam sobre jornalismo. Ao Karam agradeço ainda pela experiência de sala de aula partilhada no estágio de docência.

Aos professores Jacques Mick e Rogério Christofolletti, pelas importantes considerações em minha banca de qualificação.

À professora Gislene Silva, pelos ensinamentos metodológicos e pela convivência na organização das primeiras Jornadas Discentes do Programa.

Aos professores Orlando Tambosi e Bernardo Kucinski, que por suas maneiras bem próprias de entender o jornalismo ampliaram minha convicção sobre a complexidade do fenômeno que estudamos.

Aos amigos de sempre: Fabrício, Guilherme, Lorena, Danielle e Carla.

Ao primo e amigo Victor Hugo e ao amigo Edilson.

Ao amigo Leandro, leitor crítico do projeto de pesquisa que me trouxe a Floripa.

Aos amigos Andriolli, Ana Juliana e Maíra, pela convivência especialmente no início do mestrado e pelos aprendizados compartilhados.

À amiga Beatriz, pelas considerações sobre a descrição da metodologia desta pesquisa.

À Luiza, com quem dividi boa parte desta jornada.

À Jússia, que iluminou o fim do caminho e abriu novas estradas.

Aos meus irmãos Gustavo e Giovanni, amigos com quem conto a qualquer hora. Ao Giovanni agradeço também pela ajuda com a transcrição das entrevistas.

A meus avôs Hygino e Guilherme (*in memoriam*), que tanto me ensinaram sobre a vida e deixaram saudade nas bandas de cá.

A meus pais Gina e Guilherme, incentivadores máximos da minha trajetória. A eles agradeço e dedico esta dissertação. É o mínimo a fazer.

A linguagem (e, de fato, geralmente o mundo das instituições) pode ser concebida como um grande rio que flui através do tempo. Aqueles que por um momento viajam em suas águas, ou vivem às suas margens, continuamente atiram objetos nele. Na sua maioria, estes vão ao fundo ou se dissolvem imediatamente. Mas alguns deles se consolidam e são carregados por um período mais curto ou mais longo. Apenas uns poucos percorrem todo o trajeto, chegando à foz, onde este rio, tal qual todos os outros, se despeja no oceano do olvido, que é o fim de toda história empírica.

(Peter Berger e Brigitte Berger, 2008)

RESUMO

O discurso de legitimação do jornalismo é analisado neste estudo a partir da materialidade textual de editoriais da *Folha de S.Paulo* e de *O Estado de S.Paulo*. Parte-se da seguinte questão-problema: como se configura a legitimação do jornalismo na construção discursivo-argumentativa de editoriais de jornais impressos? O jornalismo é entendido como uma instituição social, um padrão de controle cristalizado historicamente pelo processo de institucionalização e também explicado, justificado e reconhecido pelo processo de legitimação, que é construído sobre a linguagem. O discurso de legitimação do jornalismo é, a rigor, uma prática discursiva que age sobre a instituição e a sociedade. O objetivo da pesquisa é analisar a articulação desse discurso em editoriais. Setenta editoriais que de algum modo tratam sobre jornalismo, publicados entre março de 2010 e fevereiro de 2011, constituem o *corpus*, sendo 44 do *Estado* e 26 da *Folha*. Com aportes de estudos de argumentação e da análise do discurso francesa, são definidas três etapas de leitura do empírico: na primeira, descritiva, dispõem-se os textos em agrupamentos gerais referentes ao modo de legitimação; na segunda, analítica, são isolados quatro editoriais para identificação do *logos*, do *ethos* e do *pathos* em situações de busca por legitimação; na terceira, também analítica, passa-se do textual ao discursivo de modo a sistematizar um modelo semântico do discurso de legitimação do jornalismo. O discurso é acionado principalmente diante de choques externos, sendo o embate com o campo político o mais frequente, e reivindica a democracia, a liberdade de imprensa, a defesa da sociedade, o interesse público e a fiscalização dos poderes como bases da busca pela reiteração da legitimidade social do jornalismo. Instaure-se um modelo de jornalismo a ser legitimado, que seria equivalente à instituição.

Palavras-chave: jornalismo; legitimação; discurso; instituição; editorial.

ABSTRACT

Journalism legitimation discourse is analyzed in this study based on the textual materiality of editorials from *Folha de S.Paulo* and *O Estado de S.Paulo*. The starting point is the following question: how journalism legitimation is configured in the discursive-argumentative construction of printed papers editorials? Journalism understood as a social institution, a control pattern historically carried by the institutionalized process and also explained, justified and recognized by the legitimation process, which is built on parlance. Journalism legitimation discourse is strictly a discursive practice that acts on the institution and society. This research's goal is to analyze the articulation of this discourse in editorials. Seventy editorials that somehow talk about journalism, published between march 2010 and february 2011, constitute the *corpus*, being 44 of *Estado* and 26 of *Folha*. With contributions of argumentations studies and french discourse analysis, three stages of empirical reading are defined: on the first, descriptive, the texts are arranged in general groupings referential to the legitimation form; on the second, analytical, four editorials are isolated for identification of the *logos*, the *ethos* and the *pathos* in situations of search for legitimation; the third, also analytical, goes from the textual to the discursive in a way to sistemize a semantic model of journalism legitimation discourse. The discourse is triggered mostly by external shocks, being the brunt with political field the most frequent, the discourse claims democracy, free press, defense of society, the public interest and fiscalization of powers as foundations of the search for reiteration of journalism social legitimacy. It establishes a model of journalism to be legitimated that would be tantamount to institution.

Keywords: journalism; legitimation; discourse; institution; editorial.

LISTA DE QUADROS, FIGURAS E GRÁFICOS

Quadro 1 – Fundamentação da legitimidade social do jornalismo.....	74
Quadro 2 – Características do editorial nos jornais <i>O Estado de S.Paulo</i> e <i>Folha de S.Paulo</i>	91
Figura 1 – Páginas com editoriais da <i>Folha de S.Paulo</i> e de <i>O Estado de S.Paulo</i>	87
Figura 2 – Selo Ex-Libris	93
Figura 3 – Editorial <i>Todo poder tem limite</i> (26 set. 2010)	136
Figura 4 – Editorial <i>O mal a evitar</i> (26 set. 2010)	139
Figura 5 – Editorial <i>O que muda e o que permanece</i> (14 mar. 2010) .	141
Figura 6 – Editorial <i>Nove décadas</i> (19 fev. 2011).....	143
Gráfico 1 – Quantidade de editoriais coletados por mês do ano	96

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	19
2	O JORNALISMO COMO INSTITUIÇÃO SOCIAL	23
2.1	PENSAR A INSTITUIÇÃO	23
2.2	INSTITUCIONALIZAÇÃO DO JORNALISMO E CONSTITUIÇÃO DO CAMPO	41
2.3	LEGITIMAÇÃO DO JORNALISMO E CIRCULAÇÃO DE CAPITAIS.....	49
2.4	MOVIMENTOS INSTITUCIONAIS DO JORNALISMO EM CENÁRIOS DE CRISE.....	56
3	O DISCURSO JORNALÍSTICO NO LIMAR INSTITUIÇÃO -LINGUAGEM	63
3.1	LEGITIMAÇÃO DO JORNALISMO COMO PRÁTICA DISCURSIVA.....	63
3.2	RETÓRICA, ARGUMENTAÇÃO E DISCURSO.....	75
3.3	EDITORIAL NO JORNALISMO E SUAS MARCAS EM <i>FOLHA DE S.PAULO E O ESTADO DE S.PAULO</i>	81
3.4	UM MÉTODO DO DISCURSO DE LEGITIMAÇÃO	94
4	DOS EDITORIAIS AO DISCURSO: A LEGITIMAÇÃO EM ANÁLISE	101
4.1	PRIMEIRA LEITURA: AGRUPAMENTOS GERAIS	101
4.1.1	Deslegitimar o outro, legitimar a si	101
4.1.2	Legitimação por exaltação e reforço de papéis.....	124
4.2	SEGUNDA LEITURA: ARGUMENTAÇÃO LEGITIMADORA ...	135
4.3	TERCEIRA LEITURA: MODELO DO DISCURSO DE LEGITIMAÇÃO DO JORNALISMO.....	145
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	153
	<i>REFERÊNCIAS</i>	161
	APÊNDICE A – Entrevista Marcelo Leite (<i>Folha de S.Paulo</i>) ...	171
	APÊNDICE B – Entrevista Antonio Carlos Pereira (<i>O Estado de S.Paulo</i>)	191
	ANEXOS – Lista de editoriais analisados.....	217

1 INTRODUÇÃO

A vida social segue sem que seja preciso parar a cada instante para por em questão o modo como é construída. Cada esfera de ação e mediação em que está compartimentada atende a demandas específicas e detém algum nível de legitimidade, uma aceitação tácita da delegação para o cumprimento de certas tarefas. Também essa legitimidade não está em xeque a todo momento. Mas, por vezes, precisa ser rememorada. O jornal diariamente publicado, lido e comentado tem alguma relevância para o leitor. Como não teria tempo – e, provavelmente, nem paciência – para recolher todas aquelas informações, ele conta que seu jornal as forneça. Cada vez mais, no entanto, a busca dos cidadãos por informação e opinião não se restringe a jornais, nem ao jornalismo. Há uma variedade de fontes e caminhos para buscar dados sobre a realidade. Ainda assim, e por isso mesmo, é preciso pensar sobre que legitimidade persiste sobre o velho jornal e os novos modos de fazer jornalismo.

A legitimidade do jornalismo ocupa o horizonte diante do qual se assenta este estudo. Afinal, que legitimidade tem o jornalismo para fazer o que faz? Formulada assim, a pergunta poderia ser ponto de partida para um bom ensaio, dificilmente para uma pesquisa científica. É preciso transformar grandes questões em perguntas diretas e empiricamente verificáveis (BRAGA, 2005). Há um processo de legitimação inerente à busca por legitimidade. Se, por um lado, a legitimidade como atributo é uma concessão da sociedade, por outro, o jornalismo atua para convencer a todos sobre sua importância. O modo de ação, nesse caso, é pela linguagem, pelo discurso: “O jornalismo, como todas as instituições, possui um discurso cujo propósito é afirmar a sua legitimidade social” (GOMES, 2009, p. 67). É em busca desse discurso que esta pesquisa vai seguir.

O **objeto de estudo** a ser investigado é o discurso de legitimação do jornalismo articulado em editoriais. Parte-se da seguinte **questão-problema**: como se configura a legitimação do jornalismo na construção discursivo-argumentativa de editoriais de jornais impressos? Compõem o **objeto empírico** editoriais dos jornais *Folha de S.Paulo* e *O Estado de S.Paulo* publicados em um período de um ano: de março de 2010 a fevereiro de 2011. O ponto de corte para a definição do *corpus* é a aparição do jornalismo como tema, subtema ou mesmo de modo pontual nos editoriais.

O jornalismo é entendido aqui como uma instituição social. Atua, portanto, no processo de socialização enquanto realidade objetiva,

externa à consciência dos indivíduos. Os sociólogos Peter Berger e Thomas Luckmann (2008) compreendem a formação da realidade objetiva com base em dois processos: institucionalização e legitimação. A institucionalização ocorre quando há “tipificação recíproca de ações habituais por tipos de atores” (2008, p. 79), é o processo pelo qual a ordem ou o padrão social atingem certo estado (JEPPERSON, 1991), ou seja, pelo qual a instituição é criada e recriada. A legitimação funciona como objetivação de sentido de segunda ordem, é o processo de explicação e justificação do mundo institucional. No lugar da perspectiva histórica, própria da institucionalização, a legitimação traz consigo o arsenal cognitivo-normativo para entender a instituição. O processo de legitimação, no entanto, como o de institucionalização, é repleto de contradições e incompletudes.

Não basta à instituição jornalística autoproclamar-se legítima sem a devida validação social. Mas, para manter-se de pé, carrega um discurso legitimador. É preciso entoar e dar a conhecer as explicações, justificações e os critérios de reconhecimento da tradição institucional. Posicionamentos empresariais (das organizações), profissionais (dos jornalistas) e mesmo acadêmicos (dos pesquisadores) atuam na busca constante de relegitimar o jornalismo – ou deslegitimá-lo. O editorial, texto jornalístico que será analisado na pesquisa, articula principalmente um discurso de legitimação sob o viés empresarial.

O editorial carrega historicamente o traço da busca por legitimar o jornalismo. Na primeira edição do *Correio Braziliense*, primeiro periódico a circular no Brasil, em 1808, Hipólito da Costa escreveu nas duas primeiras páginas uma Introdução, que equivale ao que se chama de artigo de fundo ou faz as vezes de editorial. Naquele pequeno texto, que Alberto Dines chama de “a pedra fundamental do jornalismo brasileiro” (2009, p. 11), além de apresentar a que se propõe seu jornal, Hipólito se refere aos jornais como “socorros necessários a um estado independente”. Sobre os redatores das folhas públicas, diz o seguinte: “Ninguém mais útil pois do que aquele que se destina a mostrar, com evidência, os acontecimentos do presente, e desenvolver as sombras do futuro.”

Também a *Folha de S.Paulo*, no primeiro exemplar da *Folha da Noite*, em 1921, ao mesmo tempo em que se apresentava, trazia argumentos para ser legitimada. Menos gerais que os do *Correio*, mas que indicavam a que o jornal se propunha. Estaria “Sempre ao lado do povo” e anunciava desde então sua futura incoerência, a incoerência dos que desapoiavam o que antes defendiam por já não serem as ideias que melhor se harmonizam aos interesses do povo. A publicação de estreia

de *A Província de S.Paulo*, hoje *O Estado de S.Paulo*, em 1875, mostrava os princípios que seguiria, como a independência, sem adotar uma imparcialidade do silêncio, além de autoproclamar-se em condições de influir no progresso do país e na educação do povo. “(...) a filosofia do jornalismo consiste no modo de pôr de acordo certas convicções firmes e vontades enérgicas, presas a um ideal, com as tendências que pronunciam-se no seio da sociedade que se procura servir (...)”, dizia o jornal.

Claro, a edição inaugural de qualquer periódico é sempre um espaço de exposição de propósitos. Mas, vez ou outra, o jornal precisa voltar a defender sua legitimidade e a da instituição a que pertence. Ao tomar a palavra – e por fazê-lo –, já está pressuposta alguma legitimidade, de modo que, a cada nova enunciação, há retomada implícita da legitimação, sendo assumidos papéis sociais específicos. Pelos editoriais que tratam do jornalismo, mesmo que não tenham a legitimação como propósito evidente, é possível captar o discurso de legitimação do jornalismo. Da dimensão textual à dimensão discursiva, a legitimação é entendida como uma prática discursiva, que age pela linguagem sobre a instituição.

Só é possível chegar à instituição com ela em funcionamento, ou seja, através de manifestações empíricas como são as empresas jornalísticas. E “Cada organização adquire uma ‘personalidade’ a partir da forma que assimila e aplica as diretrizes institucionais” (GUERRA, 2005, p. 2). Por isso, e também porque a atuação de jornalistas e organizações atualiza a instituição, o modo particular como enunciados em busca de legitimação ou defesa da legitimidade aparecem na *Folha* e no *Estadão* é relevante. Mas a posição que os dois jornais ocupam no campo faz com que sejam sujeitos de um mesmo discurso de legitimação. Pode-se, assim, chegar a pontos comuns que indiquem uma configuração institucional do jornalismo, não apenas específica de cada empresa.

Para a definição dos **procedimentos metodológicos**, apontamentos da análise do discurso francesa e de estudos de argumentação foram apropriados, sem que este trabalho filie-se de modo ortodoxo a eles. São feitas três etapas de leitura do empírico: a primeira, de cunho descritivo, apresenta o *corpus* em dois agrupamentos gerais, relacionados ao movimento argumentativo feito e a marcas enunciativas; a segunda, de cunho analítico, aprofunda considerações sobre a argumentação legitimadora a partir da apreciação do *logos*, do *ethos* e do *pathos* em quatro editoriais; a terceira, também com viés analítico, identifica, em um modelo do discurso de legitimação do jornalismo,

unidades semânticas que sinalizam o que fundamenta a defesa da legitimidade.

O **objetivo geral** da pesquisa é analisar os modos de articulação do discurso de legitimação do jornalismo a partir de editoriais de jornais impressos. A ele se integram três **objetivos específicos**:

- Conceituar o jornalismo como instituição social;
- Explicitar enunciados e modos de argumentação para legitimar o jornalismo;
- Identificar os fundamentos da legitimação do jornalismo no interdiscurso.

O primeiro capítulo apresenta o jornalismo como uma instituição social. O percurso tem como ponto de partida o conceito de instituição e segue com a relação entre instituição e campo social. Trata-se ainda da institucionalização do jornalismo e do seu processo de legitimação, além das indefinições por que passa a instituição jornalística atualmente. O segundo capítulo considera a legitimação do jornalismo como uma prática discursiva. São trabalhados conceitos caros à análise do discurso, além da relação que se pode estabelecer com estudos de argumentação e retórica. Há também considerações sobre características gerais do editorial e seu modo de aparição nos jornais analisados, além da apresentação da metodologia adotada na pesquisa. O terceiro e último capítulo traz os resultados do trabalho sobre o empírico, considerando os agrupamentos gerais em que os editoriais são dispostos, a argumentação legitimadora analisada com mais verticalidade em textos específicos e a estruturação semântica do discurso de legitimação do jornalismo.

Em um contexto de incertezas e reconfigurações da instituição jornalística, a identificação da argumentação e do discurso legitimadores ajuda a compreender como o jornalismo justifica sua pertinência social nos dias de hoje. Os fundamentos de legitimação precisam periodicamente ser reiterados – ou alterados, se for o caso. E a manutenção da delegação concedida ao jornalismo pela sociedade para o cumprimento de certos papéis sociais depende em parte da eficácia do processo de legitimação.

2 O JORNALISMO COMO INSTITUIÇÃO SOCIAL

Falar em instituição é falar de uma abstração, formada na prática por ações humanas dispersas. O que não a torna menos real. A instituição jornalística se cristaliza no decorrer da história com uma série de outros padrões sociais internos que dão forma ao jornalismo e se formam a partir dele. A legitimação, que trata da explicação, da justificação e do reconhecimento institucional, é parte da objetivação por que passa o jornalismo. A objetivação ajuda a fazer da instituição uma programação relativamente estável, mas há mudanças institucionais que, no caso do jornalismo hoje, compõem um cenário de crise.

2.1 PENSAR A INSTITUIÇÃO

Uma evidente polissemia acompanha a ideia de instituição. Em sentido comum, mostram Peter e Brigitte Berger (2008), o termo faz referência ou a uma organização que abrange pessoas (um hospital, uma prisão, uma universidade) ou a grandes entidades percebidas quase como entes metafísicos (o Estado, a economia, o sistema educacional). Essa é uma visão unilateral, em que cabem basicamente instituições sociais reconhecidas e reguladas por lei (BERGER; BERGER, 2008). Para avançar, é preciso deixar minimamente claro o que se quer dizer – e o que não se quer dizer – com o uso de “instituição” como conceito.

Três grandes significações são identificadas por François Dubet (2006; 2007; 2010): uma de tradição socioantropológica, com bases em Durkheim e Mauss, em que são instituições as práticas sociais mais ou menos rotineiras e ritualizadas, assim como os sistemas simbólicos que se impõem como fatos derivados da ação; outra que parte da sociologia política e entende como instituições um conjunto de marcos e procedimentos que conformam a soberania, regulam os conflitos e sancionam decisões legítimas (as constituições, os parlamentos, os sistemas políticos etc.); e uma terceira que qualifica instituição como sinônimo de organização.

O último sentido, por hora, não nos interessa aqui. O adjetivo “institucional” muitas vezes se refere a questões organizacionais, relativas à empresa, à corporação. Mas, como defende Josenildo Guerra (2005), instituição e organização dão conta de diferentes aspectos do jornalismo. A instituição define características universalizáveis do jornalismo, enquanto que a organização traz particularidades não universalizáveis, decorrentes de um modo próprio de operação. “A instituição representa uma idéia que aponta para um ‘dever ser’; a

organização é o ‘ser’ desta instituição num determinado momento, num determinado lugar” (GUERRA, 2005, p. 2).

Organizações, assim como jornalistas e outros atores sociais que compõem as disputas internas ao campo jornalístico, incorporam as regras institucionalizadas que estabelecem possibilidades e limitações de ações com economia de esforço. Ao mesmo tempo, ao colocarem a instituição em prática, as organizações a atualizam. *Folha de S.Paulo* e *O Estado de S.Paulo* são tratados neste trabalho, portanto, como organizações jornalísticas – não instituições –, além de jornais impressos. É no limiar entre organização/jornal e instituição que, mais a frente, será projetada a análise empírica.

Ainda que o jornalismo seja uma instituição claramente política, que trata das coisas da pólis, de temas públicos como a política, não há intenção de analisá-lo pelo segundo sentido, exclusivamente enquanto parte do arcabouço político. Em julho de 2003, jornalistas e acadêmicos se reuniram na Universidade da Pensilvânia, nos Estados Unidos, para falar sobre a imprensa como uma instituição da democracia americana (OVERHOLSER; JAMIESON, 2005). A prerrogativa, no caso americano, vem da primeira emenda da Constituição. Mesmo onde não há o reforço legal, no entanto, é possível entender a imprensa e o jornalismo como instituições vinculadas à democracia ou, de modo mais amplo, à política. Como se verá mais adiante, a relação com a política mantém forte influência sobre o processo de legitimação do jornalismo. Mas a abordagem institucional que precisamos tem de contemplar o jornalismo além do vínculo com a política formal.

Fiquemos então com a primeira acepção identificada por Dubet.

Instituição é um conceito central na sociologia, a ponto de Durkheim defini-la como “a ciência das instituições, de sua gênese e de seu funcionamento” (1985, p. XXXII). A centralidade do conceito não garante um uso claro, mas, em termos gerais, nos diz Ronald Jepperson (1991), instituições são procedimentos organizados e estabilizados – apresentados muitas vezes como “regras do jogo” –, experienciados como algo externo à consciência dos indivíduos.

O casamento, o contrato, o aperto de mão, o Exército, a organização formal, as férias, a disciplina acadêmica. Todos podem ser considerados instituições. O que aproxima objetos tão diferentes? Segundo Jepperson, é o fato de serem “esquemas estáveis de sequências de ação cronicamente repetidas” (1991, p. 145, tradução livre)¹. Há,

¹ (...) stable designs for chronically repeated activity sequences.

portanto, certo grau de estabilidade e repetição que marca a ideia de instituição.

Berger e Berger definem instituição como “um padrão de controle”, “uma programação da conduta individual imposta pela sociedade” (2008, p. 163). Jepperson considera que são instituições “aqueles padrões sociais que, quando reproduzidos cronicamente, devem sua sobrevivência a processos sociais de relativa autoativação” (1991, p. 145, tradução livre)². Assim, a linguagem é uma instituição, e provavelmente a primeira e mais importante, porque as outras instituições se fundam nos padrões subjacentes da linguagem (BERGER; BERGER, 2008).

Com essas duas definições, liberta-se a ideia de instituição da acepção usual, mais restrita, que reconhece instituições apenas por um viés legalista. Chega-se, contudo, a outro dilema: o mal-estar de que fala Cornelius Castoriadis (2004) provocado pela ideia de que “tudo é instituição”. Ora, se tudo for mesmo instituição, o conceito perde valor: conceituar é necessariamente distinguir. Na perspectiva sociológica em questão, tudo o que é social é instituição, o que cria uma lista quase infinita de instituições (DUBET, 2006; 2007).

Dubet trabalha com uma noção específica, que vê a instituição como o que tem a função de instituir e socializar: “A instituição é definida então por sua capacidade de fazer acontecer uma ordem simbólica e de formar um tipo de sujeito ligado a esta ordem, de instituí-lo” (2007, p. 40, tradução livre)³. O que Dubet enfatiza é o tipo específico de socialização e de “trabalho sobre o outro” que a noção de instituição traz. Nesse caso, são aquelas instituições tradicionais, como Igreja, Escola, Família e Justiça que são abarcadas pelo conceito.

O modo como Dubet compreende instituição é útil diante de um objeto como o jornalismo. Mas não permite descartar as definições de Peter e Brigitte Berger e de Jepperson. Assim, acionaremos o termo “instituição” no sentido dado por esses últimos e tentaremos mais adiante enfrentar a amplitude do conceito estabelecendo níveis ou categorias institucionais. Mais até do que as definições, contudo, a melhor maneira de entender as instituições é explicando para que elas existem:

² (...) those social patterns that, when chronically reproduced, owe their survival to relatively self-activating social processes.

³ La institución es definida entonces por su capacidad de hacer advenir un orden simbólico y de formar un tipo de sujeto ligado a este orden, de instituirlo.

As instituições foram criadas para **aliviar o indivíduo da necessidade de reinventar o mundo a cada dia e ter de se orientar dentro dele**. As instituições criam “programas” para a execução da interação social e para a “realização” de currículos de vida. Elas fornecem **padrões comprovados segundo os quais a pessoa pode orientar seu comportamento**. Praticando esses modos “prescritos” de comportamento aprende a cumprir as expectativas ligadas a certos papéis como casado, pai, empregado, contribuinte, transeunte, consumidor. Quando as instituições funcionam normalmente, o indivíduo cumpre os papéis a ele atribuídos pela sociedade na forma de esquemas institucionalizados de ação e conduz sua vida no sentido de currículos de vida assegurados institucionalmente, pré-moldados socialmente e com alto grau de auto-evidência (BERGER; LUCKMANN, 2004, p. 54-55, grifo nosso).

Imagine um mundo em que não fossem estabelecidos padrões sociais com certa estabilidade, em que os indivíduos precisassem a todo momento criar subjetivamente modos de agir em situações de rotina, em que as novas gerações não herdassem das antigas soluções típicas para questões recorrentes. O alívio de que falam Peter Berger e Thomas Luckmann no trecho acima tem a ver com a suposição de cenários como esses. “(...) as instituições substituem os instintos” (2004, p. 55), dizem eles. Para além de vivências puramente subjetivas, a formação de uma estrutura complexa de sentido⁴ depende da “objetivação do sentido subjetivo no agir social” (BERGER; LUCKMANN, 2004, p. 18). A continuação desse processo é a socialização reforçada por Dubet.

As instituições fazem parte da realidade objetiva – embora sejam interiorizadas pelos indivíduos em processo que é parte da construção social da realidade (exteriorização-objetivação-interiorização). São as instituições que administram as reservas de sentido objetivadas e processadas pela sociedade (BERGER; LUCKMANN, 2004). E o sentido objetivo ajuda a moldar o agir do indivíduo. Há, no entanto, interação constante entre os sentidos objetivado e subjetivo. Além do que, lembram Berger e Luckmann, é significativa a estrutura intersubjetiva das relações sociais.

⁴ Para os autores, sentido é “a consciência de que existe uma relação entre as experiências” (2004, p. 15).

Olhar o jornalismo como instituição nos permite, para começo de conversa, percebê-lo como um padrão social que tem alguma estabilidade e é reproduzido de modo quase automático. É uma das maneiras de entender as considerações feitas pelo jornalista Carlos Castilho sobre por que inovar é tão difícil no jornalismo⁵: “Quem trabalha ou já trabalhou numa redação jornalística, seja ela em jornal, rádio, TV e até na internet, sabe que mudar procedimentos e rotinas é uma **coisa difícil de ser feita**, principalmente quando tudo parece estar funcionando bem” (2012, grifo no original). Isso em absoluto significa que o jornalismo e as instituições em geral não mudem.

Reconhecer o poder das instituições não é o mesmo que afirmar que elas não podem mudar. Na verdade, elas mudam constantemente – e *precisam* mudar, pois não passam de resultados necessariamente difusos da ação de inúmeros indivíduos que “atiram” significados para o mundo. (...) Mas *para o indivíduo não é fácil* provocar mudanças deliberadas. Se depender exclusivamente dos seus esforços individuais, as possibilidades de êxito num empreendimento desse tipo serão mínimas (BERGER; BERGER, 2008, p. 167, grifo no original).

As instituições tendem à reprodução, a menos que haja bloqueios de ação coletiva ou choques no ambiente (JEPPERSON, 1991). O estopim das mudanças, portanto, costuma ser um tensionamento que coloque em xeque o padrão⁶. É claro que um indivíduo ou uma empresa podem inovar ou subverter procedimentos já estabelecidos, iniciativa que, se funcionar, acaba por destacá-los, diferenciá-los dos demais. Mas daí a instituir uma prática é outra coisa, processo muito mais social do que individual. O adendo à reprodução das instituições é pertinente porque a institucionalização é uma propriedade relativa, depende do contexto analítico.

⁵ No texto, publicado no Observatório da Imprensa, Castilho explica a dificuldade de inovar no jornalismo pelo viés do conservadorismo industrial/empresarial e do medo do erro, o que é também pertinente.

⁶ Esses tensionamentos podem vir, por exemplo, de resultados insatisfatórios do ponto de vista mercadológico: “A grande questão é que os executivos da indústria jornalística só decidem mudar e inovar quando as fórmulas vigentes deixam de produzir os resultados esperados, gerando impasses operacionais e crises gerenciais” (CASTILHO, 2012).

No jornalismo, a orientação ou programação do indivíduo, própria das instituições, se dá sobre dois tipos tradicionais de atores sociais: aqueles diretamente ligados à produção discursiva que movimenta a instituição, como repórteres, editores, fotógrafos, cinegrafistas, mesmo motoristas etc.; e aqueles ligados ao consumo e indiretamente também ligados à produção, como o público e as fontes.

No primeiro caso, a internalização de papéis e diretrizes específicas permite que o trabalho diário tenha um modo de fazer relativamente estável, que pode ser repetido e que economiza o esforço de pensar como escrever uma notícia, como diagramar uma página ou como enquadrar um entrevistado no vídeo a cada nova pauta. São “modos prescritos”, nas palavras de Berger e Luckmann, que ajudam os jornalistas e os demais envolvidos no processo de produção jornalística a manter a engrenagem em funcionamento, a formar uma identidade profissional e a serem reconhecidos como pertencentes ao grupo social responsável por desempenhar determinados papéis.

O segundo tipo de atores é mais difuso. Quanto ao público, por um lado há os papéis de leitor/ouvinte/espectador que a instituição jornalística precisa que sejam cumpridos, por outro o discurso jornalístico põe à disposição entendimentos sobre o mundo que podem orientá-lo e influenciar sua ação. A programação ocorre tanto no sentido do papel institucional ocupado quanto no da preparação para agir no mundo. As fontes costumam estar vinculadas a outras instituições, já cumprem papéis circunscritos a lógicas diferentes. Mas, enquanto fontes, assumem um papel temporário e indireto na produção jornalística.

Poderíamos ainda falar dos críticos, que, na medida em que consomem produtos jornalísticos, também fazem parte do público. No entanto seguem esquemas específicos no processo de interação que configuram parte do que José Luiz Braga (2006) chama de “sistema de resposta social”, diferenciando dos sistemas de produção e de recepção.

É evidente que as programações sobre os indivíduos não são totalizantes. Especialmente em relação ao público, muitas variáveis atuam na forma como as informações dos *media* e do jornalismo são internalizadas. De todo modo, o trabalho das instituições sobre os outros traz forte carga de controle: as instituições, “pelo simples fato de existirem, controlam a conduta humana estabelecendo padrões previamente definidos de conduta, que a canalizam em uma direção por oposição às muitas outras direções que seriam teoricamente possíveis” (BERGER; LUCKMANN, 2008, p. 80). Mas, para Berger e Luckmann, ao estreitarem-se as opções, o indivíduo é libertado da carga de “todas

as decisões” e pode direcionar energia apenas para decisões necessárias em certas ocasiões, o que acaba por dar chance à inovação – por esse raciocínio, o problema diagnosticado por Castilho tem na lógica institucional, por contraditório que pareça, o próprio antídoto.

De modo mais sistemático, Berger e Berger (2008) listam cinco características fundamentais das instituições:

- *exterioridade*: as instituições são experimentadas pelo indivíduo como algo que existe fora dele, dotado de realidade exterior;
- *objetividade*: as instituições são experimentadas como algo objetivamente real, que todos (ou quase todos) admitem que existe de uma maneira determinada;
- *coercitividade*: as instituições são dotadas de força coercitiva, usada especialmente quando o indivíduo não nota, esquece ou quer modificar o estado das coisas existente;
- *autoridade moral*: as instituições não se mantêm apenas pela coercitividade, invocam direito à legitimidade, repreendem o indivíduo no terreno da moral;
- *historicidade*: as instituições são fatos históricos, têm uma história.

As duas primeiras tem a mesma matriz. A exterioridade mostra que as instituições diferem da realidade interior do indivíduo, formada por pensamentos, sentimentos e fantasias, e guardam semelhanças com objetos e “coisas” – podendo até ser reificadas. A objetividade indica que, ainda que o indivíduo possa discordar de certas regras ou questionar o funcionamento de instituições, elas permanecem objetivamente reais e assim são percebidas.

Quando pautamos ou escrevemos uma reportagem, não inventamos cada passo do processo ou criamos ali o jornalismo, “nas profundezas” da consciência individual (BERGER; BERGER, 2008). O jornalismo, seus métodos e suas técnicas existem fora de nós, o que permite inclusive que sejam reconhecidos por outrem. A experiência do jornalismo como algo objetivado nos coloca diante de uma realidade imaterial. Seguindo o pensamento de Otto Groth, expoente da Ciência dos Jornais ou Jornalística, a materialidade dos produtos jornalísticos serve como meio para a “ideia”, que tem um modo de ser na realidade:

Ninguém viu um “Estado” como todo, ele só é representado pelo seu governo e pela sua burocracia, pelas suas obras e organizações, pelo

seu território e pelos seus cidadãos etc. e ainda assim ele é bem real. Assim, ninguém viu um determinado jornal ou uma determinada revista, mas somente as suas materializações isoladas, que não são de maneira alguma suas partes, mas sim seus produtos (GROTH, 2011, p. 97).

O jornalismo, como o jornal, é antes de tudo a ideia, e não em um sentido platônico, mas como algo tão real quanto sua materialização. Ao desprender-se das pessoas, tomar existência própria, objetivar-se, as obras culturais ganham “leis próprias”. A relação do ser humano com suas formações culturais se inverte: “o que ele criou age sobre ele” (GROTH, 2011, p. 97-98). Por isso o jornalismo como instituição tem certa autonomia em relação aos indivíduos que o reativam ao colocá-lo em prática.

As duas características seguintes são mecanismos de sanção, responsáveis por um controle secundário ou suplementar – a existência das instituições por si garante um controle social primário. A coercitividade já está implícita nas duas primeiras características, exatamente porque o poder essencial que as instituições exercem sobre o indivíduo está dado diante da existência objetiva delas. Mas é nos momentos de esquecimento e de tentativa de alterar o estado das coisas que a força coercitiva atua. A autoridade moral remete à legitimidade das instituições, à repreensão pela moral, não mais pela coercitividade.

Formas diferentes ou potencialmente inovadoras de fazer jornalismo podem sofrer ante a força da coerção vinda dos pares ou mesmo do público, que também desenvolve expectativas sobre como deve ser o jornalismo. A insistência no desafio ao estado consagrado das coisas deixa o jornalista sujeito a represálias, como não conseguir uma entrevista com certa personalidade, ser rebaixado de posto ou mesmo perder o emprego.

Com a internalização da política editorial das empresas, o jornalista “aprende a antever aquilo que se espera dele, a fim de obter recompensas e evitar penalidades” (BREED, 1999, p. 155). Ainda que haja discordâncias com a orientação política, segundo Warren Breed (1999), o medo de sanções, aspirações de mobilidade e sentimentos de obrigação e estima para com os superiores, entre outras razões, levam a

uma postura de conformismo. São mecanismos de coerção prévia, que evitam uma repreensão mais direta⁷.

Essa coerção mais sutil se aproxima da autoridade moral que as instituições carregam. O indivíduo que desrespeita tal autoridade fica sujeito a passar por sofrimento moral. No jornalismo, tais sensações podem ser encontradas, pelos atores sociais diretamente ligados à produção discursiva, nas relações trabalhistas ou, pelo público, a partir do que é apresentado no discurso jornalístico como a normalidade, que acaba por marginalizar os quadros sociais não pertencentes ao que é tomado como “normal”. Mas a posição de autoridade do jornalismo e, por tabela, do jornalista também se relaciona ao reconhecimento como instituição e papel social legítimos. Falaremos da legitimidade do jornalismo mais adiante.

Falta tratar de uma característica fundamental das instituições: a historicidade. As instituições experimentadas pelo indivíduo normalmente são anteriores ao seu nascimento e continuam a existir depois da sua morte (BERGER; BERGER, 2008). Significa que as ideias objetivadas nas instituições foram acumuladas durante um longo período de tempo. É assim também com o jornalismo, cuja prática diária reitera experiências do passado, vinculadas a contextos que ficaram para trás. A historicidade diz muito do que é a instituição jornalística e dos cenários possíveis do porvir.

Diante do que Berger e Luckmann (2004) tomam como crise de sentido gerada pelo pluralismo moderno, em que as “grandes instituições” se desvinculam de um sistema de valores comum e supraordenado e os indivíduos enfrentam certo grau de desorientação, um estoque de “instituições intermediárias”, entre outros fatores, impede o que poderia configurar uma crise de sentido generalizada. Ainda que as instituições intermediárias devam ser identificadas por análise empírica, os *media* aparecem, senão como instituição intermediária *a priori*, como uma das novas instituições de orientação de sentido inventadas pela sociedade moderna, e com “papel-chave”.

⁷ Sandro Vaia, em relato publicado na revista *piauí* sobre sua passagem como diretor de redação de *O Estado de S.Paulo*, conta que “um editor executivo dizia, com ironia e propriedade, que um dos grandes problemas da redação do *Estadão* era ‘o Mesquitinha que existe dentro da cabeça de cada um de nós’. Ele queria dizer que, pelo hábito de pensar com a cabeça dos patrões, a redação reprimia a ousadia e tendia para a autocensura” (2007).

Uma palavra a respeito dos meios de comunicação de massa desde a atividade editorial até a televisão: como já se observou muitas vezes e acertadamente, essas instituições desempenham um papel-chave na orientação moderna de sentido ou, melhor, na comunicação de sentido. São intermediadoras entre a experiência coletiva e a individual, oferecendo interpretações típicas para problemas definidos como típicos. Tudo o que as outras instituições produzem em matéria de interpretações da realidade e de valores, os meios de comunicação selecionam, organizam (empacotam), transformam, na maioria das vezes no curso desse processo, e decidem sobre a forma de sua difusão (BERGER; LUCKMANN, 2004, p. 68).

Os meios de comunicação de massa têm papel-chave não apenas por mediar a interação do indivíduo com a sociedade, também por mediar a interação do indivíduo com as outras instituições. Como observa Eduardo Meditsch, Berger e Luckmann não falam “de mídia como sinônimo de jornalismo” (2010a, p. 24). Tal distinção é comumente desprezada nos estudos de Comunicação e Jornalismo. O jornalismo não pode ser entendido apartado dos *media*, mas ambos são instituições ou campos específicos que se intersectam⁸. Parece pertinente, no entanto, considerar também o jornalismo como uma instituição de orientação de sentido da modernidade.

Em artigo publicado originalmente em 1923, Robert Park apontava o jornal como instituição: “o jornal é uma instituição que ainda não é completamente compreendida” (2008a, p. 36). Ver o jornal por esse viés possibilitou a Park identificar as mudanças nas organizações jornalísticas da época como parte de transformações sociais decorrentes da institucionalização do jornalismo (MACHADO, 2005). Conforme Elias Machado (2005), em um ambiente comunicativo menos complexo do que o atual, jornalismo era sinônimo de jornal para Park.

⁸ Basta, por exemplo, acompanhar a programação televisiva para ver que apenas uma parte, via de regra pequena, é produção jornalística. Além disso, seria um erro confundir o meio (por exemplo, o jornal impresso, onde também nem tudo é jornalismo) com o fenômeno (jornalismo). O fato de a instituição ser uma realidade objetiva em absoluto significa que ela precisa ser palpável, ou que ela se confunda com seu produto materializado. Deve-se considerar, contudo, o quão difuso é hoje diferenciar o jornalístico do não jornalístico.

Entre as dimensões de definição do jornalismo, Barbie Zelizer (2004) identifica cinco cenários que prevalecem na literatura acadêmica: o jornalismo visto como uma profissão, como uma instituição, como um texto, como os jornalistas ou as pessoas que fazem o jornalismo e como um conjunto de práticas⁹. São, obviamente, perspectivas que não se excluem mutuamente. “Considerar o jornalismo como uma instituição é, por definição, tratar das contingências históricas e situacionais em relação as quais o jornalismo desempenha uma série de tarefas ou funções sociais, culturais, econômicas e políticas” (ZELIZER, 2004, p. 36-37, tradução livre)¹⁰. A dificuldade é identificar as instituições jornalísticas – assim mesmo, no plural –, invisíveis por definição.

A partir das publicações de Timothy Cook, em 1998, e Bat Sparrow, em 1999, pesquisas em Jornalismo realizadas especialmente nos Estados Unidos trabalham com ideias do chamado *novo institucionalismo*, que apareceu nas ciências sociais entre as décadas de 1970 e 1980. Embora haja discordâncias internas, os neoinstitucionalistas mantêm uma estrutura comum de compreensão da ação social. David Ryfe (2006, p. 137-138) apresenta essa estrutura em cinco princípios:

- Instituições fazem a mediação do impacto das forças dos macroníveis nas ações individuais dos microníveis;
- Instituições evoluem em um “padrão dependente de um percurso”¹¹ (porque padrões com *feedback* positivo incentivam que os atores sociais se adaptem a eles em vez de buscarem mudar a ordem institucional);
- Dependência de percurso significa que a passagem do tempo e a sequência de eventos e processos são cruciais;
- Passagem do tempo e sequência levam ao conceito de periodização: investigar a história das instituições, desde a iniciação, passando pela elaboração, até a desintegração ou reformulação;
- Ordens institucionais irão se reproduzir na ausência de um choque no sistema.

⁹ (...) as a profession, as an institution, as a text, as people, and as a set of practices.

¹⁰ To regard journalism as an institution is by definition to address the historical and situational contingencies against which journalism performs a range of social, cultural, economic, and political tasks or functions.

¹¹ No original, “path-dependent pattern”.

Para Cook e Sparrow, as rotinas e práticas do jornalismo, como imparcialidade, objetividade e a “pirâmide invertida”, são instituições, por estarem enraizadas no campo jornalístico. É nesse sentido que se pode falar em instituições jornalísticas no plural. Organizações formais, além de rotinas, roteiros, regras ou diretrizes informais que se espriam sobre as organizações são instituições na perspectiva do novo institucionalismo (RYFE; BLACH-ORSTEN, 2011).

Há outras diretrizes em comum entre os dois, mas, segundo Ryfe (2006), Cook e Sparrow já começam com uma divergência fundamental que leva a imagens muito diferentes do jornalismo: Sparrow acredita que as forças econômicas são os principais macro-níveis sob mediação das rotinas jornalísticas, enquanto Cook entende o Estado ou, mais amplamente, os sistemas políticos como a maior força exógena à produção noticiosa. As rotinas e práticas jornalísticas são, nesses casos, as instituições que fazem a mediação entre os macro-níveis e as ações dos jornalistas.

A versão de Sparrow do *novo institucionalismo* sugere que, ao menos quanto aos *media* nacionais, em tempos normais, deve-se esperar forte homogeneidade nas notícias. Essa homogeneidade faz dos *media* uma instituição política particularmente poderosa (RYFE, 2006). Na imagem que traz Cook do jornalismo, os jornalistas agem mais como um sistema de grupo de interesse do que como uma instituição monolítica. “Essa imagem sugere que, como uma instituição, os *media* noticiosos são muito mais permeáveis do que Sparrow admite” (RYFE, 2006, p. 140, tradução livre)¹².

No Brasil, Carlos Eduardo Franciscato (2003) usa em sua tese de doutorado a expressão “jornalismo” considerando um fenômeno específico que compreende duas dimensões: a “instituição jornalística” e a “atividade jornalística”. A primeira refere-se a um “aspecto coletivo e organizacional do jornalismo, sob a perspectiva de uma instituição com certa carga de racionalidade, que aglutina, organiza e dá unidade a normas de ação e valores culturais institucionalizados” (2003, p. 22). A segunda representa o conjunto de práticas executadas pelos jornalistas e de normas, valores e conhecimentos que orientam essas práticas. Franciscato explica que esse é um esquema “predominantemente operacional”. Só que as práticas, as normas, os valores e os conhecimentos, que para Franciscato aparecem como “atividade jornalística”, para os neoinstitucionalistas são também instituições.

¹² This image implies that, as an institution, the news media are much more permeable than Sparrow allows.

Enquanto a distinção feita por Franciscato valoriza o jornalismo como instituição em um sentido mais global, com alguma unidade, o enfoque dos neoinstitucionalistas recai sobre um viés de certo modo pragmático, voltado para a homogeneidade ou heterogeneidade das notícias e para as rotinas jornalísticas cristalizadas. As duas perspectivas são válidas e complementares. Mas sem o estabelecimento de níveis institucionais e a categorização ante a amplitude de aplicações, o combate à imprecisão do conceito de instituição segue em aberto.

Falávamos até poucos parágrafos atrás apenas em instituição jornalística, no singular. O novo institucionalismo segue uma posição que dá ao conceito um sentido microssocial, o que talvez seja analiticamente mais útil. Ainda assim, tal perspectiva não colide com as definições de Peter e Brigitte Berger e de Jepperson – já para Pierre Bourdieu, parte dessas instituições jornalísticas responsáveis pela mediação entre macroníveis e ações individuais seria explicada pela noção de *habitus*.

O jornalismo é, portanto, uma instituição formada por uma série de outras instituições: o repórter, o lead, a entrevista, a redação etc. Procedimentos, práticas e rotinas cristalizados ou qualquer coisa que estabeleça uma programação de conduta ao indivíduo, que o economize de pensar e criar ações para lidar com situações recorrentes é uma instituição.

Mesmo a organização jornalística é percebida como uma instituição – o novo institucionalismo é caro aos estudos organizacionais. O relatório *Jornalismo pós-industrial*, do *Tow Center for Digital Journalism* da Universidade de Columbia (ANDERSON; BELL; SHIRKY, 2013), é dividido em três partes: jornalistas, instituições e ecossistema. Quando tratam das instituições, os autores parecem ter em mente um estágio de estabilização organizacional: “(...) como uma organização jornalística emergente vira uma instituição (...) é uma das questões centrais diante do jornalismo nessa transição para a era digital” (2013, p. 56). As organizações se tornariam instituições graças à continuidade, ou seja, à manutenção do processo mesmo com trocas de jornalistas, o que significa independência em relação ao indivíduo.

Faz sentido pensar que o funcionamento de uma organização se institucionaliza com o tempo. Essa perspectiva tensiona a distinção entre instituição e organização feita anteriormente. Contudo, entendemos a organização jornalística como uma instituição social apenas enquanto algo generalizável. Como a empresa capitalista é uma instituição da sociedade contemporânea (CASTORIADIS, 2004). Cada organização,

com seu modo de ser específico, é uma “célula institucional” (GUERRA, 2005), uma manifestação empírica da instituição. Ou seja, ainda que a organização jornalística seja considerada uma instituição, *Folha* e *Estadão* continuam a ser exemplos de organizações, não de instituições. O que ocorre, como veremos depois, é que os jornais e as empresas ocupam posições institucionais que os vinculam ao jornalismo.

A instituição, em nível mais global e abstrato, não existe previamente ao estabelecimento de instituições internas a ela. O processo se impõe de modo concomitante: a instituição jornalística, no caso, dá forma a suas microinstituições ao mesmo tempo em que só se constitui como instituição a partir delas. Chamar papéis, ambientes, estruturas, procedimentos, formatos, práticas e rotinas ligados ao jornalismo de microinstituições é uma tentativa, neste estudo, de estabelecer os níveis institucionais que parecem necessários para evitar imprecisões no momento de analisar a(s) instituição(ões) jornalística(s)¹³. Essas instituições são micro apenas na medida em que se fazem relacionadas ao jornalismo enquanto instituição macro. Tomadas por si, são instituições completas como quaisquer outras. A categorização nesses termos só é possível em caráter relacional.

Afora ser um agrupamento de instituições, a instituição jornalística tem sua própria identidade cunhada pelo lugar que ocupa na sociedade. Diferencia-se das microinstituições que traz consigo por pairar sobre os indivíduos de modo menos tangível, como uma espécie de macronível. É a instituição jornalística nesse sentido geral que mais recorreremos. Seria um erro entendê-la como um todo unitário. Ao contrário, trata-se de uma instituição repleta de contradições, com modelos diferentes de jornalismo a conviver e disputar espaços. Ainda que se fale em instituição jornalística, no singular, não se pode perder de vista que ela é habitada por jornalismos, no plural.

¹³ Talvez fosse o caso de tratar essas microinstituições como dispositivos, no sentido trabalhado por Braga: “Os dispositivos são importantes, dentro do espaço institucional, porque estão mais perto do uso, como contextos intermediários das instituições. Seriam como “sub-sistemas” – “parte” de um conjunto mais abrangente de normatização; e possivelmente menos rigorosamente codificados. Os dispositivos articulam, próximos das situações de uso de códigos e normas, os processos de ordenação social e as disposições “de linguagem” – funcionando como seu âmbito operador de interações” (2010, p. 49). Assim, segundo Braga (2010), a instituição “escola” conta, por exemplo, com os dispositivos “aula”, “conferência”, “debate” etc.

Há outro conceito que certamente traz contribuições à abordagem institucional, especialmente na identificação dos conflitos existentes: o de campo social. Para Rodney Benson (2006), a teoria dos campos de Pierre Bourdieu e o novo institucionalismo têm similaridades. A teoria dos campos retrata a modernidade como um processo de diferenciação em esferas de ação semiautônomas e cada vez mais especializadas, como o campo político, o econômico e o cultural; para o novo institucionalismo, as sociedades contemporâneas são compostas por um número de ordens institucionais concorrentes e semiautônomas (BENSON, 2006).

As similaridades não significam que campo e instituição sejam sinônimos. A ideia de campo é uma metáfora de jogo, ou seja, remete a uma disputa regulada por lógicas próprias, e acaba por carregar uma imagem espacial. A de instituição traz algum nível de coesão e estabilidade, por vezes até de unidade, ainda que, como dissemos, as instituições carreguem contradições. Na perspectiva bourdieusiana, instituições¹⁴ e agentes estabelecem diferentes tipos de relação entre si dentro de um campo.

A noção de campo permite apreender a particularidade na generalidade e a generalidade na particularidade (BOURDIEU, 2004a). Cada campo dispõe de algumas características específicas. Mas há leis de funcionamento invariantes entre os diferentes campos. Segundo Bourdieu, “(...) em qualquer campo descobriremos uma luta (...) entre o novo que entra e tenta arrombar os ferrolhos do direito de entrada e o dominante que tenta defender o monopólio e excluir a concorrência” (2003a, p. 119-120). As relações de luta e de força são inerentes aos campos sociais.

Um campo é um espaço social estruturado, um campo de forças – há dominantes e dominados, há relações constantes, permanentes, de desigualdade, que se exercem no interior desse espaço – que é também um campo de lutas para transformar ou conservar esse campo de forças. Cada um, no interior desse universo, empenha em sua concorrência com os outros a força (relativa) que detém e que define sua posição no campo e, em

¹⁴ Bourdieu usa o termo instituição em sentido mais restrito do que é trabalhado aqui. No contexto francês, o *Institut National de la Recherche Agronomique* (INRA) e o *Centre National de la Recherche Scientifique* (CNRS) seriam exemplos de instituições que fazem parte do campo científico.

conseqüência, suas estratégias (BOURDIEU, 1997, p. 57).

Ainda que seja um espaço estruturado, a estrutura do campo é um “estado” da relação entre agentes e instituições (BOURDIEU, 2003a). Significa que a estrutura está sempre em jogo e pode ser transformada na medida em que as relações de luta e de forças se alteram, embora transformá-la não seja tarefa simples. As disputas no interior de um campo pressupõem que os antagonistas aceitem, mesmo que tacitamente, as regras do jogo, que haja um acordo mínimo pelo fato de entrar no jogo.

Além das lutas intracampos, há disputas de domínio entre campos diferentes. Assim, segundo Adriano Duarte Rodrigues, “quanto mais conseguir impor aos outros campos a sua axiologia e quanto maior for o número de campos em que conseguir projectá-la” (RODRIGUES, 1990, p. 149), mais forte é considerado o campo.

O grau de autonomia de um campo permite aferir a vinculação a outros campos, se há clara definição de princípios internos ou uma dependência estrutural externa. A ideia de campo traz intrinsecamente, por um lado, a relativa independência e, por outro, a atuação combinada aos demais campos. O poder de refração e retradução são indicadores de autonomia, enquanto a expressão direta de problemas exteriores é uma manifestação de heteronomia (BOURDIEU, 2004b). O binômio autonomia-heteronomia deve ser entendido enquanto gradiente, que representa extremidades de um contínuo.

A autonomia dos campos sociais, lembra Rodrigues (1987; 1990), está ligada à modernidade e à fragmentação do tecido social. Berger e Luckmann (2004) também entendem como característica das sociedades modernas a diferenciação de ações dentro campos institucionais, em que cada campo busca autonomia de normas e emancipação de valores supraordenados. Nesse contexto, o campo dos *media* acaba por fazer a mediação entre os demais campos.

Numa sociedade assim segmentada, torna-se necessária a institucionalização de campos mediadores que assegurem nomeadamente a coesão orgânica do todo, ocupando os interstícios do tecido social. Os meios de comunicação social são hoje o campo por excelência da mediação ou da articulação dos campos autônomos, alimentando a solidariedade colectiva, fazendo com que as contradições entre os interesses muitas vezes

divergentes sejam geridas de uma maneira conforme aos interesses dos campos dominantes que se apropriam do topo da hierarquia social. Não admira, por conseguinte, que os *media* sejam o campo em que se observam com maior força as tensões que fazem a dinâmica de uma sociedade dividida. Cada um dos campos procura dominar os outros, impor-lhes a sua ordem e legitimidade através da apropriação dos *media* (RODRIGUES, 1987, p. 32).

O poder simbólico do campo dos *media* o torna estratégico nas disputas entre os outros campos em busca de dominação e reconhecimento. Mas o próprio campo dos *media* pode ora carregar certa autonomia e mesmo dominar certos campos ao impor sua lógica de funcionamento, ora ser dominado ao sofrer pressões e interferências.

O campo do jornalismo, como todo campo, é estruturado em torno da oposição entre o polo heterônomo, das forças externas, e o polo autônomo, do capital específico (BENSON, 2006). Para Bourdieu, o jornalismo está enredado entre o poder cultural e o poder econômico, com mais força para o segundo: o campo jornalístico está “cada vez mais sujeito à dominação direta ou indireta da lógica comercial” (1997, p. 110) – o que eleva o grau de heteronomia.

Para entender uma produção cultural como o jornalismo, não basta estabelecer relação direta do texto com o contexto social. Bourdieu (2004b) considera que é entre texto e contexto que existe o campo, esse universo intermediário relativamente autônomo que obedece a leis mais ou menos específicas. “O mundo do jornalismo é um microcosmo que tem leis próprias e que é definido por sua posição no mundo global e pelas atrações e repulsões que sofre da parte de outros microcosmos” (BOURDIEU, 1997, p. 55).

A *Folha* e o *Estadão* ocupam no campo um lugar dominante, que representa a estrutura tradicional da grande imprensa e tende a gerar um posicionamento de conformação do campo jornalístico. Ao mesmo tempo, são duas organizações que disputam mercado em São Paulo, centro econômico-financeiro e estado mais populoso do Brasil, mas disputam também repercussão em todo país, já que tratam de temas de relevância nacional. Fazem parte do mesmo polo, que segue um critério interno vinculado a certa “seriedade” jornalística – embora também estejam claramente perpassados pela lógica do mercado –, e dentro desse polo estão em concorrência.

A posição que os agentes ocupam nessa estrutura de relações objetivas que é o campo orienta suas posturas e posicionamentos. Isso vale para as organizações e vale também para os jornalistas. A posição de um jornalista dentro da empresa em que trabalha diz muito do que ele pode fazer. Quanto mais naturais parecerem as posições, menos questionada é a tendência inercial, de manutenção da estrutura (BARROS FILHO; MARTINO, 2003). Os atores ligados à produção discursiva são dotados de um *habitus*, precisam conhecer e reconhecer as leis do jogo. Trata-se de um sistema de disposições adquiridas que funciona como sistema de esquemas geradores de ação (BOURDIEU, 2003a). A ação social se funda na relação entre estruturas incorporadas de ação (*habitus*) e estruturas objetivas dos campos.

O *habitus*, para Bourdieu (2009), é ao mesmo tempo presença operante do passado do qual é produto e aquilo que confere às práticas independência relativa. A lógica da ação trabalha com duas objetivações: a objetivação nos corpos e a objetivação nas instituições. A primeira corresponde ao *habitus*, que “opera a reativação do sentido objetivado nas instituições” (2009, p. 94, grifo no original). O *habitus* é, portanto:

(...) o que permite habitar as instituições, se apropriar delas na prática, e assim mantê-las em atividade, em vida, em vigor, arrancá-las continuamente do estado de letra morta, de língua morta, de fazer reviver o sentido que ali se encontra depositado, mas impondo-lhe as revisões e as transformações que são a contrapartida e a condição da reativação. Mais ainda, ele é o meio pelo qual a instituição encontra sua plena realização: a virtude da incorporação, que explora a capacidade do corpo em levar a sério a magia performativa do social, é o que faz com que o rei, o banqueiro, o sacerdote sejam a monarquia hereditária, o capitalismo financeiro ou a Igreja feitos homem (BOURDIEU, 2009, p. 95).

Além de se objetivar nas coisas, a instituição se objetiva nas pessoas, nos corpos. Essa incorporação, o *habitus*, traz economia para a ação, dispensando cálculo. Assim, Bourdieu (2004a) busca reintroduzir os agentes, que no estruturalismo eram “epifenômenos da estrutura”, sem cair no subjetivismo. Com a noção de *habitus*, pode-se escapar tanto do finalismo como do mecanicismo. As condutas não são

estratégia consciente nem tampouco determinação mecânica: “Os agentes de algum modo *caem* na sua própria prática, mais do que a escolhem de acordo com um livre projeto, ou do que são empurrados para ela por uma coação mecânica” (BOURDIEU, 2004a, p. 130, grifo no original).

Como tipo de saber prático, voltado para a ação, o *habitus* permite ao jornalista cumprir as tarefas no tempo exíguo que se tem até o *deadline* ou o fechamento da edição. Permite também que as ações sejam reconhecidas como pertencentes à prática jornalística. O *habitus* profissional de um jornalista é produto da história institucional do jornalismo, da história da organização específica em que trabalha e de sua própria história pessoal. Ao mesmo tempo, produz as práticas diárias desse jornalista, que reiteram e atualizam a lógica organizacional e dão vida à instituição.

Na sociologia de Bourdieu, campo e *habitus* são indissociáveis, reciprocamente estruturados e estruturantes (BARROS FILHO; MARTINO, 2003). Essa conexão entre campo e *habitus* dialoga com a concepção dialética de Berger e Luckmann, fundada em três momentos da realidade social: “*A sociedade é um produto humano. A sociedade é uma realidade objetiva. O homem é um produto social*” (2008, p. 87, grifo no original). Quando se fala da realidade objetiva que são as instituições, é preciso lembrar que há sempre interação com realidades subjetivas. A rigor, é assim que se dá a construção social da realidade de que falam os autores, no processo também indissociável entre exteriorização-objetivação-interiorização. Mais do que a relação entre instituição e campo, portanto, há pontos de conexão entre a ideia de construção social da realidade de Berger e Luckmann e o modo de geração do cotidiano pela ótica de Bourdieu.

2.2 INSTITUCIONALIZAÇÃO DO JORNALISMO E CONSTITUIÇÃO DO CAMPO

A instituição jornalística carrega a estabilidade e a tendência à reprodução que marcam as instituições, mas está em movimento. Não se pode tratar de instituição social sem considerar o processo de institucionalização que a acompanha. Afinal, como diz José Luiz Braga, os processos geram estruturas tanto quanto as estruturas se realizam em processos: “Não devemos estagnar na perspectiva de que, conhecendo as estruturas, podemos dizer os processos que estas desenvolvem. É preciso também observar processos em ação para melhor compreender a

própria formação das estruturas” (2006, p. 30-31). Essa linha dialética ajuda a deixar as coisas no lugar.

A formação do hábito precede a institucionalização (BERGER; LUCKMANN, 2008). Ações tornadas habituais, frequentemente repetidas e tomadas como padrão, passam a ser admitidas como certas e a fazer parte do acervo de conhecimentos do indivíduo. Para Berger e Luckmann (2008), as instituições surgem quando tais ações são tipificadas:

A institucionalização ocorre sempre que há uma **tipificação recíproca de ações habituais por tipos de atores**. Dito de maneira diferente, qualquer uma dessas tipificações é uma instituição. O que deve ser acentuado é a **reciprocidade das tipificações institucionais** e o **caráter típico não somente das ações mas também dos atores nas instituições**. As tipificações das ações habituais que constituem as instituições são sempre partilhadas. São *acessíveis* a todos os membros do grupo social particular em questão, e a própria instituição tipifica os atores individuais assim como as ações individuais (2008, p. 79, grifo nosso).

O jornalismo é uma tipificação partilhada e agrega uma série de outras tipificações reconhecidas socialmente como próprias da instituição. Também os jornalistas e outros atores institucionais foram historicamente tipificados, embora a porosidade dessa tipificação seja perceptível.

Para compreender uma instituição, é preciso entender o processo histórico em que foi produzida (BERGER; LUCKMANN, 2008). Há três grandes posicionamentos sobre a origem do fenômeno jornalístico (QUINTERO *apud* SOUSA, 2008): 1) existe desde a Antiguidade, quando já havia dispositivos para troca regular e organizada de informações atuais (notícias); 2) é uma invenção da modernidade, ligado ao surgimento da tipografia e da imprensa na Europa; 3) nasce no século XIX devido ao aparecimento quer de dispositivos técnicos, como impressoras e rotativas, quer de dispositivos auxiliares, como o telégrafo e a máquina fotográfica. As duas primeiras seriam interpretações socioculturais, enquanto a terceira seria técnica.

Jorge Pedro Sousa (2008) defende o primeiro posicionamento, apesar de referir-se, no período anterior à modernidade, a fenômenos pré-jornalísticos. Jean Chalaby (2003) filia-se ao terceiro, mas os

argumentos por ele adotados não se concentram em questões técnicas. A tese de Chalaby de que o jornalismo é uma invenção anglo-americana do século XIX traz elementos que acabam por mostrar que nesse período, nesses lugares o jornalismo como se conhece hoje se institucionalizou e se transformou em um campo social autônomo. Ele estabelece comparações entre o jornalismo impresso na Inglaterra e nos Estados Unidos de um lado e na França de outro.

O jornalismo anglo-americano trazia mais notícias, a informação era mais abundante, atualizada, frequente e exata. Havia melhores serviços de recolha da informação, com as figuras do repórter, do correspondente estrangeiro e com as agências de notícias. Além disso, práticas discursivas próprias do jornalismo, como a entrevista e a reportagem, foram desenvolvidas nessa época nos Estados Unidos.

Foi esse modelo que fez do jornalismo uma atividade pensável como uma profissão à parte (NEVEU, 2006). Antes de meados do século XIX, segundo Joaquim Fidalgo, “(...) já há **jornais** mas ainda não há **jornalismo** nem **jornalistas**” (2006, p. 74, grifo no original). Pode-se tomar a afirmação identificando o jornalismo enquanto profissão, embora fosse possível falar em jornalismo antes.

Entendemos aqui o jornalismo como um fenômeno tipicamente da modernidade, com formação em curso desde o surgimento da imprensa, a publicação de gazetas pela Europa e a efervescência publicista das revoluções burguesas, que, no entanto, cristaliza-se como instituição no século XIX, quando encontramos evidentes marcos de seu processo de institucionalização e sua consolidação como campo social, com relativa autonomia em relação aos campos político e literário.

Os motivos de um jornalismo centrado mais em fatos e menos em opinião ter sido inventado em Nova Iorque e Londres, e não em Paris, estão relacionados principalmente, segundo Chalaby, a questões culturais, políticas e econômicas – mas são considerados ainda fatores linguísticos, na comparação entre as línguas inglesa e francesa, e fatores internacionais, levando em conta a posição anglo-americana dominante no mundo.

No âmbito da cultura, o jornalismo nos Estados Unidos e na Inglaterra se desenvolveu com independência em relação ao campo literário, o que não ocorreu na França, onde o capital literário tinha grande importância no jornalismo: “A maior honra para um jornalista francês era ser acolhido pela Academia Francesa” (CHALABY, 2003, p. 39). A competência requisitada de um jornalista era literária. Como diz Érik Neveu, “Trabalhar em um jornal é uma posição de expectativa pelas verdadeiras carreiras da literatura e da política” (2006, p. 26).

Havia ainda uma hierarquia das práticas discursivas jornalísticas estabelecida pela “literaridade” de cada uma.

As causas políticas são em parte de natureza histórica, em parte de natureza sociológica. A de natureza histórica é a repressão governamental, que se prolongou na França mais do que nos Estados Unidos e na Inglaterra. A de natureza sociológica diz respeito ao enquadramento das lutas políticas, que nos dois países de língua inglesa limitava-se ao bipartidarismo parlamentar, enquanto na França o espaço das alternativas políticas era mais aberto. Por lá, no século XIX, as disputas políticas assumiam caráter mais violento, e muitos jornalistas estavam comprometidos com a publicização de doutrinas políticas. “Na Inglaterra como na América, apesar de muitos jornais possuírem, e algumas vezes afirmarem, preferências políticas, não se podia dizer que algum deles assumisse o papel militante ou partidário dos jornais franceses” (CHALABY, 2003, p. 45).

Quanto às razões econômicas, as forças do mercado foram mais importantes na consolidação do jornalismo nos Estados Unidos e na Inglaterra, onde os jornais conseguiram receitas de vendas e publicidade. “Estas importantes receitas contribuíram para autonomizar a imprensa americana e britânica da esfera da política” (CHALABY, 2003, p. 45). Na França, poucos jornais “eram financeiramente independentes e muitos aceitaram subornos através dos quais o governo e os partidos políticos os controlavam” (CHALABY, 2003, p. 46).

As justificativas clarificam o fato de que o jornalismo francês permaneceu sob forte influência do campo político e do campo literário, ao passo que o campo jornalístico nos Estados Unidos e na Inglaterra consolidou regras próprias de funcionamento que permitiram mais autonomia em relação aos outros campos – em contrapartida, diga-se, houve aproximação com o campo econômico.

Também para Bourdieu, é no século XIX que o campo jornalístico se constitui. Ele posiciona essa constituição “em torno da oposição entre os jornais que ofereciam antes de tudo ‘notícias’, de preferência ‘sensacionais’ ou, melhor, ‘sensacionalistas’, e jornais que propunham análises e ‘comentários’” (1997, p. 104-105, grifo no original). Enquanto Chalaby argumenta sobre a invenção, Bourdieu enfatiza a oposição como constituinte do campo.

A comparação de Chalaby se dá a partir de 1830 e segue até 1920. A *penny press* foi o fenômeno que transformou o jornalismo nos anos 1830. Antes os jornais eram basicamente comerciais ou políticos. Os novos jornais populares, vendidos a um centavo, foram protagonistas de uma “revolução” que, segundo Michael Schudson, “levou ao triunfo

da ‘notícia’ sobre o editorial e dos ‘fatos’ sobre a opinião, uma mudança moldada pela expansão da democracia e do mercado, e que, com o tempo, conduziria à incômoda submissão do jornalista à objetividade” (2010, p. 25). É essa revolução que estava em curso e que permite a Chalaby distinguir tão claramente o jornalismo anglo-americano da época.

Até hoje, como mostra pesquisa citada por Benson (2006), em comparação com *The New York Times*, a imprensa francesa de elite é mais diversa ideologicamente, mais crítica e mistura fatos e opinião nos relatos noticiosos em maior escala. Apesar disso, o jornalismo francês ficou longe de se isolar em uma marginalidade. Tornou-se bem mais híbrido, sempre adaptando as importações (NEVEU, 2006).

Obviamente, não se pode entender a institucionalização do jornalismo como uma história natural ou em um sentido evolucionista. É possível criticar a perspectiva de que o jornalismo é uma invenção anglo-americana considerando que se trata apenas da maneira hegemônica de fazer jornalismo. Um jornalismo de linha mais opinativa, herdeiro do publicismo, sobrevive, embora a disseminação do jornalismo informativo tenha sido avassaladora. Mas, inegavelmente, padrões de controle internos ao jornalismo que emergiram ou se consolidaram naquele contexto passaram a ser fundamentais à instituição e ao campo jornalístico. As práticas da entrevista e da reportagem, assim como os papéis do jornalista e, especificamente, do repórter, na medida em que são tipificados, ajudam a institucionalizar o próprio jornalismo. O importante é, portanto, atentar que percepções hoje entranhadas sobre o jornalismo têm bases localizadas no tempo e no espaço.

O risco a ser combatido com a comparação entre o jornalismo anglo-americano e o francês é, como pontua Neveu, abusar dos contrastes. Afinal, nos Estados Unidos e na Inglaterra há um choque interno entre o modelo que se consolidou e outro mais político, por vezes ligado à construção de máquinas partidárias. “Ocultar meio século em que um jornalismo engajado teve um papel central equivale a reescrever a história do ponto de vista dos vencedores” (NEVEU, 2006, p. 32). Além do que, mesmo com uma base de princípios e valores próprios, o jornalismo anglo-americano não sobrevive com um modelo único de fazer jornalismo.

Schudson (2010) identifica dois jornalismo que coexistiam nos Estados Unidos na década de 1890: o ideal literário (da narrativa), ligado ao entretenimento e ao estilo sensacionalista, capitaneado por Joseph Pulitzer e o *New York World*, e o ideal informativo,

exemplificado pela experiência do *New York Times*. O literário, nesse caso, não representa um retorno à submissão ao campo literário, mas a força da utilização de recursos narrativos vinculados ao sensacionalismo.

Embora a ideia de instituição soe como representação de um fenômeno bem unificado e coeso, não é assim de fato. Há uma pluralidade de modos de colocar as instituições em prática. Resistem em meio à pluralidade os gerais que permitem relacionar expressões diferentes de um fenômeno. Isso à parte, não é prudente esquecer que a institucionalização é uma propriedade relativa, por exemplo, a contextos particulares, o que aponta para a necessidade de considerar as variações de como a instituição jornalística se manifesta em diferentes espaços nacionais ou diferentes ambientes culturais.

No Brasil, segundo Liriam Sponholz (2009), a mudança na estrutura econômica dos jornais não levou necessariamente a uma transformação política. *O Estado de S.Paulo* e *Jornal do Brasil*, por exemplo, tornaram-se empresas no começo do século XX, mas continuaram defendendo objetivos políticos. Do mesmo modo, em relação à literatura, o estilo dominante no jornalismo era o literário e alguns jornalistas sonhavam com a carreira de escritor. “O jornalismo não desenvolveu características próprias, que o diferenciasse da literatura e com isso não conseguiu se estabelecer como um campo autônomo” (SPONHOLZ, 2009, p. 63).

Isso só foi ocorrer nos anos 1950, sendo um marco a chegada do lead nas redações brasileiras, a partir da reforma do *Diário Carioca*, por proporcionar o desenvolvimento de uma linguagem jornalística própria e a emancipação do campo literário (SPONHOLZ, 2009). As diferenças entre a institucionalização do jornalismo e sua formação como campo autônomo nos Estados Unidos, na Inglaterra, na França e no Brasil mostram as nuances que o ambiente social traz.

Quando se fala na incorporação do modelo americano de jornalismo no Brasil, certamente não há uma apropriação nos mesmos moldes, há sempre reinterpretação. Segundo Afonso de Albuquerque (2009a), a instituição do *copy desk* no jornalismo brasileiro, durante a reforma do *Diário*, teve um papel bem diferente do que cumpriu nos Estados Unidos: enquanto lá o papel era eminentemente técnico, de correção e adaptação do texto para a impressão, aqui, mais do que corrigir, tornou-se um instrumento disciplinar no projeto de reforma do jornalismo brasileiro. Com a função de adequar os textos aos novos parâmetros do jornalismo “moderno”, o *copy desk* foi crucial no que

Albuquerque chama de processo de modernização autoritária da imprensa brasileira.

(...) a década de 1950 deve ser entendida como um marco importante no desenvolvimento de um caminho *próprio* pelo jornalismo brasileiro, um caminho que não pode ser explicado simplesmente como resultante de mera ruptura com o jornalismo que se praticava no passado, nem como o mero produto de uma convergência com o modelo americano. É somente na medida em que consideramos as características específicas do processo de institucionalização do jornalismo no Brasil, que poderemos entender melhor a natureza do conceito de profissionalismo que ele põe em jogo, o qual prioriza a definição de *quem* pode ser jornalista, em detrimento da definição de *como* o jornalismo deve ser exercido.” (ALBUQUERQUE, 2009a, p. 281-282, grifo no original)

Além da reforma do *Diário Carioca*, a da *Folha de S.Paulo*, na década de 1980, seria outro exemplo de uma reforma de modernização autoritária, que propõe uma revolução vinda de cima para resolver a defasagem do jornalismo brasileiro em relação a de outros países, no caso, dos Estados Unidos (ALBUQUERQUE, 2010). Mas, para Albuquerque, se no *Diário Carioca* havia um discurso com argumentos do movimento progressivo e em que o jornalista profissional era o elemento central da mudança, na *Folha* o discurso traz um argumento liberal, em que a empresa jornalística é o principal agente da transformação.

Os atores sociais do jornalismo também foram institucionalizados no decorrer da história. A ocupação serviu, em muitos casos, como meio para atingir outros fins. Com o tempo, para usar os termos que Richard Whitley (1974) aplica ao âmbito da ciência, pode-se falar em maior grau de uma institucionalização cognitiva dos jornalistas do que de uma institucionalização propriamente social¹⁵.

¹⁵ A institucionalização cognitiva, segundo Whitley (1974), refere-se tanto a certa clareza de formulação, critério de relevância do problema, definição e aceitabilidade de soluções e utilização de técnicas apropriadas, quanto à definição da atividade de um cientista em termos do consenso. Já a institucionalização social diz respeito tanto ao grau de organização interna e a

Ainda que haja consensos procedimentais e práticas comuns entre jornalistas de diferentes países, não há integração que os constitua como grupo socialmente delimitado e legitimado. Ou como diz Traquina (2005), se por um lado o território de trabalho dos jornalistas não foi fechado – configurando assim o jornalismo como uma quase profissão –, por outro há uma identidade profissional bem marcada por crenças, mitos, valores, símbolos e representações.

Os papéis assumidos pelos atores ligados à produção discursiva do jornalismo variam dos já consagrados aos mais recentes, que surgem a partir das necessidades produtivas e das potencialidades tecnológicas. Na medida em que os papéis representam a ordem institucional (BERGER; LUCKMANN, 2008), mudanças no estatuto do trabalho jornalístico geram rearticulações na própria instituição. É o caso do surgimento do repórter no século XIX ou a apropriação do *copy desk* no jornalismo brasileiro em meados do século XX.

Os papéis funcionam ainda como mediadores de um setor específico do acervo comum do conhecimento. Significa que aprender um papel, para o indivíduo, “não é simplesmente adquirir as rotinas que são imediatamente necessárias para o desempenho ‘exterior’. É preciso que seja também iniciado nas várias camadas cognoscitivas, e mesmo afetivas, do corpo de conhecimento (...) adequado a este papel” (BERGER; LUCKMANN, 2008, p. 107). Conhecimentos tácitos compartilhados circulam entre os jornalistas nesse processo de assumir papéis. O que o campo do jornalismo ainda enfrenta, segundo Eduardo Meditsch (2010b), é um déficit teórico, pela inexistência de um corpo de conhecimentos específicos amadurecido filosoficamente e cientificamente.

Deve-se falar em graus de institucionalização. Conforme Jepperson (1991), uma instituição é altamente institucionalizada se para frear processos reprodutivos for necessária uma formidável ação coletiva. E, não se pode esquecer, as instituições mudam. A formação institucional por si já é uma transformação, há ainda o desenvolvimento institucional, a desinstitucionalização, que representa a saída do processo de institucionalização, e mesmo a reinstitucionalização, a saída de um tipo de institucionalização e a entrada em outra forma institucional, organizada em diferentes princípios e regras (JEPPERSON, 1991). O papel do *copy desk*, que praticamente não existe mais nas redações brasileiras, é um exemplo de mudança institucional, de desinstitucionalização.

definição de limites quanto ao grau de integração dentro das estruturas sociais de legitimação e alocação de recursos.

Como as instituições se descolam dos processos sociais originais dos quais surgiram, desvios de curso são prováveis. Tais desvios podem levar à desinstitucionalização. “A institucionalização não é (...) um processo irreversível, a despeito do fato das instituições, uma vez formadas, terem a tendência a perdurar.” (BERGER; LUCKMANN, 2008, p. 113). As contradições e os choques externos, lembra Jepperson, podem bloquear a ativação de procedimentos reprodutivos e provocar mudanças institucionais.

Se há autoevidência e os indivíduos seguem os esquemas institucionalizados, as instituições se mantêm vivas e funcionam normalmente. Os atores sociais devem conhecer sistematicamente os significados das instituições para reconhecê-las como “solução ‘permanente’ de um problema ‘permanente’” (BERGER; LUCKMANN, 2008, p. 98). No decorrer da história, os significados podem ser reinterpretados sem necessariamente subverter a ordem institucional.

2.3 LEGITIMAÇÃO DO JORNALISMO E CIRCULAÇÃO DE CAPITAIS

É no curso da transmissão que a realidade do mundo social fica “maciça”. Com o aparecimento de uma nova geração, quando o significado original das instituições passa a ser inacessível pela memória, torna-se necessário interpretar esse significado em fórmulas legitimadoras: “a ordem institucional em expansão cria um correspondente manto de legitimações, que estende sobre si uma cobertura protetora de interpretações cognoscitivas e normativas” (BERGER; LUCKMANN, 2008, p. 88-89). Tratar do manto de legitimações que recobre o jornalismo é tão importante quanto de seu processo histórico de institucionalização.

Falamos aqui em legitimidade enquanto um atributo institucional e em legitimação enquanto processo de conquista ou renovação da legitimidade. Mas, historicamente, é no âmbito da política que se encontram em uso as ideias de legitimação e legitimidade.

Em definição inicial do Dicionário de Política organizado por Norberto Bobbio e outros, legitimidade é “um atributo do Estado, que consiste na presença, em uma parcela significativa da população, de um grau de consenso capaz de assegurar a obediência sem a necessidade de recorrer ao uso da força, a não ser em casos esporádicos” (LEVI, 1998, p. 675). Mas o consenso, para ser considerado legítimo, não pode ser imposto. Por isso deve-se levar em conta que o termo “legitimidade”

designa, ao mesmo tempo, uma situação – a aceitação do Estado por um segmento relevante da população – e um valor de convivência social – o consenso livre de comunidade de homens autônomos e conscientes (LEVI, 1998).

Em sua clássica noção tripartite de legitimidade, Max Weber (2008) refere-se ao Estado e à relação de dominação que o configura: o Estado só pode existir sob a condição de que homens dominados se submetam à autoridade de dominadores. Weber aponta três fundamentos de legitimidade (razões internas que justificam a dominação): o poder tradicional, o poder carismático e o poder legal. O primeiro é baseado na autoridade dos costumes santificados pelo hábito enraizado; o segundo, na autoridade fundada em dons pessoais do indivíduo, no carisma; o terceiro, na autoridade que se impõe em razão da legalidade fundada em regras racionalmente estabelecidas. São tipos puros que raramente se encontram assim, costumam assumir combinações.

Ainda que haja relação entre legitimidade e legalidade, não devemos reduzir questões de legitimidade à legalidade. Como afirma Giorgio Agamben em artigo publicado na imprensa italiana por ocasião da renúncia de Bento XVI ao papado, a tentativa da modernidade de fazer coincidir legalidade e legitimidade, buscando assegurar através do direito positivo a legitimidade de um poder, é insuficiente. A crise da sociedade atual é profunda e grave, segundo Agamben, porque “não põe em questão apenas a legalidade das instituições, mas também a sua legitimidade; não apenas, como se repete frequentemente, as regras e as modalidades do exercício do poder, mas também o princípio mesmo que o fundamenta e legitima” (2013).

A legitimação é apontada por John Thompson (1995) como um dos modos pelos quais a ideologia opera. Partindo da tríade weberiana, Thompson identifica estratégias típicas de construção simbólica que expressam exigências baseadas nos fundamentos de legitimidade: a racionalização, quando há uma cadeia de raciocínio que procura defender ou justificar um conjunto de relações ou instituições sociais e assim persuadir uma audiência de que se trata de algo digno de apoio; a universalização, em que acordos institucionais que servem aos interesses de alguns indivíduos são apresentados como servindo ao interesse de todos; e a narrativização, inserida em histórias que contam o passado e tratam o presente como parte de uma tradição “eterna e aceitável”.

Berger e Luckmann dão ao termo “legitimação” uso mais amplo do que o encontrado na sociologia política de Weber. Descolada do vínculo específico com o Estado, a legitimação torna-se inerente à formação e manutenção das instituições em geral. Trata-se de uma

objetivação de sentido de *segunda ordem* que busca tornar objetivamente acessível e subjetivamente plausível as objetivações de *primeira ordem*, já institucionalizadas (BERGER; LUCKMANN, 2008). Na formação das instituições, a legitimação torna inteligível a evidência institucional às novas gerações.

(...) a legitimação não é necessária na primeira fase da institucionalização, quando a instituição é simplesmente um fato que não exige nenhum novo suporte, nem intersubjetivamente nem biograficamente. É evidente para todas as pessoas a quem diz respeito. O problema da legitimação surge inevitavelmente quando as objetivações da ordem institucional (agora histórica) têm de ser transmitidas a uma nova geração. Nesse ponto, como vimos, o caráter evidente das instituições não pode mais ser mantido pela memória e pelos hábitos do indivíduo. Rompeu-se a unidade de história e biografia. Para restaurá-la, tornando assim inteligíveis ambos os aspectos dessa unidade, é preciso haver ‘explicações’ e justificações dos elementos salientes da tradição institucional. A legitimação é este processo de ‘explicação’ e justificação (BERGER; LUCKMANN, 2008, p. 128).

Pelo entendimento de Berger e Luckmann, a legitimação explica a ordem institucional dando validade cognoscitiva a seus significados objetivos e a justifica dando dignidade normativa a seus imperativos práticos. Assim, eles mostram que o processo dessa objetivação de *segunda ordem* não é apenas uma questão de valores, mas também de conhecimento: “A legitimação não apenas diz ao indivíduo por que *deve* realizar uma ação e não outra; diz-lhe também *por que* as coisas são o que são. Em outras palavras, o ‘conhecimento’ precede os ‘valores’ na legitimação das instituições” (2008, p. 129, grifo no original).

No processo de legitimação do jornalismo, explicar e dar a conhecer sua importância social enquanto instituição é tão importante quanto justificar e apontar por que é preciso preservá-lo. A sociedade deve ser lembrada periodicamente dos aspectos cognitivos e normativos que sustentam a instituição jornalística. Isso vale, internamente, também para o que chamamos de microinstituições do

jornalismo. O lead, por exemplo, precisa ser conhecido pelos novos jornalistas e reconhecido como um padrão ligado a valores próprios da profissão para seguir como prática legítima. Vale ainda para os agentes, as organizações, os jornalistas e suas práticas, que devem passar por explicações e justificações que garantam a legitimidade em vínculo com a ordem institucional.

Conforme Berger e Luckmann (2008), é possível distinguir analiticamente quatro níveis de legitimação:

- o primeiro nível é de uma legitimação incipiente, pré-teórica, e ocorre logo que um sistema de objetivações linguísticas da experiência é transmitido;
- o segundo já contém proposições teóricas, mas ainda em forma rudimentar;
- o terceiro contém teorias explícitas que legitimam certo setor institucional como um corpo diferenciado de conhecimentos e são transmitidas por especialistas a partir de procedimentos de iniciação formalizados;
- o quarto nível, por fim, é o dos “universos simbólicos”, que “São corpos de tradição teórica que integram diferentes áreas de significação e abrangem a ordem institucional em uma totalidade simbólica” (2008, p. 131).

A diferenciação em níveis, do modo como interpretamos, não diz respeito a uma sequência histórica de evolução das instituições. A questão é de profundidade e amplitude da construção teórica legitimadora. As instituições podem, portanto, ser legitimadas em diferentes níveis em um mesmo período da história institucional.

As teorias com relativa complexidade, a partir do terceiro nível, dão certa autonomia às legitimações, o que possibilita o surgimento de novas instituições que descendam de legitimações. Isso quer dizer que a legitimação pode ser matriz geradora de instituições. Assim, microinstituições jornalísticas podem surgir a partir de teorias legitimadoras do jornalismo enquanto macroinstituição. A legitimação pode também motivar mudanças institucionais: “É correto dizer que as teorias são maquinadas com o fim de legitimar instituições sociais já existentes. Mas acontece, também, que instituições sociais sejam modificadas para se conformarem com teorias já existentes, isto é, torná-las mais ‘legítimas’” (BERGER; LUCKMANN, 2008, p. 172).

É sobre o quarto nível de legitimação, o dos universos simbólicos, que Berger e Luckmann mais se detêm. Os universos simbólicos operam para legitimar a biografia individual e a ordem

institucional. Nesse nível de legitimação, a integração alcançada é plena: “*todos* os setores da ordem institucional acham-se integrados num quadro de referência global” (2008, p. 131, grifo no original). Isso faz com que a sociedade ganhe sentido e, assim, instituições e papéis particulares sejam legitimados pela localização em um mundo dotado de significação. Embora o universo simbólico seja teórico, vive-se nele ingenuamente. Todos podem habilitar um universo em atitude natural.

Se Berger e Luckmann falam de legitimação como modos de explicação e justificação da ordem institucional, Bourdieu usa o mesmo termo em referência a modos de concessão de reconhecimento. Para ele, “É legítima uma instituição, ou uma acção, ou um uso que é dominante e desconhecido como tal, quer dizer tacitamente reconhecido.” (2003b, p. 116). A legitimidade, no caso, relaciona-se à posição dos agentes em um campo e ao reconhecimento derivado. Deve-se considerar, contudo, que instituições ou núcleos institucionais não hegemônicos, ou seja, dominados, podem ser considerados legítimos ao menos no exercício da resistência, da oposição ao dominante.

O campo jornalístico é compreendido por Bourdieu (1997) como o lugar da oposição entre duas lógicas e dois princípios de legitimação: o reconhecimento pelos pares, concedido aos que reconhecem melhor os valores internos, e o reconhecimento pela maioria, materializado na receita e no número de leitores/espectadores/ouvintes (na cifra de venda e no lucro em dinheiro). O primeiro corresponde a uma lógica autônoma do campo, o segundo a uma lógica heterônoma (MIRANDA, 2005).

Por um lado, o campo jornalístico é o lugar de uma lógica específica, que aparece através das restrições e dos controles cruzados que os jornalistas impõem uns aos outros “e cujo respeito (por vezes designado como deontologia) funda as reputações de honorabilidade profissional” (BOURDIEU, 1997, p. 105). Por outro, está permanentemente sujeito ao veredito do mercado, “através da sanção, direta, da clientela ou, indireta, do índice de audiência” (1997, p. 106).

A legitimação relaciona-se com a circulação de capitais no interior do campo jornalístico. O capital específico do campo jornalístico busca subsídios nas fórmulas legitimadoras, mas é também capaz de atualizá-las. Na perspectiva de Bourdieu, cada campo social tem um capital específico que os agentes acumularam em lutas anteriores e com o qual jogam o jogo. As lutas pelo monopólio da violência legítima, pela autoridade específica, estabelecem a conservação ou subversão da estrutura de distribuição desse capital (BOURDIEU, 2003a).

O funcionamento do campo jornalístico conta com capital específico que circula nas relações entre os agentes. “Falar de capital específico é dizer que o capital vale *em relação com* um certo campo, portanto nos limites desse campo, e que não é convertível numa outra espécie de capital a não ser em certas condições” (BOURDIEU, 2003a, p. 121, grifo no original). Para Christa Berger (2003), o capital do jornalismo é a credibilidade. Ainda que a confiança e a crença sejam relevantes no funcionamento de toda a vida social, não apenas no campo do jornalismo, a credibilidade jornalística tem peculiaridades por seu modo de circulação e pelo valor que agrega.

Junto de campo e *habitus*, capital simbólico é outra noção fundamental na sociologia de Bourdieu. Trata-se de “um *crédito*, mas no sentido mais amplo do termo, isto é, uma espécie de adiantamento, de desconto, de credibilidade, que somente a *crença* do grupo pode outorgar àqueles que lhe dão um maior número de garantias materiais e simbólicas (BOURDIEU, 2009, p. 199, grifo no original). Essa visão questiona a perspectiva economicista e amplia o entendimento tradicional de capital, ao mostrar que pode trazer lucros não só materiais.

Devemos distinguir a legitimidade da credibilidade e de outros capitais simbólicos que circulam no campo jornalístico. A legitimidade tem a mesma estabilidade própria das instituições; a credibilidade e o capital simbólico em geral são mais voláteis, estão necessariamente em circulação. A legitimidade tem origem normalmente em um processo de construção cognoscível, normativa e de reconhecimento; a credibilidade e o capital simbólico representam meios de medir força dentro de uma arena de lutas.

A credibilidade, esse capital simbólico, não tangível, outorgado pela crença, não é “uma entidade, ou uma propriedade de uma entidade, mas uma relação - que tem, como pólos, o produtor/emissor da informação e o receptor dessa mesma informação (SERRA, 2006, p. 2). Günter Bentele e René Seidenglanz definem credibilidade como “uma característica que alguém (receptores) atribui a pessoas, instituições e seus produtos de comunicação (textos orais ou escritos, apresentações audiovisuais) com relação a algo (acontecimentos, fatos, etc)” (apud SEIDENGLANZ; SPONHOLZ, 2008, p. 7).

Assim como há um processo de legitimação, cabe considerar o que Paulo Serra (2006) chama de processo de credibilização, em que um produtor/emissor A vai se tornando credível à medida que ganha a confiança de um receptor B e, reciprocamente, um receptor B vai ganhando confiança à medida que um produtor/emissor A consegue

demonstrar sua credibilidade. O caráter relacional e processual faz com que a credibilidade aumente a cada episódio de credibilização, bastando, contudo, um único caso de quebra de credibilidade para que esta se reduza a zero (SERRA, 2006).

Há dois níveis de análise da credibilidade (WIRTH apud SEIDENGLANZ; SPONHOLZ, 2008): o do conteúdo e sua apresentação, e o da mediação e do mediador. Ou seja, a credibilidade pode ser conferida “a **o** **quê** está sendo apresentado ou comunicado ou a **quem** apresenta ou comunica algo” SEIDENGLANZ; SPONHOLZ, 2008, p. 10, grifo no original). A credibilidade, portanto, está relacionada tanto ao acontecimento ou fato apresentados como texto quanto às seguintes instâncias de mediação: pessoal, no caso, a cada jornalista individualmente; organizacional¹⁶, referente à funcionalidade de cada organização; e do sistema, que diz respeito ao jornalismo em geral, ou, na perspectiva aqui colocada, à instituição jornalística.

Também é possível trabalhar a credibilidade em relação ao meio de comunicação (a televisão pode ter mais ou menos credibilidade que o jornal impresso) e a produtos específicos (o telejornal A pode ter mais ou menos credibilidade que o telejornal B da mesma emissora, ou a editoria X mais ou menos credibilidade que a editoria Y de um impresso).

Na prática, a credibilidade e outras espécies de capital, como a audiência, contam quando um assessor de imprensa envia notícia exclusiva para determinado colunista e não para outro, ou quando o governante eleito escolhe o telejornal de tal emissora e não de outra para dar a primeira entrevista, ou mesmo quando o público não acredita em uma informação que começa a ser propagada nas redes sociais até que o perfil de um jornal a confirme.

Já a legitimidade do jornalismo está em ação quando uma autoridade recebe jornalistas para anunciar medidas ou prestar contas, ou quando, em uma guerra, ao menos idealmente, os jornalistas são vistos como elemento neutro, ou quando jornais e emissoras recebem credenciais para ter acesso livre a eventos fechados, ou ainda quando uma pessoa conta para um jornalista suas histórias e suas ideias, consequentemente, permitindo que ele as espalhe.

Tratamos da legitimação do jornalismo, mas é preciso registrar que a produção discursiva jornalística pode reforçar ou atacar

¹⁶ O termo usado pelas autoras é “institucional”, mas parece referir-se às organizações jornalísticas, não à instituição no sentido trabalhado aqui. Por isso optamos por adaptar a nomenclatura dessa instância.

explicações e justificações da importância de outras instituições e outros campos sociais. É assim também quanto à credibilidade: ao decidir a quem dar voz e que temas tratar – que significa excluir uma série de outras possibilidades – há concessão de um mínimo de crédito. O jornalismo carrega consigo um poder de consagração: “O poder coletivo dos jornalistas está ligado também à sua capacidade de consagração. Uma boa entrevista jornalística e convites regulares podem contribuir para o sucesso de um livro, de um filme, de um artista ou de um intelectual” (NEVEU, 2006, p. 148). O poder simbólico é, para Bourdieu (2004a), um poder de consagração ou de revelação, de consagrar ou revelar coisas que existem.

Enquanto atribuições que partem do público para o jornalismo, credibilidade e legitimidade se aproximam. Além disso, ambas devem ser entendidas como questões de grau: não estão em jogo apenas dois cenários, tê-las ou não tê-las; há gradações que fazem de algo ou alguém mais ou menos credível ou legítimo. Entendemos aqui legitimidade enquanto atributo concedido a instituições, atores, produtos ou práticas institucionais explicados, justificados e reconhecidos e credibilidade enquanto atributo concedido a algo ou alguém considerado digno de crença.

2.4 MOVIMENTOS INSTITUCIONAIS DO JORNALISMO EM CENÁRIOS DE CRISE

Crise é a palavra de ordem que recai sobre a instituição jornalística. Um cenário de mudanças se impõe com características mais do que apenas conjunturais. A dificuldade não é de uma empresa ou outra, nem a crise de identidade dos jornalistas é localizada (quem pode ser chamado de jornalista? Em que atividades se pode atuar como jornalista?). Nessas horas, a relativa estabilidade das instituições impede que fiquemos em meio ao vazio, mas também atravança adaptações ágeis. Mesmo assim as transformações, muitas ainda indefinidas, fazem a instituição jornalística se movimentar, alteram a estrutura do campo.

As transformações, dizem os neoinstitucionalistas, costumam surgir diante de choques externos. Por isso é importante olhar também para fora do jornalismo. O que está diante de nós é uma mudança de todo o “ecossistema midiático” e do “biótopo informacional” com a digitalização do mundo (RAMONET, 2012). Como afirma Ignacio Ramonet, “A informação não circula mais como antes, em unidades controladas, bem corrigidas e formatadas (...). Tornada imaterial, ela se apresenta agora sob a forma de um fluido, que circula em segmentos

abertos da internet quase à velocidade da luz...” (2012, p. 17). Isso certamente mexe não só com as empresas, também com a prática jornalística, que, segundo Ramonet, está para ser reinventada.

De todo modo, a dificuldade de adaptação das empresas é o sintoma mais evidente de que os rumos seguem instáveis. Ao mesmo tempo em que o modelo de negócios tradicional do jornalismo é cada vez menos viável, não há ainda modelos alternativos consolidados enquanto experiências replicáveis. Os jornais impressos, em geral, enfrentam quedas de audiência e lucro – principalmente na Europa e na América do Norte¹⁷. Como as organizações que produzem jornal impresso muitas vezes têm novos produtos e formatos, a audiência em parte migrou para esses outros formatos sem necessariamente desprezar o conteúdo jornalístico. A rentabilidade, no entanto, não migrou na mesma proporção.

No Brasil, a crise dos impressos talvez não seja tão profunda¹⁸, mas em 2010 o centenário *Jornal do Brasil* deixou de circular em edição impressa para tornar-se exclusivamente digital e em 2012 o *Jornal da Tarde*, do Grupo Estado, foi encerrado. Em abril de 2013, o *Estadão* passou por reestruturação editorial, compactando a produção em três editorias, acabando com suplementos e com a distinção entre edição nacional e edição de São Paulo, com a consequente demissão de funcionários. Na *Folha*, em junho, também houve demissões e o reagrupamento da redação em três novos núcleos de produção.

Dificuldades de gestão à parte, a perda de força das grandes organizações jornalísticas provoca reconfigurações do campo. A postura das empresas como detentoras do monopólio da informação deixa de fazer sentido e novos agentes, fora dos *media* tradicionais, entram no

¹⁷ Com dados fornecidos pela *World Association of Newspapers*, Ramonet mostra que “O mundo do jornalismo impresso se encontra em uma total aflição. Entre 2003 e 2008, a circulação mundial de jornais diários pagos desabou 7,9% na Europa e 10,6%, na América do Norte. Durante 2009, a queda continuou: 3,4%, na América do Norte, e 5,6%, na Europa. Quanto às receitas publicitárias, principal fonte da maioria dos jornais dominantes, elas diminuiram, em 2009, 17%. Na Europa Ocidental, a queda foi de 13,7% e na América do Norte de 26%!” (2012, p. 31).

¹⁸ Dados do Instituto Verificador de Circulação (IVC) mostram crescimento médio de 1,8% na circulação dos jornais brasileiros em 2012, com média diária de circulação paga auditada de 4,52 milhões de exemplares, novo recorde histórico para a auditoria do IVC. Ocorre que constam aí tanto edições impressas quanto digitais, e o crescimento se deve ao avanço das edições digitais, com alta de 128% de 2011 para 2012.

jogo com capitais ora herdados de trabalhos anteriores em jornais e emissoras dominantes, ora capitaneados em outros campos. Ramonet (2012) chega a falar em passagem “da era das mídias de massa para a era da massa de mídias”, em que, em vez de “mídias-sol”, em torno das quais gravitam a comunicação e a informação, ganham força “mídias-poeira”, aquelas espalhadas pelo sistema e capazes de se aglutinar em superplataformas *mediáticas*.

Se as organizações tradicionais têm dificuldade de adaptação ao novo ecossistema jornalístico, novas organizações, nascidas graças ao turbilhão de alternativas, enfrentam o dilema da estabilidade. Requer tempo a estabilização de modelos, por exemplo, de veículos digitais sem fins lucrativos, de coletivos de transmissão de vídeos ao vivo pela Internet (*streaming*), de experiências de jornalismo com financiamento coletivo (*crowdfunding*), de micro-organizações que cobrem temáticas específicas e atendem nichos. No relatório *Jornalismo Pós-industrial* (ANDERSON; BELL; SHIRKY, 2013), são apontados como dois dilemas centrais da institucionalização do jornalismo do século XXI primeiro a necessidade de adaptar as organizações jornalísticas tradicionais à Internet, discutida desde a década de 1990, e segundo a necessidade de institucionalizar novas formas de produção de notícias.

As novas relações de disputa e cooperação entre agentes não apagam a presença de grandes empresas *mediáticas*, que continuam no jogo e que procuram agrupar três grandes esferas: a cultura de massa, a comunicação e a informação. “Essas três esferas, antes tão diferentes, imbricaram-se pouco a pouco para constituir uma única esfera ciclópica, no interior da qual se torna cada vez mais difícil distinguir as atividades” (RAMONET, 2012). Essas corporações, segundo Ramonet, se ocupam de tudo que deriva da escrita, da imagem e do som e difundem por diversos canais. Em alguns casos, são planetárias, como a *News Corporation*, de Rupert Murdoch.

O jornalismo, como produto imaterial que é, está cada vez mais difuso. Mas as organizações tradicionais ainda lutam para conformar o campo e permanecer no lugar de representantes legítimas. Um dos argumentos é o da credibilidade. Acontece que a desconfiança do público em muitos casos recai sobre as próprias empresas jornalísticas – basta pensar no caso das escutas telefônicas ilegais feitas pelo tabloide inglês *News of the World*, do próprio Murdoch, que acabou sendo fechado. Na medida em que as empresas representam a instituição jornalística, erros, falhas e ações condenáveis respingam na imagem institucional.

O jornalismo também não passa impunemente à falta de confiança nos jornalistas. No início do século XX, Weber já entendia que “O descrédito em que tombou o jornalismo explica-se pelo fato de havermos guardado na memória os abusos de jornalistas despidos de senso de responsabilidade e que exerceram, freqüentemente, influência deplorável” (2008, p. 81). O questionamento à credibilidade dos jornalistas e do jornalismo, como se vê, não é de hoje. Nova é a facilidade com que se tem acesso a outras fontes de informação e opinião e a meios para contrapor ideias que circulam nos *media* jornalísticos.

O avanço das formas de produção e difusão de dados, relatos e pontos de vista fora do jornalismo é de extrema importância para a sociedade e a democracia. O funcionamento dos *media* tradicionais e do jornalismo é cercado de restrições de concessão da palavra. Indivíduos que testemunham uma ocorrência específica do cotidiano ou que têm conhecimento especializado sobre determinada temática podem ganhar visibilidade pela Internet sem necessariamente se valer da força do jornalismo tradicional. Dos contatos via redes digitais também podem emergir reivindicações por direitos e mobilizações sociais.

Temos cautela em eleger a Internet, diante das potencialidades, como provedora da democratização da informação. Ramonet por vezes parece acreditar nisso – “Os imensos recursos da internet e das redes sociais representam (...) uma esperança considerável: a de uma democratização da informação” (2012, p. 23) – outras vezes não – “A internet definitivamente não muda a desigualdade dos cidadãos quanto à informação” (2012, p. 83). Mas inegavelmente com a Internet e outras formas de interação, tanto as organizações quanto os jornalistas, ainda que colonizem parte dos novos espaços, deixam de ter sozinhos o direito de escolher e publicar informações. Os jornalistas perdem certa identidade de “padres seculares” (RAMONET, 2012, p. 21).

O jornalista cidadão, amador ou como se queira chamar o indivíduo que produz informação sem ser um profissional do ramo é, por um lado, encorajado pelos *media* para colaborar com a produção noticiosa e, por outro, usa redes sociais para propagar informação por conta própria, às vezes material capturado com dispositivos móveis. “A novidade aqui não é a possibilidade de participação ocasional do cidadão. É, antes, a velocidade, a escala e a força dessa participação” (ANDERSON; BELL; SHIRKY, 2013, p. 71). O campo fica cada vez mais permeável e com limites instáveis. Um agente antes externo passa a contribuir diretamente com a produção, internalizando o *habitus*

jornalístico, e exige por parte dos jornalistas uma postura de parceria ainda não cristalizada.

O resultado é que a “quase-profissão” de jornalista, que já detinha uma institucionalização social precária, passa a ter dilemas também em sua institucionalização cognitiva. É a crise de identidade por que passam os jornalistas. “Se cada indivíduo é, a partir de agora, um ‘jornalista’, o que é um jornalista? No que reside sua especificidade?” (2012, p. 23), questiona Ramonet.

Ora, se pensarmos na especificidade da instituição jornalística, encontraremos a mesma dificuldade para responder. Um caminho é procurar o que há de específico, o que diferencia o jornalismo de outras instituições, por sua função social. Mas, segundo Castoriadis (1982), as instituições não são perfeitamente compreensíveis apenas pela função que desempenham na sociedade. Há instituições disfuncionais, assim como há funções não preenchidas por instituições. Além do que as necessidades que as instituições satisfazem podem passar a ser atendidas de outras maneiras ou podem surgir novas necessidades (CASTORIADIS, 1982).

Seja pela função social, seja por outra característica, é ingloria a tarefa de precisar os contornos de uma instituição. “Como qualquer espaço de relações sociais, a instituição vai muito além de seus membros. A diversidade dos mecanismos de objetivação dessas relações faz da especificidade de cada instituição um obstáculo, quase intransponível, de conceituação” (MARTINO, 2003, p. 21).

Em momentos de crise, o obstáculo fica maior. De fato, “o jornalismo – como instituição – quase sempre se manteve sob o signo da crise” (KARAM; CHRISTOFOLETTI, 2011, p. 87). Em 1974, o jornalista Alberto Dines (1986) tratou em livro da crise do papel de imprensa, matéria-prima para a produção do jornal impresso. Mas há crises e crises. Os indícios de agora apontam para uma crise institucional do jornalismo, ou seja, uma crise que desestabiliza a autoevidência, que interrompe a reprodução quase automática, que põe em xeque padrões historicamente estabelecidos e que torna questionáveis a autoridade e a legitimidade da instituição.

Dubet (2006) visualiza um cenário generalizado de declínio das instituições. Pode ser, mas não significa que as instituições vão acabar. Aliás, crise não é sinônimo de morte, embora insinue que há algo morto na realidade. Para Marco Aurélio Nogueira (2001), faz mais sentido pensar em crise como transição, transformação. “Como diria Gramsci, temos uma crise quando aquilo que envelheceu já não dirige mais e o ‘novo’ ainda não se qualificou para orientar o presente” (2001, p. 15). É

exatamente o que vemos no jornalismo, uma passagem, um meio do caminho, a morte de uma lógica de funcionamento e a necessidade de um renascimento institucional. Crise vem do grego *krinein*: separar, romper (NOGUEIRA, 2001). Um rompimento sem que o novo esteja consolidado, que leva à desordem.

Uma crise sempre destrói e desorganiza: caracteriza-se precisamente por modificar o peso relativo das coisas, tirá-las do lugar ou do fluxo rotineiro, alterar seu sentido, dispô-las de um outro modo. Numa fase de crise, são suspensos ou postos em xeque os conceitos e idéias com que interpretamos o mundo. Tendemos a nos angustiar porque nos sentimos ameaçados em nossos próprios fundamentos, naquilo que dominamos e conhecemos, que nos sustenta (NOGUEIRA, 2001, p. 14).

As crises destroem, mas guardam uma dimensão virtuosa: “Dissolvem resistências dogmáticas, tementes do que é novo. Abrem espaços para experiências inéditas, e podem alterar a posição relativa dos interesses e das forças em luta” (NOGUEIRA, 2001, p. 16). Rearranjos como esses representam um panorama alternativo àquele que sentencia o fim do jornalismo. Os autores do relatório *Jornalismo pós-industrial* acreditam que não estamos vivendo uma transição de A para B, mas de um para muitos. Difícil prever como fica a instituição jornalística diante de tamanha fragmentação. A prática do jornalismo, em um futuro próximo, não deve atingir uma condição de estabilidade (ANDERSON; BELL; SHIRKY, 2013).

Mudanças nas forças em luta e reinvenções da prática podem gerar novos fundamentos de legitimação ou reinterpretações daqueles considerados clássicos, que permanecem em uso. Não é viável desconsiderar os movimentos na estrutura do campo do jornalismo, o novo ecossistema *mediático* e as transformações sociais em geral, mesmo diante da reiteração de explicações e justificações da ordem institucional.

Embora a ideia de instituição esteja vinculada à de estabilidade, pensar o jornalismo como instituição social ajuda a entender a natureza das mudanças (RYFE, 2006). Não necessariamente estamos diante da desinstitucionalização do jornalismo. Faz sentido pensar que “(...) as transformações tecnológicas no universo midiático contemporâneo, bem como as mudanças nos próprios valores que orientam sua prática,

acionam um processo não de liquidação, mas de reinstitucionalização do jornalismo” (FRANÇA; CORRÊA, 2012, p. 11). As transformações não são totais. Mas a crise, se superada, pode ser o começo da reinvenção do jornalismo.

3 O DISCURSO JORNALÍSTICO NO LIMAR INSTITUIÇÃO-LINGUAGEM

Como o processo de legitimação se dá pela linguagem, é preciso entender o jornalismo não apenas pela perspectiva institucional, também enquanto discurso. E o discurso de legitimação é ação, prática. Precisa convencer pela argumentação e por outros recursos retóricos sobre a relevância social do jornalismo – ainda que a instituição detenha algum nível de legitimidade *a priori*. Nos editoriais dos jornais impressos, espaço de opinião explícita do jornal, esse discurso de legitimação é vez ou outra articulado. Ali, o jornalismo é instituição e discurso, agente legitimador e campo a ser legitimado.

3.1 LEGITIMAÇÃO DO JORNALISMO COMO PRÁTICA DISCURSIVA

O lugar da linguagem na compreensão das instituições não é secundário. Por um lado, as instituições são por si uma espécie de linguagem social, também significam (BRAGA, 2010). Por outro, a linguagem é a instituição fundamental da sociedade, a primeira a que o indivíduo tem contato e aquela em que se fundam todas as outras instituições (BERGER; BERGER, 2008). Assim como, segundo José Luiz Braga (2010), a aproximação linguagem/instituição é relevante para a observação dos *media*, parece pertinente acioná-la para pensar especificamente o jornalismo.

As práticas não são “mudas”, expressam sentidos. “Mas as falas que tratam de expressar o instituído participam do processo de instauração, manutenção e/ou modificação igualmente em *modos práticos*” (BRAGA, 2010, p. 43, grifo no original). O discurso jornalístico, portanto, não apenas expressa a instituição, também a mantém ou a transforma. A linguagem, para o jornalismo, é mais do que padrão de controle necessário a seu funcionamento institucional, é seu modo de ser no mundo: o jornalismo se materializa pela linguagem. Mayra Rodrigues Gomes (2000) vê o jornalismo como um “fato de língua”.

Em meio ao turbilhão que é a linguagem, a linguística isola a língua como objeto unificado. No dualismo de Ferdinand de Saussure entre língua e fala – que norteia também uma separação disciplinar entre “linguística interna” e “linguística externa” –, a língua é a parte social da linguagem, um sistema de signos que se combinam segundo leis

específicas, enquanto a fala é um ato individual, representa as combinações feitas pelos sujeitos falantes e o ato de fonação que permite exteriorizá-las (KRISTEVA, 1969). Por essa concepção, a língua é reconhecida como instituição, o que não ocorre com a fala. É sobretudo com a pragmática e questão dos atos de fala que a atividade da linguagem passa a ser inscrita em espaços institucionais (MAINGUENEAU, 1997).

John Austin (1990) mostra que proferir certas sentenças em determinadas circunstâncias não é nem descrever o ato que se estaria praticando, nem declarar que o está praticando: é praticá-lo. Esse tipo de proferimento ele denominou de performativo¹⁹, indicando que, ao emitir tal proferimento, realiza-se uma ação. É o caso, por exemplo, quando alguém diz “Batizo este navio com o nome de Rainha Elizabeth”, ao quebrar uma garrafa contra o casco do navio, ou “Aposto cem reais como vai chover amanhã”. Proferimentos assim não são verdadeiros ou falsos, estão sujeitos a o que Austin chama de infelicidades, podem ser felizes ou infelizes, o que define a validade do ato.

Diante da dificuldade de determinar se um proferimento é ou não performativo, Austin retorna a questões fundamentais e distingue três tipos de ato: o ato locucionário, em que dizer, por si, é fazer algo, e que tem um significado; o ato ilocucionário, em que ao dizer realiza-se um ato – como uma promessa ou um compromisso –, e que tem uma força; e o ato perlocucionário, em que por dizer faz-se algo – como convencer –, e que consiste em obter efeitos. Interessado principalmente nos atos ilocucionários, ou melhor, na força ilocucionária de tais atos, Austin aponta em função da força cinco classes gerais de verbos, mas ele próprio não se diz satisfeito com a classificação. A classificação de verbos ilocucionários, depois retomada por John Searle, é um dos problemas da teoria dos atos de fala.

A crítica de Bourdieu (2008) a Austin recai sobre a busca da força ilocucionária nas palavras. O poder das palavras, para Bourdieu, é um poder delegado do porta-voz. “Tentar compreender lingüisticamente o poder das manifestações lingüísticas ou, então, buscar na linguagem o princípio da lógica e da eficácia da *linguagem institucional*, é esquecer que a autoridade de que se reveste a linguagem vem de fora” (BOURDIEU, 2008, p. 87, grifo no original). Nesse caso, a linguagem apenas representa a autoridade e seu uso depende da posição social do

¹⁹ Os proferimentos performativos se contrastam com os constatativos, aqueles em que emiti-los é fazer uma declaração (AUSTIN, 1990).

locutor, que comanda o acesso à língua da instituição, à palavra legítima.

A eficácia simbólica das palavras depende da relação entre as propriedades do discurso, as propriedades de quem o enuncia e as propriedades da instituição que autoriza a enunciação (BOURDIEU, 2008). Depende ainda do reconhecimento, pelo interlocutor, da legitimidade de quem exerce a palavra. O discurso de autoridade, mais do que compreendido, precisa ser reconhecido para que tenha efeito. O reconhecimento e a definição do uso legítimo tornam-se evidentes sob determinadas condições: “tal uso deve ser pronunciado pela pessoa autorizada a fazê-lo (...); deve ser pronunciado numa situação legítima, ou seja, perante receptores legítimos (...), devendo enfim ser enunciado nas formas (...) legítimas” (BOURDIEU, 2008, p. 91). Há, portanto, que atentar para as condições sociais de produção e reprodução dos discursos.

De todo modo, a contribuição de Austin – inscrito em uma tradição que remete a Wittgenstein e à virada linguística – consta no status dado à linguagem, que passa a ser tratada como forma de ação, não apenas de representação da realidade.

(...) a visão de Austin é sempre orientada pela consideração da linguagem a partir de seu uso, ou seja, da linguagem como forma de ação. Uma das principais conseqüências desta nova concepção de linguagem consiste no fato de a análise da sentença dar lugar à análise do ato de fala, do uso da linguagem em um determinado contexto, com uma determinada finalidade e de acordo com certas normas e convenções. O que se analisa agora não é mais a estrutura da sentença com seus elementos constitutivos, isto é, o nome e o predicado, ou o sentido e a referência, mas as condições sob as quais o uso de determinadas expressões linguísticas produzem certos efeitos e conseqüências em uma dada situação (SOUZA FILHO, 1990, p. 11-12).

Quaisquer que sejam as divergências entre as questões da enunciação e da pragmática, segundo Dominique Maingueneau (1997), ambas convergem na recusa de uma concepção da linguagem como mero suporte de transmissão de informações. A pragmática “coloca em primeiro plano o caráter interativo da atividade de linguagem, recompondo o conjunto da situação de enunciação, etc.”

(MAINGUENEAU, 1997, p. 32), o que vai ao encontro da perspectiva da escola francesa de análise do discurso (AD). Além disso, o entendimento da linguagem enquanto prática está presente na AD, como herança de Michel Foucault.

Foucault (2008) trata o discurso não como conjunto de signos, mas como uma prática que obedece a regras. É, a rigor, a definição dessas regras que o interessa. Ele deixa em suspenso formas prévias de continuidade, unidades dadas (a ciência, a literatura, a obra, o livro), e propõe a descrição de sistemas de dispersão. Quando se pode descrever um sistema de dispersão semelhante entre um certo número de enunciados e definir uma regularidade entre objetos, tipos de enunciação, conceitos e escolhas temáticas, há uma formação discursiva²⁰. A unidade de um discurso está no sistema que torna possível sua formação. O conceito de formação discursiva, fundamental na arqueologia de Foucault, é depois apropriado pela AD, inicialmente na abordagem de influência althusseriana de Michel Pêcheux.

À formação discursiva relaciona-se a noção de enunciado, que para Foucault não se confunde com outras unidades como a frase, a proposição ou o ato de fala – embora seja indispensável para tais unidades. O enunciado, aliás, nem é exatamente uma unidade, é uma função que cruza um domínio de estruturas e unidades e as torna aparentes em conteúdos concretos marcados no tempo e no espaço. É na relação entre a função enunciativa e a formação discursiva que o discurso ganha corpo. Fala-se em discurso, portanto, como um conjunto de enunciados apoiados na mesma formação discursiva. Com esse quadro assentado, Foucault define o que chama de prática discursiva:

²⁰ A ideia de formação discursiva carrega sentidos complexos e não exatamente claros. Como diz Maingueneau, “No caso de Michel Foucault, é difícil – dizer isso é pouco – fixar o valor do conceito de ‘formação discursiva’, que se transforma sem cessar no fio da *Arqueologia do saber*. O leitor oscila constantemente entre uma interpretação em termos de ‘regras’ e outra em termos de ‘dispersão’, a ponto de aí se perder” (2008a, p. 12-13). Mesmo ao ser inscrito na análise do discurso o conceito segue impreciso. Mas, se é difícil definir o que se quer dizer com ele, é ainda mais desprezá-lo. Maingueneau, na tentativa de estabelecer um estatuto mais claro, distingue duas unidades sobre as quais a AD trabalha: as unidades tópicas e as unidades não tópicas. A formação discursiva, nesse caso, é uma das unidades não tópicas, ou seja, construída independentemente de fronteiras preestabelecidas. O jornalismo é muito mais uma unidade tópica do que não tópica, de modo que tratá-lo como formação discursiva talvez não seja o mais coerente.

Não podemos confundi-la com a operação expressiva pela qual um indivíduo formula uma idéia, um desejo, uma imagem; nem com a atividade racional que pode ser acionada em um sistema de inferência; nem com a "competência" de um sujeito falante, quando constrói frases gramaticais; é um **conjunto de regras** anônimas, históricas, sempre determinadas no tempo e no espaço, **que definiram**, em uma dada época e para uma determinada área social, econômica, geográfica ou linguística, **as condições de exercício da função enunciativa** (2008, p. 133, grifo nosso).

A prática discursiva define, delimita as condições em que se pode exercer a função enunciativa. E dá a ver que as relações discursivas não são apenas internas ao discurso, se inscrevem nas condições sociais, institucionais. Mas tampouco são externas ao discurso: em Foucault "(...) o discurso não é simplesmente algo que traduz as lutas ou os sistemas de dominação da sociedade. O discurso é aquilo pelo que se luta" (RIBEIRO, 2004, p. 88). Não há simplesmente uma determinação do social sobre a linguagem, o que há é construção conjunta entre o linguístico e o social – eis uma diferença em relação à perspectiva de Bourdieu. As relações discursivas, nem internas, nem externas, estão no limite do discurso (FOUCAULT, 2008).

Com a noção de prática discursiva, segundo Maingueneau (1998), Foucault põe em primeiro plano a posição institucional do enunciador, na medida em que a "utiliza para referir-se ao sistema que, no interior de uma formação discursiva dada, regula a dispersão dos lugares institucionais passíveis de serem ocupados por um sujeito de enunciação" (MAINGUENEAU, 1997, p. 56). O modo como Maingueneau inscreve o conceito na AD segue em certo sentido o rumo foucaultiano, mas com reformulações. Ele fala em prática discursiva quando se trata de apreender uma formação discursiva como inseparável das comunidades discursivas que a produzem.

(...) falaremos de **prática discursiva** para designar esta reversibilidade essencial entre as duas faces, social e textual, do discurso. (...) Aqui ver-se-á, de preferência, um processo de organização que estrutura ao mesmo tempo as duas vertentes do discurso. A noção de 'prática discursiva' integra, pois, estes dois elementos: por um lado, a **formação discursiva**, por outro, o que chamaremos de

comunidade discursiva, isto é, o grupo ou a organização de grupos no interior dos quais são produzidos, gerados os textos que dependem da formação discursiva (MAINGUENEAU, 1997, p. 56, grifo no original).

O social e a linguagem, o institucional e o discursivo relacionam-se de modo dinâmico diante da prática discursiva. A ideia de discurso já pressupõe tal vínculo pela ligação necessária entre os níveis linguístico e extralinguístico ou entre fenômenos linguísticos e processos ideológicos (BRANDÃO, 2004). A relação é estreitada quando se trata de prática discursiva porque a própria constituição de um grupo se torna indissociável do discurso que tal grupo opera.

O jornalismo é um discurso ou, se preferir, um gênero do discurso (BENETTI, 2007). E agrega práticas discursivas, seja pelo sentido de Foucault, de regras que definem as condições ou os lugares institucionais em que se pode exercer funções enunciativas ligadas ao jornalismo, seja pela compreensão de Maingueneau, da estruturação tanto da dispersão de enunciados que forma os discursos que atravessam o jornalismo quanto da comunidade discursiva responsável por produzir e administrar as formações discursivas no espaço jornalístico. Significa dizer que a instituição jornalística é constituída não apenas por práticas sociais que se cristalizam, também por discursos que a instauram e que estabelecem as posições institucionais autorizadas.

Quando Jean Chalaby (2003) fala na emergência de práticas discursivas próprias do jornalismo, como a reportagem e a entrevista, é o modo de recolha da informação e de produção do discurso jornalístico que está em questão. Trata-se, portanto, de práticas sociais de produção discursiva mais do que práticas discursivas propriamente. Essas práticas institucionalizadas no século XIX que permitiram a consolidação da instituição jornalística estavam acompanhadas, aí sim, de uma prática discursiva que propunha a centralidade nos fatos, na informação – em detrimento à opinião – e em valores a ela associados – como o de objetividade, por exemplo. Há, então, articulação entre essa prática discursiva e práticas sociais correlatas ou, nos termos de Foucault, entre uma prática discursiva e práticas não discursivas.

Entre as contribuições de Foucault para o estudo da linguagem, diz Helena Brandão, estão “a concepção do discurso considerado como prática que provém da formação dos saberes, e a necessidade, sobre a qual insiste obsessivamente, de sua articulação com as outras práticas não-discursivas” (2004, p. 37). Além disso, o discurso se torna espaço

da relação entre saber e poder: veicula o saber institucional e é gerador de poder, sendo sua produção controlada por procedimentos que buscam eliminar ameaças à permanência desse poder (BRANDÃO, 2004). Quem toma a palavra, nesse caso, fala de um lugar reconhecido institucionalmente.

Um dos pressupostos da análise do discurso diz respeito à subjetividade enunciativa – que representa incompatibilidade com a pragmática, atenta às intenções dos falantes e, como veremos, também com a retórica. Em Foucault, o discurso não é atravessado pela unidade do sujeito, mas por sua dispersão decorrente das várias posições possíveis de serem por ele assumidas (BRANDÃO, 2004). Para ser sujeito de determinada formação discursiva, o indivíduo ou o grupo precisa ocupar uma posição. A AD trabalha com a noção de lugar, considerando que a identidade só é alcançada no interior de um sistema de lugares, que o sujeito só se constitui como tal na enunciação. Assim, a instância de subjetividade enunciativa ao mesmo tempo torna o indivíduo ou o grupo sujeito do seu discurso e o assujeita: “Se ela submete o enunciador a suas regras, ela igualmente o legitima, atribuindo-lhe a autoridade vinculada institucionalmente a este lugar” (MAINGUENEAU, 1997, p. 33).

Tratamos aqui *O Estado de S.Paulo* e a *Folha de S.Paulo* como sujeitos que assim se configuram na medida em que se vinculam ao jornalismo como instituição e a práticas discursivas por ele incorporadas. A posição ou o lugar institucional que cada jornal ocupa possibilita que *Folha* e *Estadão* sejam sujeitos do discurso jornalístico. A questão para a posição tradicionalmente hegemônica dos dois jornais, diante da instabilidade institucional por que passa o jornalismo, é encarar não apenas novas posições em disputa, mas questionamentos de outros campos e instituições ao jornalismo e às posições institucionais a ele relacionadas.

Discursos intrainstitucionais e interinstitucionais que põem a necessidade social do jornalismo em discussão estão em circulação. Assim como o discurso ajuda a constituir a instituição, pode ajudar a questioná-la e também transformá-la. Diferentes enunciados estão em constante diálogo e confronto na sociedade.

Cabe evidenciar outro pressuposto da AD: a interdiscursividade. Herdeira do princípio do dialogismo de Mikhail Bakhtin e da noção que heterogeneidade que liga de maneira constitutiva o Mesmo do discurso e seu Outro, a interdiscursividade mostra que um discurso está sempre atravessado por outros discursos. Maingueneau (2008b) defende o primado do interdiscurso, ou seja, que os discursos não se constituem

independentemente uns dos outros e depois são postos em relação, mas se formam de modo regulado no interior do interdiscurso. Em vez de uma identidade fechada dos discursos e de uma “essência” que configuraria as formações discursivas, tem-se um espaço de trocas e um conflito regulado.

Voltemos à prática discursiva para esclarecer o ponto de contato que Maingueneau (1997) estabelece entre o discurso e a comunidade discursiva. Para ele, não existe exterioridade entre o funcionamento do grupo e do discurso vinculado. É o caso então de articular as coerções que possibilitam a formação discursiva com as que possibilitam o grupo. Pode-se estabelecer uma medida comum entre um conjunto de textos e a rede institucional de um grupo, “aquele que a enunciação discursiva ao mesmo tempo supõe e torna possível” (MAINGUENEAU, 2008b, p. 23). A instituição não é então mero “suporte” para enunciações exteriores a ela:

(...) parece muito claro que essas enunciações são tomadas pela mesma dinâmica semântica pela qual a instituição é tomada. Não se poderia, pois, fazer funcionar aqui um esquema de tipo ‘infra-estrutural’, sendo a instituição a causa e o discurso, seu reflexo ilusório. A organização dos homens aparece como um discurso em ato, enquanto o discurso se desenvolve sobre as próprias categorias que estruturam essa organização (MAINGUENEAU, 2008b, p. 128).

As comunidades discursivas do jornalismo ou os grupos que formam essa rede institucional não simplesmente apresentam discursos de um lado e funcionam como instituição de outro. As coerções da instituição e do discurso jornalístico atuam em processo interacional. No entanto, do nosso ponto de vista, não se pode dizer que as práticas sociais seguem necessariamente os valores ou preceitos preconizados no discurso. A imagem que sustenta e estrutura o grupo e suas práticas é que tem nas ideias emanadas no discurso seu sustentáculo e elemento constituinte. Fica fácil imaginar divergências entre o que se diz e o que se faz, a ponto dessa contradição desencadear desconfiança. Acontece que ao dizer também se faz, se institui, se renova a ideia que torna o grupo uma unidade reconhecida.

A característica distintiva do discurso dos *media*, segundo Adriano Duarte Rodrigues, “é o fato de o âmbito da sua legitimidade não ser delimitado pelas fronteiras de um domínio restrito da

experiência” (2002, p. 220), e sim construído de modo transversal aos vários domínios da experiência. Por isso o discurso *mediático* é tido como exotérico, ou seja, não reservado a um corpo institucional particular, em oposição aos discursos esotéricos, destinados aos membros de uma instituição. É claro que, no caso específico do discurso jornalístico, a depender do nível de especialização, pode haver aproximação com um discurso esotérico ao falar para nichos iniciados em determinadas temáticas. Mas, como regra geral, trata-se de um discurso exotérico.

O caráter exotérico, dessacralizado do discurso *mediático* leva com frequência à acusação, por parte dos detentores de legitimidade de outras instituições, de que a autenticidade de seu discurso especializado é traída. Mas é esse caráter que contribui para a permeabilidade dos diversos discursos sociais em circulação e para a “homogeneização das sociedades modernas” (RODRIGUES, 2002, p. 221). O jornalismo, que ocupava um lugar relativamente estável de organizador e tradutor dos discursos de outras instituições, vê hoje o crescente domínio da interação *mediática* e, conseqüentemente, do discurso exotérico por parte dessas instituições, que passam a se comunicar direto com o público. Dentro desse processo de *mediatização* social, o vínculo com os *media* não distingue mais o jornalismo de outras instituições senão pelo grau.

O discurso *mediático* tem ainda papel estratégico de composição entre os diferentes interesses e pretensões das instituições. Rodrigues (2002) distingue, entre as diversas modalidades estratégicas possíveis, seis principais: a de naturalização, que tende a naturalizar os corpos autorizados das instituições e atualizar seus fundamentos de legitimidade; a de reforço, que reitera a legitimidade e garante a permeabilidade das outras instituições pelo tecido social; a de compatibilização, que busca compatibilizar pretensões legítimas de diferentes instituições que se apresentem contraditórias; a de exacerbação dos diferendos, que, em vez de compatibilizar, exacerba as diferenças; a de visibilidade, que dá visibilidade pública às outras instituições; e a de alteração dos regimes de funcionamento, que pode levar à aceleração ou desaceleração do ritmo de funcionamento das instituições.

O jornalismo, como os *media* de modo mais amplo, age para reforçar ou questionar a legitimidade dos diversos campos sociais em relação de disputa ou cooperação. Age também em prol da própria legitimidade enquanto instituição explicada, justificada e reconhecida socialmente. Como afirmam Peter Berger e Thomas Luckmann, “O

edifício das legitimações é construído sobre a linguagem e usa-a como seu principal instrumento” (2008, p. 92). Essa ação de legitimação pela linguagem pode ocorrer via práticas sociais que expressam sentido e, claro, via práticas discursivas que instituem e reinstituem a legitimidade institucional.

Podemos pensar em práticas sociais de legitimação a partir do que Bourdieu chama de ritos de instituição. Os ritos tendem a legitimar, “a fazer desconhecer como arbitrário e a reconhecer como legítimo e natural *um limite arbitrário*” (2008, p. 98, grifo no original), e tem como principal efeito consagrar a diferença. Gaye Tuchman (1999) trata a objetividade jornalística como um ritual estratégico, se bem que reduzir o conceito de objetividade a esse ponto seria um erro – todo processo de produção de conhecimento pressupõe a relação entre objetividade e subjetividade. A investidura, que sanciona a diferença e transforma a pessoa consagrada, no jornalismo poderia ser exemplificada, dentro do campo, pelo crachá da empresa ou pelo diploma e, nas relações entre campos, pelas credenciais dos atores sociais consideradas na concessão de visibilidade ou na imposição da invisibilidade pelos *media* jornalísticos. Deve-se atentar, de todo modo, para a eficácia simbólica dos ritos de instituição.

As práticas discursivas de legitimação estão relacionadas tanto à enunciação, ato de produção dos enunciados, quanto diretamente aos enunciados, produtos da enunciação. Há marcas que compõem reiteradamente a enunciação jornalística. A função testemunhal, para Mayra Rodrigues Gomes (2000), é o equivalente dos processos de legitimação que fundam a legitimidade. A esse testemunho vincula-se uma “estratégia de referencialidade” que se constituiria em efeito de real²¹. Na passagem de uma “sociedade dos meios” para uma “sociedade em midiatização”, Antonio Fausto Neto identifica, no campo jornalístico, um modo de legitimidade permeado pela

²¹ Aqui também, do ponto de vista da teoria do Jornalismo, parece insuficiente pensar a referencialidade apenas como estratégia. A relação do jornalismo com o referente e sua ação discursiva a partir dele e sobre ele são complexas e podem ser compreendidas tanto por uma perspectiva mais realista quanto por outra mais construcionista. O perigo são os extremos que ou não estabelecem a distinção entre fato e relato, como se a realidade pudesse vir à tona no discurso jornalístico tal qual existe – desconsiderando, portanto a mediação da linguagem –, ou desprezam a existência de um referente e jogam tudo nas costas da linguagem, como se não houvesse nada prévio ao relato. Isso à parte, deve-se ter em mente que a realidade costuma ser movediça, não é possível compreendê-la como algo sólido e plenamente dado.

autorreferencialidade: “iniciativas auto-referenciais que procuram expandir as novas possibilidades (para não dizer, as próprias fronteiras) de legitimidade da autonomia, via novos processos de produção de sentido” (2008, p. 119).

Os sentidos tomam forma diante do funcionamento integrado da enunciação e dos enunciados. Consideramos como discurso de legitimação do jornalismo o agrupamento de enunciados que, inscrito em uma dada enunciação, traz, implícita ou explicitamente, justificações, explicações e elementos para o reconhecimento do jornalismo como instituição social legítima. Trata-se de um discurso não tópico, que não se restringe às fronteiras estabelecidas do jornalismo e, portanto, pode vir – junto com seu contrário, o discurso que busca deslegitimar o jornalismo – do Estado, de organizações da sociedade civil, do público, dos críticos, da Academia etc. Interessa-nos aqui, contudo, apenas o discurso de legitimação que parte do próprio jornalismo, e que ainda assim pode ser assumido por diferentes agentes, como jornalistas e executivos das organizações.

O discurso social do jornalismo atinge, por um lado, o próprio campo jornalístico, sustentando convicções que cimentam a identidade do grupo, além de mitologias e autoenganos, por outro, a sociedade em geral, a fim de produzir nela as mesmas convicções internas do campo, de se tornar um discurso de autolegitimação social (GOMES, 2009). Seja no reforço à identidade, seja na busca por legitimidade, trata-se de uma prática discursiva que age sobre a instituição e a sociedade.

(...) o discurso de autolegitimação do jornalismo, além da função de refletir e configurar a identidade da corporação, cumpre a decisiva tarefa de convencer a todos de que o jornalismo é uma instituição importante, preciosa e necessária para toda a sociedade e que, portanto, deve ser mantida, protegida e cuidada pelos cidadãos, mediante uma cultura e uma mentalidade adequadas, e pelo Estado, por meio das suas leis e princípios (GOMES, 2009, p. 68).

A fundamentação discursiva da legitimidade social pode ocorrer, segundo Wilson Gomes (2009), ao menos de dois modos: pela função social da instituição, a função prática que cumpre na sociedade; pelo horizonte de valores socialmente reconhecidos, o valor moral que a função tem. Gomes considera o interesse público como o princípio maior sobre o qual o discurso de legitimação do jornalismo se funda, e

critica essa postura: “o serviço ao interesse público não pode ser um princípio absoluto da prática jornalística” (2009, p. 79). Há, na verdade, uma série de princípios que ajudam a legitimar o jornalismo.

Identificamos, previamente ao estudo empírico, duas fundamentações gerais em torno das quais é edificada historicamente a legitimação do jornalismo: uma referente à mediação indivíduo-realidade, outra à mediação sociedade-poderes estabelecidos (ver Quadro 1).

Quadro 1 – Fundamentação da legitimidade social do jornalismo

Funções sociais	Práticas	Valores
Mediação indivíduo-realidade	Orientar e informar o indivíduo, prepará-lo para a ação	Objetividade, verdade, precisão
Mediação sociedade-poderes estabelecidos	Vigiar e fiscalizar os poderes	Pluralismo, independência, imparcialidade

Fonte: Elaborado pelo autor

A primeira é mais ampla, se respalda na ideia de que a sociedade precisa de uma instituição que produza relatos a partir de ocorrências da realidade social, uma instituição cuja definição esteja na “passagem do acontecido para seu relato” (BERGER, 2003). Como diz Carlos Eduardo Franciscato, a instituição jornalística conquistou “legitimidade social para produzir, para um público amplo, disperso e diferenciado, uma reconstrução discursiva do mundo com base em um sentido de fidelidade entre o relato jornalístico e as ocorrências cotidianas” (2003, p. 22). Seria esse o papel social específico do jornalismo, fazer a mediação entre o indivíduo e a realidade por meio de uma reconstrução discursiva, o relato jornalístico.

A segunda tem raízes na luta pela hegemonia da democracia como valor sociopolítico e traz uma ideia da instituição jornalística e dos jornalistas ligados a um duplo papel: “como porta-vozes da opinião pública, dando expressão às diferentes vozes no interior da sociedade que deveriam ser tidas em conta pelos governos, e como vigilantes do poder político que protege os cidadãos contra os abusos (históricos) dos governantes” (TRAQUINA, 2005, p. 48). Em muitos casos, essa

mediação entre a sociedade e os poderes estabelecidos assume sentido adversarial em relação à política, em um jornalismo com a alcunha de “Quarto Poder” ou o sobrenome de *watchdog*.

Valores recorrentes na descrição do jornalismo vinculam-se a essas duas fundamentações da legitimidade, ainda que não sejam exclusividade de uma ou outra. Há, na verdade, um mercado de visões em disputa sobre o que é o jornalismo e que características o legitimam, de modo que valores e práticas citados representam apenas perspectivas hegemônicas no Ocidente. Contrapontos teóricos e políticos estão em jogo. Pode-se falar, por exemplo, em atuação para promover as ações governamentais, não apenas vigiá-las; em um jornalismo abertamente engajado, defensor de causas; ou ainda nas críticas às ideias de objetividade, verdade e imparcialidade.

Por tomar a palavra, o jornalismo já parte na enunciação com uma legitimidade prévia. O discurso de legitimação do jornalismo busca reiterar, renovar – ou, se for o caso, alterar – a pertinência social do jornalismo junto à sociedade. Esse processo discursivo pela manutenção da legitimidade só pode ser feito de uma posição discursivo-institucional, de modo que o agente (seja o jornalista, seja a organização, seja a entidade de classe) anseia por legitimar o jornalismo, mas também a si próprio por seu vínculo à instituição. O jornalismo a ser relegitimado, como se verá, acaba por figurar como uma projeção do jornalismo que se faz na posição discursivo-institucional assumida, tomando um modo de pô-lo em prática como exemplar do todo.

3.2 RETÓRICA, ARGUMENTAÇÃO E DISCURSO

O processo de legitimação pelo discurso tem um caráter perlocucionário, na medida em que busca um efeito no interlocutor, ou retórico, pois há expectativa de persuasão. Para tratar do discurso de legitimação do jornalismo, vale considerar a contribuição da retórica e da argumentação, além da análise do discurso. Retórica e argumentação ora são apresentadas como sinônimo, ora como técnicas/teorias com sentidos distintos. É assim porque o significado dado à retórica e o lugar da argumentação integrada a ela se transfiguram no decorrer da história.

O advento da arte retórica remete à Grécia Antiga em meados do século V a.C. As primeiras formulações têm viés claramente empírico e ganham densidade com as reflexões, de um lado, dos sofistas e, de outro, de Sócrates. Mas é com Aristóteles que a retórica assume seu lugar específico no campo dos saberes (BRETON; GAUTHIER, 2001). Para Aristóteles, a retórica trata do que é discutível e verossímil,

não do que depende da evidência ou da demonstração. É ele quem distingue os três tipos de provas utilizadas no discurso argumentativo: o *ethos*, o caráter do orador, o *logos*, o conteúdo do discurso, e o *pathos*, as paixões do auditório. A essa sistematização, como diz António Fidalgo (2010), há um modelo comunicacional subjacente, formado pelo orador, pela mensagem e pelo auditório.

A retórica foi um dos contributos dos gregos antigos aos valores, formas de agir, conteúdos e formatos do que, séculos depois, viria a ser o jornalismo (SOUSA, 2008). Segundo Francisco Karam (2009), o discurso jornalístico é tributário da antiguidade greco-romana, por exemplo, quanto à técnica do lead. Da Roma Antiga, saíram os principais antepassados dos jornais modernos: as *actas diurnas*. Presume-se que tenham surgido no século II a.C. Magistrados, escravos e funcionários públicos recolhiam informações, redigiam e afixavam as *actas* periodicamente nas *tabulae publicae*, conta Jorge Pedro Sousa (2008). As *actas* eram ainda copiadas em suportes como papiros. Os registros feitos ali iam de decretos e audiências do imperador a informações sobre nascimentos, casamentos e mortes.

Se entre os gregos o desenvolvimento da retórica esteve ligado à experiência da democracia e ao funcionamento da pólis, entre os romanos o contexto era de vigência da república e, depois, de início do império. A perspectiva de Aristóteles foi robustecida por retores como Cícero. Contudo, desde o avanço do Império Romano seguindo pela Idade Média, segundo Philippe Breton e Gilles Gauthier (2001), a argumentação começa a perder espaço na retórica até que, no século XIX, a própria retórica tem sua influência diminuída. No curso do tempo, a trajetória semântica da noção de retórica muda a ponto de, hoje, ter muitas vezes um tom pejorativo, como ato de iludir, enganar – um sentido que já circulava entre os antigos, quando o orador era tido como demagogo.

Se originalmente, por exemplo em Aristóteles, a retórica é parte interessada ou, no mínimo, permanece intimamente ligada ao conteúdo da comunicação, degenera a seguir na arte de bem falar ou numa técnica da eloquência que incide apenas na forma. Nos nossos dias, o termo 'retórica' adquiriu, além dos significados tradicionais, um sentido pejorativo: é bastante frequente qualificar-se um discurso de 'retórica para anunciar o seu caráter superficial, artificial ou dissimulador (BRETON; GAUTHIER, 2001, p. 15).

A retomada da retórica de tradição aristotélica, em meados do século XX, é capitaneada por Chaïm Perelman²², que posiciona sua *nova retórica* em ruptura com a lógica demonstrativa e a evidência cartesiana. O objeto da teoria da argumentação de Perelman é “o estudo das técnicas discursivas que permitem *provocar ou aumentar a adesão dos espíritos às teses que se lhes apresentam ao assentimento*” (PERELMAN; OLBRECHTS-TYTECA, 1996, p. 4, grifo no original). Ele enfatiza que a argumentação se desenvolve em função de um auditório, ou seja, o conjunto daqueles que o orador pretende influenciar. E trata dos recursos discursivos para persuadir e convencer²³, das estruturas argumentativas.

Perelman considera a argumentação sempre relativa ao auditório que se quer influenciar. Para que o diálogo se estabeleça, tem de haver uma *doxa* comum. “É mediante um trabalho sobre a *doxa* que o orador tenta fazer seu interlocutor partilhar seus pontos de vista” (AMOSSY, 2011a, p. 123-124). Quem argumenta tem um auditório presumido que precisa estar o mais próximo possível do auditório real para que ocorra persuasão. Uma imagem inadequada do auditório pode levar a “desagradáveis consequências” (PERELMAN, 1996). O orador deve, assim, conhecer minimamente aqueles a quem pretende conquistar e, de certo modo, adaptar-se a tal auditório – sem que precise contrariar seus valores.

Para acionar a retórica e a argumentação nos dias de hoje é preciso atualizar características que as definiam na antiguidade. Na retórica antiga, era a oralidade que estava em jogo, a arte de falar bem em público de modo persuasivo. E, além da oralidade, a presença física, o que implica unidade e imediatez de tempo e espaço (FIDALGO, 2010). A eloquência do orador era vista nos tribunais e nas assembleias.

Se na retórica presencial era o indivíduo que se utilizava da autoridade e da credibilidade na apresentação dos argumentos, hoje, no

²² De modo concomitante a Perelman, mas seguindo uma perspectiva diferente, Stephen Toulmin também renovou o cenário das teorias argumentativas no século XX. As obras de ambos sobre argumentação foram publicadas no mesmo ano: 1958.

²³ Perelman (1996) estabelece uma diferença entre persuadir e convencer ligada aos auditórios. Uma argumentação persuasiva é aquela que pretende valer apenas para um auditório particular. Uma argumentação convincente deveria obter a adesão de todo ser racional. Mas, como segundo ele próprio a distinção entre auditórios é incerta, o matiz entre persuadir e convencer acaba por seguir pouco preciso.

lugar de quem fala, há muitas vezes entidades coletivas, como é o caso do jornal. Segundo António Fidalgo, “Os jornalistas diluem-se de algum modo no sujeito colectivo que é o jornal (...). As características da autoridade e da credibilidade são tanto ou mais propriedade do jornal, enquanto entidade, que dos jornalistas que assinam as notícias” (2010, p. 10-11). A fala do jornal como sujeito coletivo é ainda mais evidente nos editoriais.

O que distingue a retórica contemporânea, para António Fidalgo e Ivone Ferreira (2009), é o fato de ser *mediatizada*. Ao orador, à mensagem e ao auditório de Aristóteles acrescentam-se os *media*. “Retoricamente, os meios não potenciam apenas o alcance do discurso, não se limitam a levar o discurso a mais ouvintes ou a adicionar-lhes imagens, mas alteram as próprias formas de persuasão” (FIDALGO; FERREIRA, 2009, p. 111). Perelman não se limita à análise da argumentação oral. Ao contrário, concentra-se principalmente sobre textos impressos. Mas, segundo Fidalgo e Ferreira, a preocupação que ele dispensa ao modo de comunicação é secundária. É papel das ciências da Comunicação abordar a retórica pelo viés comunicacional e *mediático* (FIDALGO; FERREIRA, 2009).

O papel dos *media* é realmente pouco considerado por Perelman. Como diz Fidalgo (2010), se o auditório era elemento chave para Aristóteles – e é também para Perelman –, hoje são os meios que formam os públicos. Mas a situação de comunicação em que a argumentação se dá é sim importante na *nova retórica*. A análise das técnicas argumentativas em torno das quais se articula a teoria da argumentação de Perelman, segundo Breton e Gauthier (2001), segue dois eixos: o do próprio discurso, o estudo dos argumentos e sua tipologia; e o do efeito do discurso no auditório considerando a intenção do autor, o estudo da situação de comunicação que constitui o ato de argumentar.

Ao propor o estudo da argumentação vinculado à análise do discurso, Ruth Amossy entende que tal aproximação permite “examinar a inscrição da argumentação na materialidade linguageira e em uma situação de comunicação concreta” (2011b, p. 132). Boa parte dos tratados de argumentação apresenta proposições em uma sequência argumentativa abstrata. Acontece que o discurso argumentativo se desenvolve em uma situação de comunicação dada e no interior do interdiscurso. A análise argumentativa de Amossy, mantendo uma filiação a Perelman, adota a vocação da análise do discurso de considerar o entrelaçamento entre texto e lugar social.

Por em contato análise do discurso e retórica não é tarefa tão simples. Há, de um lado, uma ligação parental entre ambas, que leva Teun van Dijk a entender a análise do discurso como disciplina antiga e recente, cujas origens “podem ser localizadas no estudo da linguagem, discurso público e literatura, remontando a mais de 2000 anos. Uma de suas mais importantes fontes históricas é indubitavelmente a retórica clássica, a arte de falar bem” (*apud* MAINGUENEAU, 2007, p. 15). De outro, Maingueneau (2007) considera que a análise do discurso implica o reconhecimento de uma “ordem do discurso” irredutível ao dispositivo retórico.

Talvez os principais descompassos sejam quanto à subjetividade e à intencionalidade. Enquanto a retórica e as teorias da argumentação supõem um sujeito soberano que se vale das técnicas para uma finalidade específica, a AD capta o sujeito a partir das condições de possibilidade da formação discursiva (MAINGUENEAU, 1997). Para a análise do discurso, não há exterioridade entre os sujeitos e seus discursos. Acreditamos que, sem desprezar as intenções, é preciso considerar que as condições de produção e a historicidade do discurso fazem com que os sentidos ultrapassem a intencionalidade.

De todo modo, como defende Amossy (2011b), a análise do discurso não pode negligenciar a dimensão argumentativa dos discursos. Há concepções de argumentação mais restritas, em que cabem os discursos em que se espera adesão a uma tese e que pode gerar discordâncias, e outras largas, para as quais exercer influência sobre modos de ver e pensar já dá aos discursos o status necessário. Amossy segue esse alargamento do campo da argumentação, mas estabelece distinção entre intenção ou orientação argumentativa, quando o discurso segue modalidades argumentativas para uma estratégia de persuasão, e dimensão argumentativa, quando a estratégia de persuasão é indireta. As notícias teriam, assim, uma dimensão argumentativa. Os editoriais, que são o objeto empírico deste estudo, têm normalmente intenção argumentativa.

A teoria da argumentação no discurso confere lugar central ao *logos*, mantendo a força conferida pelo raciocínio, mas sem negligenciar a relação com o *ethos* e o *pathos*; “baseia-se no estudo dos tópicos, dos esquemas argumentativos e dos tipos de argumentos de que o discurso faz uso para justificar um ponto de vista e torná-lo aceitável aos olhos do interlocutor” (AMOSSY, 2007, p. 127). A argumentação, assim, é analisada em situações de discurso e depende tanto das possibilidades da língua quanto das condições sociais e institucionais que determinam parcialmente o sujeito.

Não se trata da argumentação na língua, com que Jean-Claude Anscobre e Oswald Ducrot incluíram a argumentação nas ciências da linguagem, mas da argumentação no discurso, que inscreve a argumentação na materialidade da língua que participa do funcionamento global do discurso e examina os funcionamentos argumentativos no cruzamento entre o linguístico e o social (AMOSSY, 2007). Interessa partir da natureza comunicacional do discurso e considerar a argumentação na perspectiva das trocas verbais. Assim, a argumentação supõe

(...) que se tenha em conta a situação concreta de enunciação: quem fala a quem, em que relação de lugares, qual é o estatuto de cada um dos participantes, quais são as circunstâncias exatas da troca, quais são o momento e o lugar em que ela ocorre. Além disso, a fala situa-se, necessariamente, no quadro de um gênero de discurso que ocupa um lugar particular num espaço social dado e que comporta seus objetivos, suas regras e suas próprias restrições (AMOSSY, 2011, p. 133).

Nesse quadro sócio-histórico, segundo Amossy, pode-se estudar a argumentação não apenas no discurso, também no interdiscurso, seja pelas vias do discurso relatado, do discurso direto, da citação ao indireto livre, seja pela articulação a outros discursos circulantes que não seja necessariamente mostrada no texto. Como Maingueneau, Amossy considera a relação inextrincável entre o Mesmo e o Outro do discurso: “a heterogeneidade constitutiva é um dos fundamentos da fala argumentativa na medida em que esta, necessariamente, reage à palavra do outro, quer seja para retomá-la, modificá-la ou refutá-la” (2011b, p. 133). Levando em conta o interdiscurso, chega-se ao exame da argumentação na organização textual e da disposição dos elementos no discurso para alcançar o auditório.

O *ethos*, como construção da imagem de si no discurso, e o *pathos*, como construção discursiva da emoção que se pretende provocar no auditório, são mobilizados juntamente com o *logos*, e a força persuasiva de uma fala depende da amarração desses elementos em uma situação concreta de discurso.

O discurso de legitimação do jornalismo no espaço opinativo-argumentativo dos editoriais é construído por argumentos legitimadores que compõem o *logos* e, pela racionalidade, procuram explicar e justificar a pertinência do jornalismo. Mas é construído também pela

imagem de si que o sujeito-jornal apresenta, o *ethos*, que, embora não possa ser generalizado como *ethos* jornalístico, faz parte dele na medida em que cada jornal enuncia de um lugar vinculado à instituição jornalística; e pelos sentimentos e emoções que se queira provocar no auditório, o *pathos*, para fazê-lo aderir à defesa do jornalismo. O reconhecimento da necessidade social do jornalismo é buscado acionando as três provas que podem ser articuladas no discurso.

O teor argumentativo e as relações entre *logos*, *ethos* e *pathos* podem ser pensados no interior do interdiscurso. Sempre que o jornalismo traz à tona seu discurso de legitimação, há um discurso de deslegitimação do jornalismo pressuposto. A interação semântica entre esses dois polos funciona como um processo de tradução, do que Maingueneau chama de “intercompreensão regulada”. “Cada um introduz o Outro em seu fechamento, traduzindo seus enunciados nas categorias do Mesmo e, assim, sua relação com esse Outro se dá sempre sob a forma do ‘simulacro’ que dele constrói” (MAINGUENEAU, 2008b, p. 21). Esse conflito está inscrito nas condições de possibilidade do discurso de legitimação do jornalismo. O sentido é apreendido entre uma posição enunciativa e outra.

Ainda que haja uma relação interdiscursiva constitutiva, a materialidade textual sob análise é formada por editoriais jornalísticos. É preciso levar em conta a especificidade do editorial como gênero do discurso que, na definição clássica de Bakhtin (1997), equivale a tipos relativamente estáveis de enunciados elaborados por cada esfera de utilização da língua, considerando a interação entre enunciados e as condições extralinguísticas. Podemos entender o editorial como gênero do discurso ou, sendo parte do jornalismo enquanto gênero, como subgênero. De todo modo, é indispensável captar as características do editorial para compreender a relação entre o gênero e os enunciados produzidos.

3.3 EDITORIAL NO JORNALISMO E SUAS MARCAS EM FOLHA DE S.PAULO E O ESTADO DE S.PAULO

A separação entre informação e opinião é um traço do jornalismo hegemônico contemporâneo. Segundo Manuel Chaparro (2013), o jornal inglês *The Daily Courant*, ainda no início do século XVIII, separou as notícias dos comentários, demandando mais cuidados na apuração dos fatos e na escolha das fontes. Era uma estratégia, por iniciativa do diretor Samuel Buckley, para enfrentar a crise financeira. A experiência do *Daily Courant* não durou muito, mas o modelo que

divide o jornalismo em opinião e informação resistiu ao tempo (CHAPARRO, 2013).

As categorizações básicas de gêneros jornalísticos – considerados usualmente em sentido mais genérico que o de gêneros do discurso – costumam partir da divisão entre jornalismo informativo e jornalismo opinativo. José Marques de Melo (1985) segue essa separação. Luiz Beltrão (1980) considerava, além do informativo e do opinativo, o jornalismo interpretativo, em que caberia a reportagem em profundidade. Fala-se ainda em jornalismo diversional, utilitário etc. O critério mais recorrente usado na categorização dos gêneros jornalísticos é o de função ou finalidade (SEIXAS, 2009). A diversidade de classificações, no entanto, dificulta um esquema consensual.

A dicotomia informação-opinião, para Chaparro, não ajuda a entender a ação discursiva do jornalismo. As fronteiras seriam destruídas pela inevitabilidade da valoração por parte dos agentes envolvidos no processo. Assim, não seria o caso de diferenciar gêneros jornalísticos com base na separação entre informação e opinião. Para ele, é um equívoco perceber artigo como equivalente à opinião e relato à informação, já que artigo e relato estão na dimensão da forma enquanto opinião e informação, na do conteúdo.

Quando Samuel Buckey decidiu separar as notícias (news) dos comentários (comments) não levantou qualquer barreira entre opinião e informação, ainda que tivesse pensado fazê-lo. O que ele separou foram dois tipos de texto, um com estrutura formal argumentativa, outro com estrutura formal narrativa. Nos conteúdos, porém, e nas intencionalidades, lá estão informação e opinião, substâncias que permanecem, interativas, na totalidade do jornalismo, para que nele se conserve a característica essencial, a de ser linguagem asseverativa (CHAPARRO, 2013, p. 17).

De fato, é preciso considerar que informação e opinião não se restringem a certos formatos de texto. “Como noticiar ou deixar de noticiar algum fato sem o componente opinativo? Por outro lado, o comentário – explicativo ou crítico – será ineficaz se não partir de fatos e dados confiáveis, rigorosamente apurados” (CHAPARRO, 2013, p. 6). Ainda assim, não cremos que seja necessário prescindir da diferença entre opinião e informação. Diante da coexistência de ambas nos textos jornalísticos, cabe evidenciar as nuances que tornam um gênero mais

informativo ou mais opinativo. O editorial, em geral, é mais opinativo do que a notícia.

Lia Seixas também não descarta a separação. Com um olhar sobre os gêneros como gêneros discursivos, considera que o limite tênue entre informação e opinião é medido não por composições informativas ou opinativas, mas “por uma relação complexa entre objeto, tópicos jornalísticos (saber social compartilhado) e ato de comunicação jornalístico” (2009, p. 83). Não é, portanto, simplesmente o aspecto textual ou linguístico que importa: trata-se de uma combinação frequente de elementos extralinguísticos e linguísticos. “São combinações que se repetem a ponto de se institucionalizarem, mas que também, certamente, guardam uma dinâmica contínua de mudanças provisórias” (SEIXAS, 2009, p. 316).

A opinião, segundo Beltrão, é a “*função psicológica, pela qual o ser humano, informado de idéias, fatos ou situações conflitantes, exprime a respeito seu juízo*” (1980, p.14, grifo no original). Essa definição traz três pontos importantes: o caráter individual da opinião, a informação como necessidade prévia à expressão da opinião e o conflito como algo inerente a ideias, fatos ou situações sobre os quais se opina. Quanto ao último ponto, o caráter conflitual ou ao menos a possibilidade de desacordo aproxima a opinião da argumentação. Breton (2003) considera como objeto da argumentação a transformação de uma opinião em argumento em função de um auditório particular. Quanto à necessidade de estar informado, corrobora o entrelaçamento entre informação e opinião que já consideramos. Mas é um pré-requisito apenas idealmente: quantas vezes não opinamos sobre questões banais sem estar a par da situação? No jornalismo, contudo, a opinião não lastreada em informação é um risco.

O caráter pessoal da opinião é reforçado por Beltrão em outra passagem, acrescido de um componente social: “trata-se de um *ato individual desenvolvido dentro do grupo*” (1980, p. 17, grifo no original). A mesma opinião pode ser compartilhada por vários indivíduos, mas continua a ser um ato pessoal de cada um. Como pensar o editorial nesses termos? Para Beltrão, o jornalismo veicula três categorias específicas de opinião: a do editor, a do jornalista e a do leitor. A opinião do editor é expressa pelos editoriais e pela linha do jornal, a política editorial. O editorial seria, assim, a opinião do jornal apenas metonimicamente, considerando que a opinião do jornal equivale a do editor e dos proprietários.

É através do *editorial*, principalmente, que o grupo proprietário e administrador do periódico manifesta sua opinião sobre os fatos que se desenrolam em todos os setores de importância e interesse para a comunidade e ligados à existência e desenvolvimento da empresa, tentando, desse modo, orientar o pensamento social para a ação na defesa do bem comum (BELTRÃO, 1980, p. 51-52, grifo no original).

Marques de Melo acrescenta que o editorial se configura como um espaço de contradições: “Seu discurso constitui uma teia de articulações políticas e por isso representa um exercício permanente de equilíbrio semântico” (1985, p. 79). Não se trata simplesmente da opinião do proprietário, mas de um consenso de opiniões dos diferentes núcleos que participam da propriedade da empresa. Afinal, há relações de luta travadas no interior das organizações, além da possibilidade de pressões externas, como de governos ou anunciantes. Os interesses corporativos são defendidos nesse espaço.

Existem ainda linhas mestras que, vinculadas à tradição do jornal, acabam por guiar o posicionamento editorial. A linha editorial, embora siga o norte do editor, pode ser institucionalizada a ponto de se alterar mais lentamente do que as estruturas de pensamento que produzem as opiniões individuais. Mais uma vez, a fronteira entre instituição e organização se mostra menos sólida do que o modo como foi concebida inicialmente. O editorial do dia precisa ser coerente com o histórico dos textos que ocuparam seu lugar na página em dias anteriores, o que não ocorre com as notícias: o redator ou o repórter “não tem nenhuma necessidade de tornar as notícias de um dia consistentes com as notícias do dia anterior” (PARK, 2008b, p. 80). Mesmo que inconsistentes entre si, as notícias são visivelmente marcadas por esse mecanismo de coerção que é a linha editorial. O que importa aqui é perceber que os jornais mantêm, senão opiniões, ao menos diretrizes opinativas relativamente consolidadas, seguidas por vezes mesmo com trocas no comando.

Na produção do editorial há, em geral, interação entre as opiniões dos proprietários e acionistas, as opiniões de outros agentes que podem exercer influência sobre a empresa e as diretrizes opinativas ditadas pela linha editorial. A variação de força de cada uma das partes envolvidas define se o posicionamento dos editoriais segue mais o caráter empresarial de “voz do dono”, se disputas internas e externas

interferem reiteradamente e agem sobre as opiniões tomadas ou se a linha editorial tem alguma autonomia a ponto de ditar posturas-padrão sobre determinados temas. Entendemos que é a articulação dessas forças que faz do editorial “a voz do jornal, sua tribuna” (BELTRÃO, 1980, p. 52).

O editorial “(...) tanto pode nascer da notícia como dela transcender, adiantar-se sobre ela, valendo-se de dados subjetivos e retirando de um fato, mediante a análise de suas causas e conseqüências, inferências e conclusões que apresenta como um roteiro à comunidade” (BELTRÃO, 1980, p. 52). Desde a hegemonia do jornalismo informativo, os editoriais e os espaços opinativos em geral acabam por suplementar as notícias. Mantêm uma posição hierárquica importante, mas o centro da engrenagem jornalística é, sem dúvida, das notícias e reportagens. Por ser a opinião uma espécie de subproduto do jornalismo, há dificuldade de dimensionar o seu lugar na teoria do Jornalismo – que é em boa parte uma teoria da notícia.

Quatro atributos do editorial são apontados por Beltrão: a impersonalidade – ou, como chama Marques de Melo, impessoalidade –, pois é um texto normalmente não assinado cuja responsabilidade recai sobre a direção do jornal, mesmo sendo escrito por um editorialista; a topicalidade, propriedade de exprimir não só a opinião sedimentada, mas especialmente a que se está formando; a condensabilidade – ou condensabilidade –, indicando que se deve focar uma ideia central única, pois apresentar várias ideias em um curto espaço pode criar confusão; e por fim a plasticidade, considerando que o editorial deve orientar com alguma flexibilidade, sem dogmatismos. Como diz Beltrão,

Os jornalistas orientam à base da irracionalidade dos fatos; a sua opinião decorre do exame do perturbador e constante cambiar da atualidade. E se as circunstâncias secundárias de determinado sucesso bruscamente atuam como um reagente químico na situação apreciada, provocando o surgimento de um novo quadro – eles têm o dever de retificar as posições anteriormente assumidas (...) (1980, p. 54).

Nem sempre retificações são feitas. E, seja na opinião, seja na informação, o jornalismo é cada vez mais um produto inconcluso, que vai sendo montado aos fragmentos. Embora os editoriais carreguem uma aura de fechamento em si. Para Seixas, “os objetos da realidade mais

importantes para um editorial são conexões entre situações de saber comum, fatos recentes, fatos dados e uma série de objetos de desacordo” (2009, p. 237). Imbert (*apud* TÊTU, 2002) considera que o editorial remete menos ao acontecimento como objeto de uma série cronológica e mais ao lugar que ocupa na rede de signos que constituem o discurso social.

As conexões argumentativas e a escrita do texto são responsabilidades do editorialista. Como um *ghost-writer*, o editorialista escreve em nome da empresa, em nome do jornal, mas “deve imprimir ao que escreve o mesmo caráter incisivo e convincente com que se exprimiria em um artigo no qual expressasse seu ponto de vista pessoal” (BELTRÃO, 1980, p. 52). A figura do editorialista pode, em um primeiro momento, remeter ao publicista que Otto Groth retrata. Mas o publicista é um intelectual de outra ordem. O editorialista, como qualquer jornalista, está preso ao tempo que o põe a tratar da atualidade de modo contínuo.

O limite entre jornalista e publicista não passa pelo repórter, mas sim dentro do jornalismo opinativo e pode-se também apontar características essenciais que diferenciam o jornalista comentarista do publicista. Trabalho jornalístico opinativo é uma atividade duradoura, vinculada ao decorrer contínuo dos acontecimentos diários; trabalho publicístico, inclusive o publicado no jornal ou na revista, é uma produção autônoma, única, vinculada a uma questão isolada, determinada pelo presente, de peso universal, histórico (GROTH, 2011, p. 344).

Quanto ao público a que o editorial se destina, Marques de Melo (1985) aventa uma hipótese: em sociedades com opinião pública autônoma, que dispõem de uma sociedade civil forte e organizada, o editorial é dirigido à coletividade; em sociedades em que o Estado é uma entidade todo-poderosa, presente em todos os níveis da vida social – como o autor afirmava ser a sociedade brasileira em meados da década de 1980 –, o editorial dialoga com o Estado. Atualmente, esses dois interlocutores clássicos parecem coexistir como auditório dos editoriais. Em comparação com o jornal, o público do editorial é mais enxuto e específico. Segundo Park (2008b), enquanto a notícia existe para a “grande massa da humanidade”, o editorial serve aos intelectuais.

Nem todos os jornais produzem editoriais. Para que sejam relevantes, esses textos dependem da força dos periódicos em que são

publicados. “Um mesmo editorial”, diz Luiz Amaral, “(...) poderá ser nulo se publicado num jornal de escândalo ou num semanário inexpressivo, e produzir efeitos profundos se estampado num diário respeitado” (1978, p. 137). *Folha de Estadão*, como tradicionais e importantes jornais brasileiros, publicam editoriais diariamente (ver Figura 1). Na *Folha*, são dois editoriais, saem na página A2 ocupando duas colunas. O *Estado* tem quatro editoriais, sendo três na A3, ocupando mais de 2/3 da página, e um específico de economia no caderno destinado ao tema.

Figura 1 – Páginas com editoriais da *Folha de S.Paulo* (à esquerda) e de *O Estado de S.Paulo* (à direita)



TERCERÃO DE BARROS & SILVA
A estirpe

JOSÉ BARRET
O pré-sal do gás

CLAUDE LABANOFF
Lula lá ou Lula cá em 2011?

Censura chavista

Em mais um ato de desrespeito à imprensa, o governador de Mato Grosso do Sul, Marcelo Delgado, anunciou que vai censurar a imprensa que não apoiar o seu governo. Segundo ele, a imprensa que não apoiar o seu governo será considerada "chavista" e sofrerá censura.

REV. CUSTÓDIO
O antivotivo

O antivotivo é uma proposta de emenda constitucional que visa a alterar o sistema de votação em algumas situações. Segundo o autor, o antivotivo é necessário para garantir a eficiência do processo legislativo.



A imprensa no pós-Lula

Após o fim do governo Lula, a imprensa brasileira enfrenta um período de transição. Alguns analistas acreditam que a imprensa continuará a exercer seu papel de fiscalização, enquanto outros acreditam que haverá uma mudança na postura da imprensa em relação ao poder.

O metrô paga pelo sucesso

O Metrô de São Paulo está pagando pelo sucesso de suas linhas. Isso ocorre porque o metrô está sendo utilizado por um número crescente de passageiros, o que gera uma receita adicional para o sistema.

Energia mais cara

A energia elétrica em São Paulo está ficando mais cara devido ao aumento dos custos de produção e à falta de investimentos em infraestrutura. Isso pode levar a um aumento significativo das tarifas para os consumidores.

Fontes: *Folha de S.Paulo* e *O Estado de S.Paulo*

A partir de entrevistas feitas com os editores de opinião dos dois jornais (ver apêndices), foi possível traçar os modos como o editorial se configura em cada um. Há funções diferentes em cada jornal para o

mesmo cargo: o editor de opinião do *Estado* cuida tanto dos editoriais quanto dos artigos publicados; na *Folha*, o editor de opinião é responsável apenas pelos editoriais.

Até poucos meses atrás, os temas de editoriais do *Estadão* eram discutidos por telefone, por volta de nove e meia da manhã, com base na leitura de jornais, entre o editor de opinião, Antonio Carlos Pereira, e o diretor de opinião, Ruy Mesquita – com a morte do diretor, último representante da terceira geração da família que controla o *Estadão* desde 1902, o cargo de diretor de opinião deixou de constar no expediente do jornal. São dez editorialistas que atuam na sede do jornal e mais três *freelancers*. Se houver assunto para um dos *freelancers*, ele é avisado ainda pela manhã. Entre meio dia e meia e quinze para a uma, há reunião com os editorialistas em que de fato se define o que será feito. Terminada a reunião, cada editorialista vai escrever seu texto, que deve estar pronto às quatro e meia da tarde. O editor – e, antes, também o diretor – então revisa e escolhe os textos para publicar.

Há produção de editoriais excedentes, normalmente com um texto por dia de cada editorialista fixo. Pereira explica: “jornal é a indústria do desperdício, meu caro. (...) Você tem que produzir o suficiente para poder escolher o que é melhor.” Por volta de cinco da tarde, os editoriais escolhidos vão para a diagramação.

Na *Folha* atuam nove editorialistas, a maior parte acumula outras funções no jornal. Lá costuma haver sempre pelo menos um editorial de reserva, para o caso de algum não ficar bom. Não é, portanto, uma produção na escala do *Estadão*. A rotina na *Folha* também começa com a leitura de jornais pelo editor de opinião, Marcelo Leite, que prepara um esboço da pauta e por vezes já encomenda algum texto – em junho, Leite deixou o cargo, que passou a ser ocupado por Uirá Machado, que era editor-assistente. Por volta de uma da tarde, a pauta é discutida com o subeditor e com algum editorialista que porventura por lá esteja. O passo seguinte é a conversa, por telefone, do editor com o diretor de redação, Otavio Frias Filho, sobre a pauta geral. Os editorialistas têm no máximo até às seis e meia da tarde para entregar seus textos. Aí entra a edição de Leite que, às sete e meia da noite, submete os editoriais em formato final à avaliação de Frias Filho. O diretor liga na sequência para sugerir mudanças pontuais antes de publicar.

A formação da opinião da *Folha* recebe contribuições de um fórum informal em almoços que ocorrem às sextas-feiras, com variação de periodicidade. Participam desses almoços os secretários de redação, o editor executivo, o diretor de redação, os editorialistas e alguns editores

principais do jornal. As discussões costumam ser mais objetivas do que deliberativas. Segundo Leite, “esse é considerado por nós o foro principal de discussão, principalmente sobre os grandes temas. Temas sobre os quais o jornal ou não se pronunciou ainda e não tem uma posição formada, ou quer mudar de posição, quer nuançar uma posição”. Também podem ser discutidas questões de informação, importantes para embasar a opinião, seja com editores de cadernos especializados, seja com convidados eventuais do almoço.

Por mais que haja trocas de ideia e discussões, a decisão do dia-a-dia sobre os editoriais na *Folha* compete ao editor de opinião e ao diretor de redação. Também no *Estadão*, passada a discussão nas reuniões, quem decide são o editor e o diretor. Em alguns casos, o corpo do editorial pode ser praticamente ditado pelo editor. Agora, nos dois jornais há uma relativa coesão entre os editorialistas. Houve casos como o de Miguel Urbano, um comunista que era o principal editorialista do *Estado* na época do golpe de 1964, que o jornal apoiou – a adesão da *Folha* à ditadura militar foi mais longa. Mas, no geral, pela escolha de pessoas que tenham certa proximidade de pensamento e pela introjeção de um *habitus* e uma *doxa* comuns, o posicionamento dos editorialistas tende a não apresentar divergências frontais à opinião do jornal.

Eu sei o que o meu vizinho do lado pensa, ele sabe o que eu penso. Todos nós conhecemos a linha da casa de trás para diante. Nós temos memória, nós estamos aqui há muito tempo. Então a gente não precisa ficar naquela história “sobre esse tal assunto, qual é a linha da casa?”. A gente não precisa fazer isso, isso já está impresso, já está impresso no DNA (Antonio Carlos Pereira – *Estadão*).

(...) o editorialista pode se ver na posição inclusive de escrever um editorial com o qual, em caráter pessoal, não concorde cem por cento. Isso acontece, é inerente à função. Agora, como eu te disse, isso não é uma coisa que é o dia-a-dia. Se isso se repete no dia-a-dia é porque há uma falta de sintonia, então não é interessante para nenhum dos lados que aquela pessoa continue naquela função, porque vai ser uma violência para ela. Mas, olha, é muito raro acontecer. E a pessoa participa das discussões também, quer dizer, ela tem oportunidade de influenciar essa discussão. Eu tenho, os editorialistas têm. Então a opinião do editorialista

não precisa se confundir cem por cento, o tempo todo, com a da direção do jornal e com o que acaba sendo publicado no jornal, mas eu diria que ela tende para isso (Marcelo Leite – *Folha*).

Os dois editores dizem escrever para o público em geral, para que as pessoas leiam, mas há sempre o interesse de chegar, como diz Marcelo Leite, a “formadores de opinião, tomadores de decisão, empresários, professores universitários, pessoas que têm uma preocupação menos imediatista com o jornal e com o país”. Nesse grupo estão também os governantes. “Eu escrevo editorial sabendo que a minha mulher vai ler o editorial. Mas a minha esperança não é que ela leia o editorial. A minha esperança é que a dona Dilma [Rousseff] leia o editorial”, conta Antonio Carlos Pereira. Segundo Leite, os governantes leem ou são avisados pela assessoria quando sai um editorial sobre algo que diga respeito a eles.

O papel que cumpre o editorial, para Pereira, é menos formar opinião e mais formar convicção: “Essa história de dizer que o sujeito lê o editorial para formar uma opinião, não, ele lê para formar convicção. Ele vai atrás do argumento. Ou contra ou a favor, mas ele vai atrás do argumento. Opinião ele já tem”. Essa ideia é importante para relativizar o poder de persuasão da ação argumentativa. O auditório formado pelos leitores de jornais nem sempre está disposto a mudar de opinião, por vezes prefere, a partir do que lê, reafirmar o que já pensava: “(...) o editorial é um instrumento de conforto. O que significa um instrumento de conforto? Eu tenho as minhas convicções pessoais, então eu vou ler o editorial para reafirmar as minhas convicções. Tanto contra quanto a favor”, explica Pereira.

Compilamos algumas marcas que ajudam a compor um perfil dos editoriais da *Folha* e do *Estadão* (ver Quadro 2). São características isoladas a partir das entrevistas com os editores, não por observação dos textos. Quanto aos temas, o jornal dos Mesquita segue uma pauta mais tradicional, com foco no que lá consideram de interesse público; o jornal dos Frias mantém os assuntos clássicos, como política e economia, mas trata também de ciência, comportamento, saúde etc., diversificando a pauta.

**Quadro 2 – Características do editorial nos jornais
O Estado de S.Paulo e Folha de S.Paulo**

	<i>O Estado de S.Paulo</i>	<i>Folha de S.Paulo</i>
Temas	Que sejam considerados de interesse público. Foco em temas tradicionais, como política e economia. Evita temas entendidos como “da moda”.	Que sejam considerados relevantes. Evita limitar-se a economia e política, trata também de temas como ciência e comportamento.
Linha	Liberdade como norte, o que abrange as liberdades individual, política e de empreender	Conservadora em termos econômicos, progressista em termos sociais
Postura	De caráter assertivo, a opinião é comparada a uma sentença. Não se trata da fase do contraditório, mas do julgamento. Além disso, carrega de nascimento uma imagem de ser “do contra”.	Combater a imagem de jornal “em cima do muro”, sendo mais incisiva. Tentativa de produzir editoriais mais analíticos, por vezes quase como uma reportagem.
Editorialistas	Ocupação com foco nos editoriais. Produção normalmente de um texto por dia. Há ainda encomendas a <i>freelancers</i> .	Acúmulo de outras ocupações no jornal. Produção de textos sob demanda.
Relação com a direção	Muito próxima. Contatos diretos para aprovação de pauta e textos.	Muito próxima. Contatos diretos para aprovação de pauta e textos.
Relação com a redação	Separação Igreja-Estado. Sem interferência da redação na editoria de opinião.	Há quase independência, mas não separação Igreja-Estado. Editor de opinião participa da reunião de primeira página.
Consultas externas	Evita usar consultores. Há certa autossuficiência da opinião do jornal.	Busca contatos com fontes autorizadas em busca de informações e pontos de vista desconhecidos

Fonte: Entrevistas com os editores de opinião dos jornais

O interesse público, na entrevista do editor de opinião do *Estado*, aparece em dois sentidos: em oposição ao interesse privado (“Em editorial a gente não trata de assuntos privados, particulares”) e em oposição à curiosidade pública (“É de interesse público? Não, é de curiosidade pública. Não tenho nada com isso, não vou perder meu tempo cuidando disso”). No primeiro caso, o exemplo dado é o do governador Ademar de Barros, que foi inimigo do jornal, mas era criticado por questões públicas, nunca particulares. No segundo, o editor cita o casamento homossexual como um tema “da moda”, que não é de interesse público, e o compara ao divórcio, este sim considerado de interesse público, o que mostra uma contradição na defesa de direitos.

Quanto à linha seguida, o *Estadão* anuncia ter como norte a liberdade, que não se restringe à liberdade de empreender, mas contempla as liberdades individual e política – o editor, no entanto, continua a se referir ao golpe militar de 1964 como “revolução”. Trata-se, nesse sentido, de um jornal liberal no sentido clássico. A *Folha* se diz social-democrata, sendo “prudente” ou conservadora nas questões econômicas e progressista em questões sociais. No sentido da política norte-americana, o *Estado* adota postura mais conservadora e a *Folha*, mais liberal. Seria preciso uma análise para ver como se configuram esses traços gerais de posicionamento, que na prática podem ser reforçados por um viés específico.

A *Folha* tem historicamente a fama de não se posicionar claramente, ser “em cima do muro”, enquanto o *Estadão* carrega uma imagem de jornal assertivo. O *Estado* segue com essa postura, sendo a opinião comparada por Pereira à sentença judicial: “Eu estou dando uma opinião, eu não estou fazendo o contraditório. A fase do contraditório já passou. Na fase do contraditório, eu ouço um e ouço outro. Na fase da opinião, eu não tenho que ouvir. A fase da opinião é a fase da sentença”. Na *Folha*, há um esforço para tornar o jornal mais incisivo, alterar a imagem de indefinição, e, ao mesmo tempo, apresentar informações de modo a produzir editoriais mais analíticos, que por vezes se aproximem de uma reportagem.

Os editorialistas do *Estado* trabalham especificamente na produção de editoriais, os da *Folha* têm outras funções no jornal, a ponto de não ocorrer uma reunião diária entre eles. Quanto a consultas externas, na *Folha* há um estímulo a ouvir fontes autorizadas para descobrir outros pontos sobre o tema e evitar tomadas de posição ingênuas; no *Estadão* é um procedimento evitado para que a opinião do jornal não fique nas mãos de um especialista.

Nos dois jornais, a editoria de opinião é claramente próxima da direção, sendo diretores os responsáveis pela aprovação dos textos. A relação com a redação é diferente: o *Estadão* preserva a separação Igreja-Estado típica do jornalismo dos Estados Unidos (“A redação não interfere na opinião, a opinião é soberana”); a *Folha* mantém uma quase independência entre redação e opinião, mas não completa. O editor de opinião participa, por exemplo, da reunião de primeira página anunciando o assunto dos editoriais e às vezes com sugestões; não chega a ser, portanto, uma separação Igreja-Estado (“Não tem essa preocupação quase paranoica que os jornais americanos têm com essa separação, é um pouco diferente”).

Seja pelo tamanho dos textos, pela quantidade de editoriais, pelo espaço ocupado ou por estar em página ímpar – considerada mais nobre –, a opinião do *Estadão* assume uma solenidade imponente. A tradição do jornal, fundado em 1875 (com o nome de *A Província de S.Paulo*), é figurativizada nos editoriais, sempre acompanhados pelo cavaleiro do selo *Ex-Libris* a anunciar as novidades. A seção Notas & Informação é não apenas a voz do jornal, é também a imagem da tradição com que se quer avalizar a opinião que ali aparece publicada. A opinião do *Estado* assume uma condição quase autossuficiente, de fechamento em si, sentencial. Sobra pouca mobilidade.

Figura 2 – Selo Ex-Libris



Fonte: *O Estado de S.Paulo*

A *Folha* quer ser incisiva, mas em vez de pontificar sobre um tema prefere buscar informações, ser mais analítica do que opinativa.

Quem sabe fazer do editorial uma reportagem. Embora o jornal circule desde 1921 (na época, *Folha da Noite*), a tradição conta menos e abre alas para almoços informais de discussão e consultas a fontes autorizadas ou especialistas. A porosidade da opinião acaba por deixá-la menos estanque. A voz do jornal fala em poucos caracteres, ocupa o canto da página par e assume com maior facilidade uma imagem moderna.

Os dois jornais constroem suas identidades na alteridade. É na relação entre *Folha* e *Estadão* que as particularidades de cada um ganham sentido. Mas, ao mesmo tempo em que se distanciam, aproximam-se como parte de um Mesmo: o jornalismo hegemônico. *Folha* e *Estadão* enunciam de posições institucionais diferentes na especificidade e ocupam a mesma posição institucional ao reiterar a legitimidade do jornalismo como instituição, ou ao menos do modelo de jornalismo que representam. Os editoriais, pelo que dizem e pelo modo de dizer, agem sobre a instituição. O jornalismo, como instituição que agrega práticas discursivas, impõe as regras que dá aos editoriais e aos jornais o status de fala autorizada.

3.4 UM MÉTODO DO DISCURSO DE LEGITIMAÇÃO

Se em Descartes a racionalidade volta-se quase exclusivamente à demonstração, às evidências, Perelman traz novamente a argumentação, o verossímil para o âmbito da racionalidade, em oposição à concepção que, no limite, restringia-se à lógica formal. Mas se em Descartes o sujeito típico da modernidade ganha seus contornos como *cogito*, sujeito centrado e racional, a análise do discurso mostra um sujeito cindido, marcado por relações sócio-históricas e que se forma no diálogo, no interdiscurso, ou seja, no contato com o Outro. Esse duplo movimento que tensiona a tradição cartesiana está nas bases da formulação metodológica que propomos aqui.

Não há pretensão de desenvolver um estudo no campo da argumentação, nem de fazer uma análise do discurso. O que buscamos é a apropriação de elementos tanto da análise argumentativa quanto da análise do discurso que permitam trabalhar com o objeto empírico deste estudo para responder a uma questão-problema pensada no interior do campo da Comunicação, que relembramos aqui: como se configura a legitimação do jornalismo na construção discursivo-argumentativa de editoriais? Essa apropriação, após uma aproximação, requer um afastamento dos quadros pré-definidos desses campos para que a organização das leituras parta do que se vê na manifestação do empírico.

O objeto empírico é composto por editoriais dos jornais impressos *Folha de S.Paulo* e *O Estado de S.Paulo*. Segundo dados do IVC, em 2012, a circulação média diária da *Folha* foi de 297.650 exemplares, o que representou crescimento de 4% em relação a 2011. Assim, a *Folha* voltou a ser o jornal líder em circulação, posto que havia perdido para o tabloide mineiro *Super Notícia* desde 2010. O *Estadão*, no mesmo período, teve circulação média de 235.217 exemplares, o que representou queda de 11%, permanecendo, no entanto, como o quarto no ranking de circulação, o segundo de São Paulo. Em 2010, a circulação média foi de 294.498 exemplares para a *Folha* e 236.369 para o *Estadão*. Em 2011, os números foram, respectivamente, 286.398 e 263.046. *Folha* e *Estadão* são jornais de referência – e o peso do editorial está ligado à força do jornal –, estão entre os mais longevos do país, exercem influência sobre outros *media* jornalísticos e, além disso, são concorrentes diretos.

Os editoriais analisados foram publicados de março de 2010 a fevereiro de 2011. A proposta inicial previa dois anos de editoriais, mas, diante da quantidade de material, o período delimitado foi de um ano. Um estudo de caso não permitiria observar a variedade de momentos em que os enunciados de legitimação do jornalismo aparecem, por isso a opção por abarcar razoável extensão temporal. No período escolhido, houve renovação no projeto gráfico dos dois jornais, repercussão do caso da censura judicial ao *Estadão* e, já em fevereiro de 2011, a celebração dos 90 anos da *Folha*, ou seja, questões que poderiam motivar a produção de enunciados legitimadores.

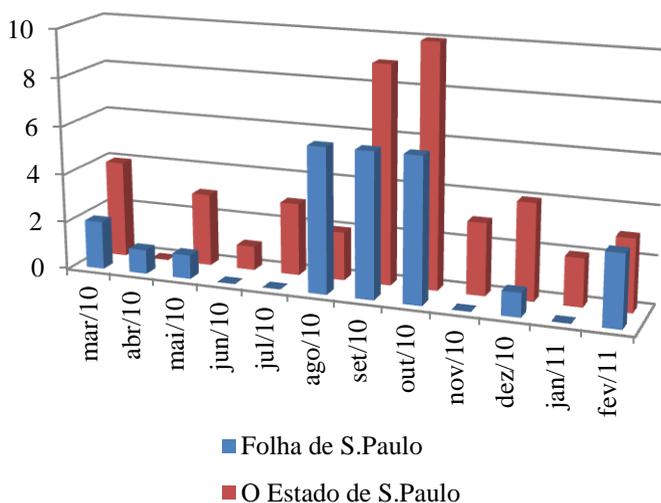
Para a coleta do material, foi feita uma leitura exploratória dos editoriais no arquivo da versão digital dos dois jornais. Eram ao todo 1095 textos do *Estadão* e 726 da *Folha* – o editorial específico do caderno de economia do jornal dos Mesquita não foi contabilizado. Inicialmente, o critério de seleção seria pela presença da autorreferencialidade, seja especificamente do jornal, seja do jornalismo. Os editoriais, no entanto, remetem o tempo todo a conteúdos noticiosos publicados no próprio jornal do qual é opinião oficial ou mesmo em outros periódicos. Isso geraria dificuldade ao tomar a autorreferencialidade como ponto de corte. Optou-se, assim, por isolar os editoriais que de alguma forma tratassem do jornalismo – como tema principal, secundário ou apenas pontuando algo.

Da seleção inicial, partiu-se para um exame mais apurado do material, que permitiu definir o *corpus* com 70 editoriais, sendo 44 do *Estado* e 26 da *Folha*. Tendo o *Estadão* três editoriais diários na página A3 e a *Folha* normalmente dois na A2, a desproporção na quantidade do

material selecionado de um e de outro jornal traduz a disparidade de editoriais publicados, de modo que, percentualmente, há certa equivalência: os 44 textos do *Estadão* representam 4% do total publicado e os 26 da *Folha*, cerca de 3,6%.

A relação entre os editoriais selecionados e o mês de publicação sugere grande influência das eleições sobre o *corpus*. Há concentração de textos dos meses de agosto (6), setembro (6) e outubro (6) no caso da *Folha* e setembro (9) e outubro (10) no do *Estado* (ver Gráfico 1). A aparição significativa de textos que tratavam do jornalismo e da imprensa no espaço de opinião dos jornais no período eleitoral permite inferir que, além do processo de legitimação periódico de grupos políticos que culmina com o voto, houve durante as eleições de 2010 um processo de legitimação/deslegitimação também do jornalismo a ocupar o debate público, fruto principalmente da relação conflituosa com o então presidente Luiz Inácio Lula da Silva e o Partido dos Trabalhadores (PT).

Gráfico 1 – Quantidade de editoriais coletados por mês do ano



Fonte: Dados da pesquisa

Como se verá, campo político é o principal interlocutor com que o jornalismo dialoga nos editoriais em análise. Em parte por conta das eleições, mas mesmo sem os meses de campanha a interlocução é recorrente. A força do tema eleitoral fica evidente no material coletado. Seria interessante perceber que temas e abordagens se sobressaem em um ano não eleitoral. Além disso, acreditamos ser possível captar um certo discurso de legitimação do jornalismo em qualquer produção enunciativa, não apenas em editoriais, e não apenas em editoriais que tratem do jornalismo. Operamos aqui a partir do mais explícito. Mas, por tomar a palavra, o jornal já assume sua legitimidade para fazê-lo. Lançar o olhar para um *corpus* mais heterogêneo, considerando inclusive casos não manifestos de legitimação, também pode ser pertinente.

A metodologia, como diz Braga (2011), não é um receituário, mas um “processo de encaminhamento de decisões”. É no desenvolvimento da pesquisa, com um olhar reflexivo sobre o processo, que se pode efetivamente estabelecer um controle metodológico. Claro, cada tomada de decisão, desde a definição do problema até a escolha das teorias a serem acionadas, faz parte do modo amplo como entendemos metodologia. Mas é no manejo dos observáveis que o caráter procedimental das ações do pesquisador precisa ser exposto. Estabelecemos três etapas de leitura do material empírico neste trabalho: a primeira descritiva, as seguintes analíticas.

- *Primeira etapa de leitura*

Os modos de aparição do jornalismo nos editoriais e de defesa de sua legitimidade são identificados nessa leitura. Trata-se de uma etapa descritiva, a mais extensa das três, em que, em agrupamentos abrangentes dos textos, são apresentados marcas enunciativas, movimentos argumentativos, além de temas e contextos em que o jornalismo é tomado como assunto nos editoriais, enfatizando os trechos de reconhecimento e justificação da instituição jornalística. Pela intertextualidade, “conjunto das relações explícitas ou implícitas que um texto mantém com outros textos” (MAINGUENEAU, 1998, p. 87), buscamos reconhecer como o jornalismo busca legitimar-se no embate com outros campos, principalmente os da política e da Justiça.

Excertos dos textos que compõem o *corpus* são apresentados em dois agrupamentos: (1) deslegitimar o outro, legitimar a si e (2) legitimação por exaltação e reforço de papéis. Referem-se,

respectivamente, a um tipo de argumentação negativa, em que o outro em contato com o campo jornalístico é descredenciado, e positiva, em que se mostra diretamente a importância do jornalismo. Cada um dos agrupamentos é ainda subdividido internamente, de modo a organizar os enunciados em eixos discursivo-argumentativos. Os editoriais de *Folha* e *Estado* são dispostos separadamente.

- *Segunda etapa de leitura*

Uma entrada argumentativa mais vertical é realizada sobre quatro editoriais, dois de cada jornal. Nessa etapa, de caráter analítico, há um passeio pela construção dos argumentos, do *ethos* e do *pathos* que emanam dos textos. A intenção é passar do panorama que a primeira leitura permite para o foco em textos específicos, buscando contato entre a argumentação e a situação de discurso. Segue-se, assim, a perspectiva de Amossy, para quem a eficácia da fala vem “das modalidades segundo as quais os esquemas constitutivos do logos inscrevem-se na materialidade linguageira, no seio de um dispositivo de enunciação dependente de uma situação de discurso que compreende componentes socioculturais e institucionais” (2007, p. 143-144).

A escolha dos editoriais para esta análise levou em conta situações-padrão em que o jornalismo é abordado como tema central e a relação possível de ser estabelecida entre os textos, que permita um olhar comparativo. Três foram publicados em um domingo, um em um sábado, todos como editorial principal do dia. Os textos *O mal a evitar*, do *Estadão*, e *Todo poder tem limite*, da *Folha*, são de 26 de setembro de 2010, uma semana antes das eleições, e rebatem as críticas de Lula à imprensa. *O que muda e o que permanece*, do *Estadão*, saiu em 14 de março de 2010, enquanto *Nove décadas*, da *Folha*, em 19 de fevereiro de 2011; apesar do quase um ano que os separa, partem ambos de acontecimentos cujo sujeito é o jornal: mudança de projeto gráfico e aniversário.

- *Terceira etapa de leitura*

Da intertextualidade da primeira leitura, passa-se aqui para a interdiscursividade. Do mergulho nos textos da segunda leitura, passa-se aqui para uma emersão com base em um modelo geral. A inspiração para essa etapa analítica vem dos modelos de interdiscurso de

Maingueneau (2008b). Em *Gênese dos discursos*, o autor analisa duas formações discursivas do campo religioso diante da relação polêmica que estabeleciam no século XVII: o humanismo devoto e o jansenismo, que dão corpo a um espaço discursivo, espaço de trocas constituído por subconjuntos de formações discursivas.

Maingueneau apresenta o modelo do discurso jansenista (M1) e o modelo do discurso humanista devoto (M2) a partir de operações, respectivamente, de “Concentração” e “Harmonização” que permitem gerar semas, unidades de significação. Os semas valorizados pelo discurso jansenista (M1+) são indissociáveis de seus contrários. A partir de operações de contrariedade, chega-se aos semas negativos (M1-), que constituem oposições elementares aos positivos. A relação polêmica entre os discursos se baseia na dupla bipartição, considerando os semas reivindicados (M1+ e M2+) e os semas rejeitados (M1- e M2-): “cada pólo discursivo recusa o outro, como derivando de seu próprio registro negativo, de maneira a melhor reafirmar a validade de seu registro positivo” (MAINGUENEAU, 2008b, p. 64).

Há, portanto, um processo de tradução, em que o discurso do Outro é captado como um simulacro para a constituição do Mesmo. O conflito está inscrito nas condições de possibilidade do discurso. É na relação polêmica que a identidade do discurso é constituída e preservada. A apropriação metodológica que fazemos aqui da proposta de Maingueneau não trata da construção de dois modelos em relação polêmica, mas de um só: o modelo do discurso de legitimação do jornalismo. As pistas textuais captadas nas etapas anteriores de leitura permitem a definição dos semas. No interior desse modelo, a polêmica aparece no simulacro do Outro, que é traduzido e remete aos semas negativos. Chamamos a esse Outro de discurso de deslegitimação do jornalismo, formação discursiva assumida principalmente por agentes do campo político.

4 DOS EDITORIAIS AO DISCURSO: A LEGITIMAÇÃO EM ANÁLISE

As disputas simbólicas, através do discurso e de ações, põem por vezes o jornalismo em causa e dão a ver imagens sobre o que pretende ser, como se explica e justifica, porque deve ser reconhecido. Também acontecimentos autorreferenciais envolvendo os jornais geram procedimentos de renovação da legitimidade. A argumentação segue, seja por afirmação direta ao jornalismo, seja por afirmação indireta, apoiada na negativização de outros campos em interação. Da significação que emerge do discurso, unidades semânticas ajudam perceber os fundamentos sobre os quais se estrutura a busca do jornalismo por legitimação.

4.1 PRIMEIRA LEITURA: AGRUPAMENTOS GERAIS

Marcas argumentativas e enunciativas gerais, considerando o diálogo no intertexto, permitem iniciar a investigação sobre como se configura o discurso legitimador manifesto nos editoriais. São identificados características, temas e contextos. Trechos dos editoriais aparecem dispostos em dois agrupamentos: deslegitimar o outro, legitimar a si; legitimação por exaltação e reforço de papéis. Em cada agrupamento, há ainda subdivisões que isolam traços do movimento argumentativo por legitimação. Os editoriais da *Folha de S.Paulo* e de *O Estado de S.Paulo* são trabalhados aqui separadamente, de modo a perceber peculiaridades de acionamento do discurso de legitimação em cada sujeito-jornal. Não necessariamente cada editorial é citado em um único agrupamento; um mesmo texto pode ter excertos em seções diferentes. Esta primeira leitura é descritiva, mais extensa que as seguintes, e traz o panorama necessário para ir adiante.

4.1.1 Deslegitimar o outro, legitimar a si

A desqualificação do outro é um dos traços da argumentação e do discurso legitimador do jornalismo nos enunciados dos editoriais. O jornalismo busca ser legitimado a partir de posicionamentos críticos que apresenta sobre quem tenta deslegitimá-lo. Nesse caso, a legitimação se dá negativamente: mais do que uma defesa de princípios, é a crítica ao político, ao governo, ao juiz ou à Justiça que atua para justificar o jornalismo.

- A imagem do Outro

O Estado de S.Paulo

O então presidente Luiz Inácio Lula da Silva aparece constantemente, no *Estadão*, sendo deslegitimado pela relação que estabelece com o jornalismo hegemônico. Em um dos editoriais, o jornal considerava que ele estaria se comportando no processo eleitoral sem a dignidade e a moderação que o cargo exige, tudo por *Uma questão de caráter*. Faz-se um ataque à imagem pessoal de Lula, forma de também deslegitimar a postura de ataque ao jornalismo: “Depois do susto do primeiro turno, o homem que se considera o inventor do Brasil resolveu partir para o tudo ou nada contra aqueles que elegeu como seus principais inimigos: a oposição e a imprensa” (*Uma questão de caráter, O Estado de S.Paulo*, 22 out. 2010). Lula, segundo o jornal, gostava de achar que ambas, oposição e imprensa, são a mesma coisa. A pecha de “inventor do Brasil” aparece no texto como metáfora irônica que sinaliza certa arrogância do presidente, que desconsideraria feitos anteriores aos seus.

A inclusão por Lula da imprensa como parte da oposição é tratada também em outro editorial: “Sempre que os desmandos flagrados pela Imprensa ameaçam colocar em risco seus interesses políticos e eleitorais, Lula recorre sem a menor cerimônia à mesma “explicação” esfarrapada: culpa da oposição – na qual inclui a própria Imprensa” (*Repúblicaquetização do país, O Estado de S.Paulo*, 14 set. 2010).

A verdade dos jornais pode não ser a que Lula gostaria, mas ele não sai do noticiário. Por isso, no editorial *O balanço de Lula*, o *Estadão* não titubeia: ele seria um ingrato. Já que a imprensa não apresentava o governo como ele gostaria, o presidente viajava o Brasil para falar bem de si, segundo dizia ele próprio. “E o que acontece? A imprensa o segue e reproduz o que ele diz, ecoando a sua versão dos fatos e, mais do que isso, mantendo-o permanentemente na crista da onda, senhor do noticiário” (*O balanço de Lula, O Estado de S.Paulo*, 17 dez. 2010). Os ataques de Lula à imprensa são colocados então como uma forma de aparecer, ter visibilidade nos *media*:

Dá para desconfiar também que até os seus ataques recorrentes aos meios de comunicação sejam outra forma ainda de obrigá-los a ceder-lhe espaço – ainda que a isso se sigam justificadas e contundentes réplicas em editoriais e colunas de

opinião. **Falem mal, mas falem de mim**, há de pensar no íntimo o mais intuitivo dos nossos presidentes. **Esse enlace, a que a imprensa não pode se furtar até por dever de ofício, tem sido espertamente aproveitado por Lula** para consumir a transformação de sua figura já ímpar em mito (O balanço de Lula, *O Estado de S.Paulo*, 17 dez. 2010, grifo nosso).

A sociedade estaria reagindo às coisas erradas do governo, como o “rolo compressor do liberticídio”. Por isso o jornal comemora o lançamento do “manifesto em defesa da democracia”, “que poderá ser o embrião de um movimento da cidadania contra o desmanche da democracia brasileira comandado por um presidente da República que acha que é tudo – até a opinião pública – e que tudo pode” (O desmanche da democracia, *O Estado de S.Paulo*, 23 set. 2010). Legitima-se o manifesto, que é parte do Mesmo, para então deslegitimar o Outro. *O desmanche da democracia* são os ataques contra o jornalismo. As críticas de Lula à imprensa, junto ao uso do cargo para fins eleitorais, causariam “erosão das bases da ordem democrática”.

O *Estado* avalia pontos positivos do governo Lula, colocando as transformações do país como uma continuidade desde governos anteriores, e contrapõe esses pontos com um aspecto negativo: o ódio de Lula pela imprensa livre. Apropriando-se do hiperbólico bordão de Lula, o jornal afirma que “nunca antes neste país” houve tamanho ódio vindo de um presidente em regime democrático. O argumento é defendido recorrendo ao caso do correspondente do jornal *The New York Times* que Lula teria aventado expulsar do Brasil.

Os historiadores do futuro certamente terão muito a dizer sobre a contribuição do governo Lula para o prosseguimento das transformações pelas quais o País começou a passar nos anos 1990. Tampouco deixarão de registrar que a democracia lhe deve a decisão de não buscar um terceiro mandato mediante emenda constitucional. Mas haverão de lembrar que **nunca antes neste país, em regime democrático, um presidente havia manifestado tanto ódio pela imprensa livre**. Lula é o governante que, com pouco mais de um ano no poder, **tentou expulsar do País o correspondente do New York Times** por ter escrito uma reportagem (de duvidosa qualidade, por sinal) sobre

o que seria o seu gosto pela bebida. **Alertado** pelo então ministro da Justiça, Marcio Thomaz Bastos, **de que a expulsão seria inconstitucional** (o jornalista era casado com uma brasileira), **Lula explodiu: “F...-se a Constituição** (Uma obsessão de Lula, *O Estado de S.Paulo*, 26 mar. 2010, grifo nosso).

A frase final do editorial, em que a carga do palavrão é marcada por pontos que ocupam o lugar das letras (como o “piiii” televisivo), indica o desprezo que Lula teria pelas regras democráticas. Diante do descontentamento de Lula com a imprensa, em outro texto, o *Estado* justifica as denúncias do jornalismo pela aparição dos fatos: “É claro que Lula, que detesta ser contrariado, anda cada vez mais irritado com o comportamento da imprensa, que de fato não para – porque os fatos simplesmente se sucedem – de divulgar malfeitos do governo” (Texto, contexto, subtexto, *O Estado de S.Paulo*, 9 out. 2010).

A recorrente deslegitimação de Lula é amenizada no último editorial do ano, no último dia de seu mandato. O jornal apresenta uma dissociação entre o Lula falante e o Lula governante. “Tomados pelo valor de face, os seus virulentos ataques aos meios de comunicação expressariam uma intenção liberticida. E, no entanto, no que dependeu dele, a imprensa brasileira é hoje tão livre como no dia 1.º de janeiro de 2003” (Balanço final, *O Estado de S.Paulo*, 31 dez. 2010).

Diante do trabalho governista para eleger a então candidata à presidência Dilma Rousseff, chamado de “política do vale-tudo”, aparecem em um polo positivo – oposto ao do governo – a imprensa, a Justiça e a sociedade organizada. Essa política, dizia o *Estadão*, “adotada pelo governo para eleger a candidata do chefe (...) desafia a Justiça Eleitoral, a imprensa independente, a sociedade organizada e todos aqueles que sabem que não basta o voto (...) para assegurar a integridade do mais importante rito da democracia (Contrabando eleitoral, *O Estado de S.Paulo*, 17 jul. 2010). A legitimação do jornalismo vem na carreira da deslegitimação da imagem do governo.

Ao completar um ano da proibição de publicar informações sobre a operação Boi-Barrica, da Polícia Federal, em que aparecia como suspeito o empresário Fernando Sarney, filho do então presidente do Senado, José Sarney, o *Estadão* trouxe editorial lembrando estar sob censura. No texto, pôs em xeque a decisão da Justiça ao deslegitimar e atacar a credibilidade do desembargador responsável, Dácio Vieira: “Trata-se de um ex-consultor do Senado, relacionado com a família

Sarney e o notório Agaciel Maia, o apadrinhado do patriarca que dirigiu a Casa até ser colhido pelo escândalo dos atos secretos” (Um ano sob censura, *O Estado de S.Paulo*, 31 jul. 2010). A ligação apontada entre Vieira e os Sarney desqualifica o Outro e, por consequência, seu posicionamento contrário ao jornal.

Dácio Vieira é lembrado novamente em outro texto, desta vez como parâmetro de comparação com outro magistrado, o desembargador Liberato Póvoa, responsável por uma *Mordaça por atacado*. Póvoa proibira uma série de jornais, emissoras de TV sites e rádios de divulgar informação sobre investigação de licitações fraudadas por uma suposta organização criminosa, que estaria ligada ao governador do Tocantins, Carlos Gaguim. Se Vieira mantinha relações com a família Sarney, “Liberato Póvoa, o colega do Tocantins que resolveu imitá-lo, tem dois familiares no governo Gaguim. A mulher, Simone, na Secretaria da Justiça, e a sogra, Nilce, na Secretaria do Trabalho” (Mordaça por atacado, *O Estado de S.Paulo*, 28 set. 2010).

Folha de S.Paulo

Também na *Folha*, a imagem de Lula é por vezes deslegitimada diante da relação conflituosa estabelecida com a imprensa. Mesmo em um editorial anterior ao período eleitoral, a defesa da postura crítica do jornalismo que é sustentada contra o considerado autoritarismo do presidente Lula e seu pouco caso com a liberdade de imprensa. A democracia, diante das críticas proferidas, estaria desvinculada do presidente.

O vezo autoritário do mandatário se torna flagrante quando o que está em questão é a divergência de opinião ou o compromisso com a liberdade de imprensa. **Lula não tolera ser criticado e convive mal com esforços de fiscalização de seu governo.**

(...)

Agora, ao criticar mais uma vez a imprensa, **comporta-se como quem aspira à unanimidade – algo que está longe de ser um padrão democrático** (Devaneio autocrático, *Folha de S.Paulo*, 25 mar. 2010, grifo nosso)

Em outro editorial, posturas de ataque ao jornalismo assumidas por políticos diferentes – Lula, José Serra (PSDB) e José Dirceu (PT) – em situações diversas são criticadas com direito a, no último parágrafo

do texto, ser desfeita a imagem de vítima em que pareciam se colocar: “Não são vítimas: são aproveitadores, escondendo-se atrás de farrapos de ideologia para promover os negócios de seus apaniguados e tentar desfigurar, na medida de suas próprias dimensões, um sistema democrático a duras penas consolidado no país.” (A mesma síndrome, *Folha de S.Paulo*, 19 set. 2010). O jornal sobrepõe à imagem de vítimas a de aproveitadores. Não só porque compactuavam com negociatas, também porque tentavam desfigurar o sistema democrático, do qual faz parte o jornalismo.

A cobertura da Telesur, rede de televisão oficial da Venezuela, sobre os protestos na capital da Líbia é desqualificada em outro texto. “Os repórteres bolivarianos passaram cinco horas detidos pelas autoridades líbias. O percalço não lhes diminuiu a simpatia pelo regime: ‘Foi um ato fortuito’, disse um dos jornalistas, ‘dada a situação de tanta desinformação’ vigente no país” (TV companheira, *Folha de S.Paulo*, 25 fev. 2011). A versão das ocorrências transmitida pela emissora “a serviço de Chávez” e o próprio governo venezuelano são deslegitimados. Também é o tipo de telejornalismo praticado pela Telesur, que aqui aparece como o Outro, não reconhecido, portanto, pelo discurso de legitimação do jornalismo vindo da editorial da Folha.

- Dissociação e comparação

O Estado de S.Paulo

Se os governantes, ainda que não gostem, reconhecem a tensão que o jornalismo provoca sobre eles, com Lula seria diferente. As críticas de Lula mostrariam que, no caso dele, trata-se de uma “obsessão”. No editorial em questão, portanto, dissocia-se Lula de outros políticos dando-lhe como diferencial a ideia fixa que teria contra os *media* jornalísticos, revertida na prática em uma “campanha para demolir a credibilidade”:

Governadores e prefeitos, ministros e secretários podem deplorar a suposta miopia do noticiário, mas reconhecem a carga inerente de tensão no seu relacionamento com o jornalismo que a eles não se subordina. Já o caso de Lula é obsessão. Desde o escândalo do mensalão, em 2005, ele está em campanha para demolir a credibilidade dos órgãos de informação. As suas diatribes, como a

de anteontem, durante um evento, são uma **mistura de vezo autoritário com ressentimento de classe, agravada pelo descontrole emocional diante da mera expectativa de receber críticas** (Uma obsessão de Lula, *O Estado de S.Paulo*, 26 mar. 2010, grifo nosso).

Se acima Lula é dissociado dos governantes em geral, em outro editorial a dissociação é entre Lula e o presidente da Venezuela, Hugo Chávez. Só que a dissociação do editorial *Lula fala, Chávez faz*, entre as imagens dos presidentes do Brasil e da Venezuela é apenas aparente. O movimento feito, a rigor, é contrário, de comparação entre ambos, de modo a identificar uma “linha de continuidade” que os deslegitima pelos ataques à imprensa: “A distância entre o cenário político do Brasil e da Venezuela é abissal. (...) Isso não altera o fato de existir uma linha de continuidade entre o que Lula diz das ‘pessoas’ que ‘escrevem as coisas erradas’ e o que Chávez faz com elas” (Lula fala, Chávez faz, *O Estado de S.Paulo*, 28 mar. 2010, grifo nosso). As pessoas que escrevem “coisas erradas” seriam alguns jornalistas críticos aos governos.

Após dissociação entre Lula e Franklin Martins, sendo as ameaças do ministro à liberdade de imprensa merecedoras de atenção por ser ele “ideológico” enquanto Lula, esperto o suficiente, não mexeria com a história de controle social, o jornal compara Martins e Dilma. Ela teria afinidades com o então ministro de Comunicação Social: “Franklin Martins tem uma história de lutas que fala por si. Aliás, essa é uma de suas grandes afinidades com Dilma Rousseff. (...) Franklin Martins é “ideológico”. Suas ameaças, portanto, devem ser levadas em consideração, para o futuro (Texto, contexto, subtexto, *O Estado de S.Paulo*, 9 out. 2010).

Dias depois, a garantia de liberdade de imprensa e expressão apresentada por Dilma faz com que o *Estado* estabeleça dissociação entre ela, Lula e o PT. Enquanto o presidente se empenhava em uma “raivosa ofensiva” contra a imprensa e a plataforma eleitoral do partido tratava de controle social, então candidata Dilma colocava a liberdade de imprensa como compromisso de governo. O posicionamento fortalecia e reforçava a legitimidade da imprensa.

Os eleitores eventualmente perdidos por Dilma por conta da **raivosa ofensiva de Lula contra a imprensa** serão contemplados no primeiro dos 13 **compromissos de governo da candidata**, a serem divulgados na semana que vem “para debate na

sociedade brasileira”. Ali se fala em “expandir e fortalecer a democracia política, econômica e social” e **garantir “irrestrita” liberdade de imprensa e de expressão**. É o contrário do que está na plataforma eleitoral do PT e no texto do decreto que instituiu o 3.º Programa Nacional de Direitos Humanos (A caça ao voto religioso, *O Estado de S.Paulo*, 15 out. 2010, grifo nosso).

Outro texto termina com uma pergunta que, bem antes das eleições, usa o medo do incerto contra a candidatura do partido: “Enquanto Lula estiver no governo, as ameaças à liberdade de imprensa parecem controladas. Mas o que poderá acontecer se outro nome do PT ocupar a Presidência da República?” (Ameaça à liberdade de imprensa, *O Estado de S.Paulo*, 3 mar. 2010).

Na comparação com os Kirchner da vizinha Argentina, especificamente a então presidente Cristina, a imagem de Lula aparece menos chamuscada. “Perto do que ela diz – e faz –, para amordaçar os jornais que criticam a sua desastrosa gestão e suas políticas populistas, o brasileiro Luiz Inácio Lula da Silva parece um padroeiro da liberdade de expressão” (O aperto das cravelhas, *O Estado de S.Paulo*, 22 out. 2010). De todo modo, “padroeiro da liberdade” aparece com evidente tom de sarcasmo.

Folha de S.Paulo

Em um dos editoriais da *Folha*, há comparação entre Lula e o marechal Artur da Costa e Silva, presidente durante a ditadura militar, no que se refere ao que pensam sobre a imprensa. A conexão entre Lula, ainda que por um aspecto específico, e um presidente do período ditatorial, equivale a considerá-lo autoritário.

Quase nada há em comum entre Costa e Silva e o presidente Luiz Inácio Lula da Silva – um era militar, o outro, sindicalista; aquele chegou ao poder pelas armas, este, em eleições democráticas. **Frequentes declarações** do atual chefe de estado, **porém, indicam que pensa como o antecessor**, faltando-lhe apenas igual sinceridade quando se trata dos incômodos que uma imprensa crítica acarreta para todo governante (Lula e a imprensa, *Folha de S.Paulo*, 1 set. 2010, grifo nosso).

Lula, José Serra e José Dirceu são ligados pela *Folha* em uma comparação-diagnóstico em outro editorial. Segundo o texto, publicado no período de campanha, os três “revelaram durante esta semana sinais da mesma síndrome, ainda que desencadeada por causas bem diversas” (A mesma síndrome, *Folha de S.Paulo*, 19 set. 2010) A síndrome? Esperar da imprensa subserviência e colaboração. A legitimação do jornalismo, nesse caso, vem por tabela diante da deslegitimação dos três políticos.

- Nexos factuais

O Estado de S.Paulo

O anúncio da presidente da Argentina Cristina Kirchner sobre o projeto de lei que considerava de interesse nacional a produção e o comércio de papel-jornal teria como alvo, segundo o *Estadão*, a empresa Papel Prensa, cujo controle acionário era compartilhado pelos jornais *Clarín* e *La Nación* e pelo Estado. No editorial, a fúria do kirchnerismo sobre os jornais críticos é o nó que amarra o projeto de lei a iniciativas do governo voltadas principalmente contra o *Clarín*:

a intimidação contra o grupo que edita o periódico incluiu a razzia em sua sede e nas residências de seus diretores por 200 agentes da Receita Federal; **a interrupção da distribuição do diário** por um boicote de caminhoneiros orquestrado pelo sindicato de extração peronista e, como tal, alinhado com o governo; e **o cancelamento da licença outorgada à empresa para vender serviços de internet** (A arma do papel-jornal, *O Estado de S.Paulo*, 26 ago. 2010, grifo nosso, grifo nosso).

As ocorrências elencadas pelo jornal estabelecem uma série a qual se junta a questão do papel-jornal. De Kirchner a Chávez, o mesmo que é feito em texto que trata de censura prévia à imprensa venezuelana por conta da publicação, pelo jornal *El Nacional*, de foto de 12 cadáveres empilhados no necrotério de Caracas, para denunciar a omissão do governo com a violência. A relação entre o chavismo e a Justiça da Venezuela é exposta de modo a mostrar as investidas do

governo Chávez, via Judiciário, a jornais que se opõem a ele. O caso é enquadrado em um histórico de “arrocho” à imprensa. O nexos entre ocorrências factuais diferentes permite compor o cenário repressivo contra o jornalismo que deslegitima Chávez.

As incursões do autocrata contra a liberdade de informar nada têm de novo. Em 2007, o governo se recusou a renovar a concessão da rede RCTV, que acabou fechada. Tiveram o mesmo destino 40 emissoras de rádio. O caso talvez mais escabroso é a **perseguição movida à TV Globovisión**, cujo dono, Guillermo Zuloaga, fugiu do país depois de ter sido preso em março. Chávez anunciou que pretende adquirir o controle acionário da emissora (O arrocho de Chávez, *O Estado de S.Paulo*, 21 ago. 2010, grifo nosso).

O *Estado* conecta, em outro texto, dois exemplos que considera como investidas petistas de assédio aos *media*: a aprovação do projeto de um Conselho de Comunicação Social no Ceará e uma ação impetrada no Supremo Tribunal Federal (STF) pela Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj) e pela Federação Interestadual dos Trabalhadores em Empresas de Radiodifusão e Televisão (Fitert) para regulamentação do direito de resposta. “Enquanto a intenção de assediar a imprensa é manifesta na iniciativa do PT do Ceará, os petistas da Fenaj escolheram um caminho mais sinuoso para o mesmo objetivo” (O assédio petista à mídia, *O Estado de S.Paulo*, 24 out. 2010). A conexão deslegitima as duas iniciativas.

Folha de S.Paulo

O nexos argumentativo entre ocorrências factuais é usado como recurso em resposta a um comentário do então ministro da Comunicação Social, Franklin Martins, de que a imprensa seria livre no Brasil, “o que não quer dizer que seja boa”. A *Folha* concorda, sarcasticamente:

Certamente não é boa.

Não foi boa, por exemplo, para o então presidente **Fernando Collor de Mello**, hoje aliado do PT, quando se revelaram os escândalos que vieram a resultar no seu impeachment.

Não foi boa quando noticiou a compra de votos de alguns parlamentares para aprovar a emenda constitucional que veio a instituir o direito à reeleição, então defendido por **Fernando Henrique**.

Não foi boa quando revelou o esquema do Mensalão, o caso dos aloprados, a trama para expor o sigilo bancário do caseiro Francenildo e as atividades da família de Erenice Guerra, entre outros casos que pontuaram o **governo lulista** (Não é boa, *Folha de S.Paulo*, 10 out. 2010, grifo nosso).

Os exemplos indicam que a imprensa não é boa... para governos e governantes. O jornal mantém, assim, a afirmação do ministro, mas debocha dela, provocando uma alteração semântica que dá a ver o porquê das críticas e da avaliação negativa vindas de um membro do governo. A trinca de exemplos busca ainda compor uma justificativa que mostre não haver exclusividade ao governo do ministro quanto ao tratamento dispensado. Por noticiar escândalos políticos nos governos dos três presidentes eleitos até então desde a redemocratização, o editorial diz que a imprensa não é boa, a rigor, para governo algum.

Como no *Estadão*, aparece na *Folha* a conexão entre casos que mostrariam os ataques do governo Kirchner ao *Clarín*. Segundo o editorial, o começo da perseguição datava de 2008, quando o jornal apoiou ruralistas contra o governo na questão dos impostos sobre exportação. “De lá para cá, o Clarín foi submetido a uma grande blitz da Receita; foi obrigado a se desfazer de emissoras de TV por causa de nova lei; viu ser revertida a fusão com outro grupo na área de TV a cabo; e teve anulada licença para fornecer serviços na internet” (Escalada persecutória, *Folha de S.Paulo*, 26 ago. 2010).

Também na proibição da publicação de imagens violentas por jornais venezuelanos, a *Folha* elenca o que chama de “longa folha corrida de perseguição à mídia” de Chávez. “Em 2009, (...) o governo vetou notícias ‘que produzam terror nas crianças, incitem o ódio e atentem contra os valores sãos’. Há um ano, Chávez também tirou do ar 34 emissoras de rádio críticas ao governo, acusando-as de funcionar irregularmente” (Censura chavista, *Folha de S.Paulo*, 20 ago. 2010). A “folha corrida” deslegitima o presidente venezuelano – e legitima a luta contra a censura.

- Inversão de acusações

O Estado de S.Paulo

A tentativa de Lula de atacar o jornalismo é interpretada como tendo virado contra ele próprio na medida em que parte do eleitorado teria percebido tal postura como confissão de culpa e possível ameaça à liberdade de informar. O “efeito bumerangue” de que fala o *Estado* aponta para a inversão dos efeitos das críticas do presidente: o que teria intenção de desqualificar o jornalismo, na interpretação do editorial, acabou por deslegitimar a candidatura de Dilma.

Foi um típico efeito bumerangue. **Ao investir ferozmente contra a imprensa** em três comícios sucessivos no breve período de 5 dias, **Lula decerto buscava desqualificar as revelações dos escândalos na Casa Civil** chefiada pela mais próxima colaboradora de Dilma, Erenice Guerra. (...)

Mas, em vez de cair no conto lulista de que as denúncias não passavam de calúnias, **uma parcela dos eleitores que nas urnas se revelaria significativa entendeu que a virulência do presidente representava uma confissão de culpa, além de indicar uma ameaça potencial à liberdade de informar em um eventual governo Dilma.** (A compulsão fala mais alto, *O Estado de S.Paulo*, 16 out. 2010, grifo nosso).

Outra crítica ao jornalismo, vinda desta vez do ex-ministro José Dirceu, é desconstruída e redirecionada, ao menos em parte, a Lula. Assim, os argumentos que Dirceu usa para deslegitimar a imprensa são usados para deslegitimar a postura do presidente – e consequentemente arrefecer a crítica à atuação dos *media* jornalísticos. As acusações, portanto, são invertidas.

Ele verbera “**o abuso do poder de informar**” da **mídia nacional**, um imaginário bloco monolítico, além de **aliada por excelência do “poder econômico”** – como se o aliado de escolha das elites do capital não fosse, isso sim, o presidente Lula. O que Dirceu não consegue esconder é o seu ressentimento com a posição do adversário Antonio Palocci na campanha de Dilma. **Ele acusa a**

imprensa de “pressionar pela constituição do governo”, como se fosse ela, e não o presidente Lula, que tivesse planos de poder para o ex-ministro da Fazenda também na eventual gestão de sua sucessora (Todo poder ao PT, *O Estado de S.Paulo*, 17 set. 2010, grifo nosso).

Há ainda um caso em que se rebate uma crítica ao jornalismo atacando quem a fez, o Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST). “A liderança do MST costuma acusar a imprensa de, na defesa dos interesses das ‘elites dominantes’, promover campanhas sistemáticas de desmoralização do movimento, como objetivo de comprometê-lo com a opinião pública” (MST, a imagem do atraso, *O Estado de S.Paulo*, 17 jan. 2011). O editorial sugere que é o próprio MST que se desmoraliza, ao menosprezar a consciência cívica dos brasileiros com agressões ao Estado de direito, incitação à violência e manipulação da ignorância e da desesperança.

Folha de S.Paulo

Na *Folha*, esse tipo de construção aparece, por exemplo, em editorial sobre um documento oficial do PT que indicava haver uma “guerra de extermínio” contra o partido, promovida particularmente pelos *media*. O título, *Vítima farsesca*, reforça o argumento que desqualifica o lugar de vítima em que o PT se apresenta no documento. E, no último parágrafo do texto, há uma inversão que sugere ser o partido não a vítima, mas o algoz – e os *media* a vítima verdadeira:

Nessa lógica, que não admite críticas, faz-se de **perseguido** aquele que se **apronta para perseguir**; faz-se de **vítima** quem pretende ser **algoz**; faz-se de **democrata** o **ensor**, de **honesto** o **corrupto**, de **inocente** o **bandido**. O PT perdeu a moral que tantas vezes ostentava quando na oposição. Perdeu a moral, mas não perde o autoritarismo, a mendacidade e a arrogância (*Vítima farsesca*, *Folha de S.Paulo*, 7 mar. 2010, grifo nosso).

Diante de questionamento à atividade do jornalista, em outro texto, é feita a seguinte inversão argumentativa: não são os jornalistas que estariam a serviço dos donos das empresas *mediáticas*, mas os agentes do campo político formal que seguem ordens de um chefe e

misturam interesses públicos e privados. Estava em questão o caso Erenice Guerra, sucessora de Dilma Rousseff na Casa Civil da Presidência, denunciada em setembro de 2010 por tráfico de influência envolvendo negociações de seu filho.

Com efeito, é comum que tratem o jornalista não como alguém investido da função democrática e pública de questioná-los sobre temas incômodos, mas como uma espécie de funcionário a serviço dos donos de uma empresa.

(...)

Todavia, quem segue ordens de um chefe, quem mistura interesses privados a questões de ordem pública, quem age de forma subserviente, quem conspira e quem se esconde não é o jornalista nem os que administram a empresa da qual faz parte (Arrogância de sempre, *Folha de S.Paulo*, 14 set. 2010, grifo nosso).

O texto que trata do já citado caso de censura partindo de um magistrado de Tocantins traz uma inversão de acusação. O desembargador Liberato Póvoa considerara que notícias difamatórias tinham objetivo de promover “balbúrdia eleitoral” no Estado. A essa acusação, a *Folha* responde: “Balbúrdia – no sentido de ‘situação confusa, trapalhada, complicação’ – é o que alguns representantes da Justiça Eleitoral têm promovido em casos como esse” (Mordaça, *Folha de S.Paulo*, 28 set. 2010). O jornal legitima o jornalismo ainda dizendo que, aos meios de comunicação, não cabe zelar pelo sigilo de relatórios.

- Definições-simulacro

O Estado de S.Paulo

Investidas de Lula contra a imprensa teriam levado o PT e entidades como CUT, UNE e MST, em São Paulo, a promover um “ato contra o golpe midiático”. O editorial do *Estado* apresenta, na sequência, uma definição-simulacro – ou seja, uma definição que traduz o Outro com ironia ou sarcasmo pelo entendimento do Mesmo – do que seria o golpe midiático de que falavam os envolvidos no ato. “É como classificam, cinicamente, a divulgação dos casos de negociatas, cobrança e recebimento de propinas no núcleo central do governo” (O

desmanche da democracia, *O Estado de S.Paulo*, 23 set. 2010). Ou seja, o golpe não seria outra coisa senão a imprensa mostrar os podres do governo.

A partir de uma aparente dissociação entre Lula e Chávez, o *Estadão*, sarcasticamente, no editorial *Lula fala, Chávez faz*, trata do que seriam as definições de certo e errado no trabalho jornalístico:

No Brasil, o presidente Lula diz que fica triste quando os jornalistas, tendo o direito de escrever a coisa certa, escrevem a coisa errada. Na Venezuela, o seu companheiro Hugo Chávez não perde o seu tempo se entristecendo com os meios de comunicação que escrevem a coisa errada – críticas ao seu regime autoritário – e não a coisa certa – louvação a quem está no poder. Levando às últimas consequências o desgosto do brasileiro com a imprensa que, segundo ele, tem o direito de falar bem do governo, Chávez castiga duramente aqueles que ainda tentam preservar o direito de falar sobre o que entendem ser a verdade dos fatos no país (Lula fala, Chávez faz, *O Estado de S.Paulo*, 28 mar. 2010, grifo nosso).

O jornal certamente não defende o certo e o errado como definidos no texto, aciona-os assim enquanto leitura da postura de Chávez e Lula. Para o *Estado*, o certo é a crítica ao regime, não a louvação. Com sarcasmo, deslegitima-se o desgosto dos chefes de Estado pela imprensa e faz-se um alerta de que seus entendimentos sobre o jornalismo estariam fora de lugar.

A contradição de como Lula veria o papel dos *media* é colocada em outro editorial: “De fato, Lula tem uma visão muito peculiar de qual deva ser o papel dos veículos de comunicação. Foto e exaltação a Dilma Rousseff na capa do jornal da CUT pode. Crítica ao PT na capa da revista *Veja* é “acinte à democracia e uma hipocrisia” (Uma questão de caráter, *O Estado de S.Paulo*, 22 out. 2010). O que pode e não pode é uma variação do certo e errado que aparecera antes.

A visão de Lula sobre liberdade de imprensa é descrita como “sinônimo de ‘informar corretamente’, deixando implícito que se considera juiz, como governante, não como leitor, do que possa ser informação correta e o seu oposto” (A imprensa no pós-Lula, *O Estado de S.Paulo*, 25 set. 2010). A definição particular de liberdade de imprensa busca expor a postura arbitrária do então presidente.

Enquanto isso, na Argentina, o modelo autoritário do kirchnerismo não fazia necessário tornar os *media* jornalísticos propriedade do Estado: “Basta que sejam dóceis ao governo e que este tenha os meios de devolvê-los ao bom caminho na duvidosa hipótese de que ousem contestar as verdades oficiais” (O aperto das cravelhas, *O Estado de S.Paulo*, 22 out. 2010). A definição do jornal, novamente com sarcasmo, faz a crítica, dessa vez à pressão do governo argentino sobre o jornalismo crítico – embora o jornal citasse no início do editorial que a mais recente tentativa de asfixia à imprensa tivesse partido do Congresso.

Folha de S.Paulo

A *Folha* também recorre ao sarcasmo para estabelecer uma definição do que seria “mídia” na visão do PT: “Mídia, no jargão corrente, significa todo jornal ou empresa de comunicação que não defenda figuras notórias do partido” (Vítima farsesca, *Folha de S.Paulo*, 7 mar. 2010). A definição critica o modo como o PT parece interpretar o papel dos *media* quando os apresenta como promotores de uma guerra contra o partido.

Ao definir o que os críticos do jornalismo hegemônico chamam de “controle social”, o jornal deslegitima o termo, uma “fantasia etérea” que esconderia seu “desígnio verdadeiro”: “expandir um poder que já se espalha em demasia, intimidando a imprensa livre e crítica, sempre incômoda para qualquer governo, não importa sua coloração, e tanto mais incômoda quanto mais poderoso esse governo se sente” (Abusos da imprensa, *Folha de S.Paulo*, 23 ago. 2010). A deslegitimação da expressão em sua tradução enquanto Outro é acompanhada da legitimação do Mesmo, o jornalismo, por ser incômodo a qualquer governo.

- Censura

O Estado de S.Paulo

Casos de censura afetam a democracia. E sendo a Justiça a responsável por coibir a liberdade de imprensa, estaria contra a lei e o bem comum. Não teria nem legalidade nem legitimidade para fazê-lo. A legitimação do jornalismo figura no combate à censura judicial.

Dito de outro modo, **a liberdade de imprensa não pode ser coibida**, mas os que dela usufruem para se dirigir à sociedade **devem responder pelas transgressões** que tiverem cometido. **A censura prévia desfigura** essa lógica em que se assenta, afinal, **a democracia**. A **Justiça** pode punir, mas não pode silenciar por antecipação. Ao fazê-lo, situa-se objetivamente na **contramão da lei e do bem comum** (Mais censura prévia, *O Estado de S.Paulo*, 15 maio 2010, grifo nosso).

A discussão sobre controle social dos *media*, que estaria a contaminar a do marco regulatório da radiodifusão, virava, para o *Estado*, “uma tentativa espúria de vender gato por lebre”. As duas questões só se confundiriam na cabeça de “desavisados, mal-intencionados ou sectários”. Esses desavisados o jornal busca deslegitimar, como também o tema “controle social”, que não seria outra coisa senão censura:

Durante a Confecom, a **militância radical** deitou e rolou sobre o tema “**controle social**” e chegou a apresentar projeto de criação de um “**órgão fiscalizador**” das notícias e opiniões divulgadas pelos veículos de comunicação em todo o País. **Em qualquer lugar do mundo, em qualquer tempo, isso tem um nome: censura**. O plenário teve o bom senso de recusar a ideia (Vendendo gato por lebre, *O Estado de S.Paulo*, 22 nov. 2010, grifo nosso).

Não é preciso deslegitimar a censura. Ela própria se faz esse favor. O que aparece é a deslegitimação de qualquer proposta de controle social ou regulação carimbando a etiqueta de censura. Recusar ideias como a de um órgão fiscalizador é visto como prova de bom senso.

Antes das eleições, a substituição de última hora do programa de governo de Dilma, com a retirada de questões polêmicas, teria sido feita em uma espécie de *Se pegar, pegou*. Um dos pontos suprimidos dizia respeito à democratização da comunicação e à reativação do Conselho Nacional de Comunicação Social, que representariam a intenção de controle social. E o controle, a censura seriam “o atestado de óbito da democracia”.

Também aí são claras as intenções de controle dos meios de comunicação – que, aliás, o governo Lula tentou fazer, ora avançando, ora recuando, por meio de diversos mecanismos e projetos, sempre **repudiados pela sociedade brasileira**, pois que esta já sabe que o **cerceamento à liberdade de expressão**, que está no bojo de trais propostas, **seria o atestado de óbito da democracia brasileira** (Se pegar, pegou, *O Estado de S.Paulo*, 7 jul. 2010, grifo nosso).

Embora considerasse “má notícia” a participação da Empresa Brasil de Comunicação na União Latino-Americana de Agências Noticiosas (Ulan) – pela companhia de países sem vestígio de imprensa livre –, o jornal não via como algo inesperado. Um dos motivos: “o petismo é uma usina de produção continuada de tentativas de amordaçamento do livre fluxo de informações e opiniões na mídia brasileira, a começar pela televisão” (Agência das versões oficiais, *O Estado de S.Paulo*, 28 out. 2010). O PT como um censurador em potencial e o amordaçamento por si são deslegitimados.

Apesar das críticas, o *Estadão* reconhecia, no editorial *A imprensa no pós-Lula* que “a imprensa brasileira é hoje tão livre como era no primeiro dia de Lula presidente. Quando não é, como no caso da censura prévia imposta a este jornal, o problema se origina no Judiciário” (*A imprensa no pós-Lula*, *O Estado de S.Paulo*, 25 set. 2010). A censura aparece vinculada principalmente à atuação da Justiça.

O *Cerco à imprensa argentina* é apresentado como uma censura não convencional: a apropriação do papel-jornal. Deslegitima-se a postura do governo Kirchner pela tentativa de controle do jornalismo. “As perspectivas para a liberdade de imprensa na Argentina são sombrias. O controle da mídia faz parte da operação eleitoral peronista no próximo ano” (*Cerco à imprensa argentina*, *O Estado de S.Paulo*, 24 set. 2010). O tom alarmista indica quão preocupante as ações do governo seriam.

Ainda no cenário internacional, o jornalismo é legitimado diante da repressão no Egito à cobertura dos protestos pela saída de Hosni Mubarak do poder. Além de tentar conter o clamor popular, as forças de repressão atuavam sobre o trabalho da imprensa estrangeira. O editorial busca deslegitimar tais restrições: “O desespero do sistema de poder cevado por Mubarak levou os seus gorilas a destroçar até mesmo regras elementares de convivência diplomática, como a tolerância em relação à atividade das equipes de mídia admitidas no país” (*Barbárie no Egito*, *O*

Estado de S.Paulo, 5 fev. 2010). A repressão à imprensa, no caso, avançou até a violência física, com espancamento e sequestros.

Folha de S.Paulo

Ao reclamar do engessamento e do controle exagerado das disputas eleitorais, não apenas quanto aos candidatos, mas em relação também à sociedade em geral, a *Folha* cita o exemplo de um jornalista que foi multado pela Justiça Eleitoral de Rondônia, por veicular mensagens eletrônicas contra o então governador José de Anchieta Júnior que disputava a reeleição, e proibido de citar o nome dele. Em defesa da circulação livre de opiniões contra candidatos, inclusive na imprensa, o jornal questiona o que entende como censura:

Para casos de difamação, repita-se, existe o Código Penal. A legislação eleitoral torna-se **abusiva**, entretanto, quando pretende **coibir a crítica**. Com o conceito de ‘propaganda eleitoral negativa’, não é apenas a judicialização da política que dá mais um passo para instaurar-se no país, mas é também a **censura que reaparece, com outro nome** (Regras demais, *Folha de S.Paulo*, 25 abr. 2010, grifo nosso).

O Judiciário continua na berlinda no caso em que um magistrado do Tocantins proibiu aos *media* a publicação de informações sobre determinada investigação. E o jornal insiste que não se trata de judicialização da política, era censura mesmo: “Mais do que contribuir para a crescente e indesejável judicialização da política, providências como a do desembargador do Tocantins representam uma tentativa de reviver a odiosa instituição da censura – e por isso precisam ser rechaçados” (Mordaça, *Folha de S.Paulo*, 28 set. 2010).

Não cabe à Justiça promover *Mordaça*, cercear a liberdade. “É uma característica essencial do ambiente democrático a livre circulação de opiniões contrárias ou favoráveis a candidatos. Não é função da Justiça coibir a crítica, o debate e a informação” (Mordaça, *Folha de S.Paulo*, 28 set. 2010). Para casos de injúria, calúnia e difamação, diz a *Folha*, há o Código Penal.

Um tribunal de Caracas decretara que os jornais não publicassem imagens “violentas, sangrentas e grotescas”. O caso é entendido como censura em um contexto de turbulência na relação entre

os meios de comunicação venezuelanos e o governo de Hugo Chávez. Como lá havia rédeas políticas fortes e personalistas, a Justiça acaba por ser parte da estrutura de poder chavista. Assim, mesmo que o embate seja *a priori* com a Justiça, é o governo Chávez e sua “perseguição à mídia” que o editorial questiona:

O objetivo declarado da Justiça com a proibição é preservar crianças e adolescentes da exposição a esse tipo de imagem. Mas a imprensa venezuelana e associações internacionais como a SIP (Sociedade Interamericana de Imprensa) viram com razão ato de **censura prévia** imposta pelo governo Chávez, que **tem longa folha corrida de perseguição à mídia** (Censura chavista, *Folha de S.Paulo*, 20 ago. 2010, grifo nosso).

- Citações desqualificantes (ou desqualificadas)

O Estado de S.Paulo

Diante da *Mordça por atacado* imposta por um desembargador do Tocantins, vem da OAB a fala que corrobora o argumento do *Estadão*: “Quando se proíbe a divulgação de informações baseadas em fatos, está se ferindo o preceito constitucional de garantias ao Estado de Direito”, alertou o presidente da Ordem dos Advogados do Brasil (OAB), Ophir Cavalcante. ‘É preciso repudiar essas atitudes.’” (Mordça por atacado, *O Estado de S.Paulo*, 28 set. 2010). Pela voz de outrem, não por acaso também do campo jurídico, deslegitima-se a decisão do magistrado. O presidente da OAB, agente externo à instituição jornalística, nesse caso, não é o Outro, mas parte do Mesmo.

O editorial que marca um ano de censura sofrida pelo *Estadão* termina com citação do ministro do STF, Carlos Ayres Britto. Ele desqualifica censura e ajuda o jornal a deslegitimar a proibição a que fora submetido: “não há no Brasil norma ou lei que chancela poder de censura à magistratura’. (...) Britto sustenta, singelamente, que ‘não é pelo temor do abuso que se vai proibir o uso’” (Um ano sob censura, *O Estado de S.Paulo*, 31 jul. 2010).

Em outro editorial, aparece um caso de censura prévia sobre o *Diário do Grande ABC*, deixando de ser o *Estadão* o único jornal de São Paulo a ser “amordaçado por uma decisão judicial”. Uma nota da Associação Nacional dos Jornais (ANJ) e a derrubada da Lei de

Imprensa pelo Supremo Tribunal Federal (STF) subsidiam a crítica à decisão. A citação da ANJ atua como desqualificante da censura.

Avalie-se como se queira a relevância do assunto e o montante da multa, o fato é que mais uma vez um juiz tomou uma decisão que **“viola frontalmente o espírito e a letra da liberdade de expressão assegurada pela Constituição Federal”**, como apontou a Associação Nacional de Jornais (ANJ) na nota em que condenou a sentença. O texto lembra que o **primado constitucional da liberdade de informar e do direito de ser informado** foi inequivocamente acolhido pelo Supremo Tribunal Federal (STF) quando derrubou a Lei de Imprensa de 1967, baixada sob a ditadura militar, portanto (Mais censura prévia, *O Estado de S.Paulo*, 15 maio 2010, grifo nosso).

Falas pronunciadas por Dilma também se tornam importantes avalizadores da defesa da liberdade de imprensa. Não haveria dúvidas sobre o que pensa a já presidente eleita: controle de conteúdo é um absurdo. “Mais claro, impossível”, diz o editorial. Trata-se de uma citação desqualificante.

Logo depois de eleita, Dilma Rousseff disse claramente o que pensa sobre o assunto, em entrevista à TV Bandeirantes: **“Temos de distinguir duas coisas: marco regulatório e controle do conteúdo da mídia. O controle social da mídia, se for de conteúdo, é um absurdo. É um acinte à liberdade de imprensa. Não compactuo com isso. Se chegar à minha mesa qualquer tentativa de coibir a imprensa no que se refere à divulgação de ideias, propostas, opiniões, tudo o que for conteúdo, é o que eu falei: o barulho da imprensa é infinitas vezes melhor do que o silêncio das ditaduras.”** Mais claro, impossível (Sobre regulações e controles, *O Estado de S.Paulo*, 12 nov. 2010, grifo nosso).

A aprovação do Conselho de Comunicação Social no Ceará foi vista pelo jornal como tentativa de controle dos *media*. O texto traz o posicionamento do presidente do Sindicato dos Jornalistas do Ceará,

Claylson Martins, negando quaisquer pretensões censórias. Trata-se, no entanto, de uma citação-simulacro, que é em seguida deslegitimada: “o palavreado apaziguador não engana”, diz o *Estado*. Aí então surge a declaração que interessa, por legitimar a crítica ao Conselho como defesa contra a censura: “Para o diretor executivo da Associação Nacional de Jornais (ANJ), Ricardo Pedreira, a proposta é ‘obscurantista, autoritária e inconstitucional’” (O assédio petista à mídia, *O Estado de S.Paulo*, 24 out. 2010).

Diante do acesso da *Folha* ao anteprojeto da Lei Geral da Comunicação Social, que regularia o setor com a criação da Agência Nacional de Comunicação, o *Estadão* diz que houve reação negativa e, mesmo em meio a tentativas de explicação de que não era uma versão definitiva, critica a postura de quem costuma acrescentar um porém à liberdade de imprensa. A citação desqualificada no texto foi da presidente da EBC, Tereza Cruvinel, que “não resistiu à oportunidade de reiterar o que pensa sua turma: ‘Como jornalista, acho que precisamos de alguma regulação. A liberdade de imprensa é sagrada, porém outros direitos precisam ser preservados.’ Há sempre um ‘porém’” (Liberdade de imprensa, porém..., *O Estado de S.Paulo*, 11 dez. 2010).

No editorial *A elite que Lula não suporta*, está dito que, quem faria oposição no Brasil, nas palavras do presidente, seria um tipo de imprensa. Diante de um erro de concordância de Lula, o jornal acrescenta a expressão latina “sic”, usada para indicar que a frase foi dita daquele jeito mesmo. No contexto de deslegitimar o tratamento que Lula dispensa ao jornalismo, trata-se de mais um recurso argumentativo para apontar “ignorância”.

A revelação de seu verdadeiro alvo Lula oferece cada vez que abre a boca. Como no dia 18, em Juiz de Fora: “Essa gente não nos perdoa. Basta que você veja alguns órgãos e jornais do Brasil (...) **Porque na verdade quem faz oposição neste país é determinado tipo de imprensa.** Ah, como inventam coisa contra o Lula. Olha, se eu dependesse deles para ter 80% de aprovação neste país eu tinha zero. Porque 90% das coisas boas deste país não é mostrado (sic).”

Então é isto. Imprensa que fala mal do governo não presta, extrapola os limites da liberdade de informar. Não é mais do que um instrumento de dominação das elites (A elite que Lula não suporta, *O Estado de S.Paulo*, 21 set. 2010, grifo nosso).

As afirmações do parágrafo final sugerem debochadamente corroborar o posicionamento do presidente. O *Estadão* certamente não entende que “imprensa que fala mal do governo não presta”. Em outro texto, o jornal cita o que considerava uma “pérola candidata a lugar de destaque na antologia” do presidente. A expressão “*sic*” é usada novamente, dessa vez não para indicar erro de concordância, mas de raciocínio, pelo uso da palavra “teórico”.

Em seguida, Lula brindou a plateia com uma **pérola candidata a lugar de destaque na antologia de seu verbo solto**: “Há uma briga histórica que eu considero um equívoco: os meios de comunicação confundirem **uma crítica** que qualquer pessoa faça a eles **como um cerceamento de liberdade de imprensa**. É a coisa mais absurda, mais pobre do ponto de vista teórico (**sic**) que conheço é alguém achar que não pode receber crítica, que são intocáveis.” Pano rápido (Afinal, uma boa notícia?, *O Estado de S.Paulo*, 6 dez. 2010, grifo nosso).

Na Argentina, diante da conturbada relação entre o governo de Cristina Kirchner e os *media*, declarações ofensivas do ministro da economia Amado Boudou sequer precisam ser contrapostas. São autodeslegitimadoras e acabam por reforçar o argumento contra a “campanha destrutiva” que os jornais locais sofreriam: “o ministro estremeceu a todos ao comparar os repórteres aos ‘empregados que limpavam as câmaras de gás durante o nazismo’. Referiu-se ainda à ‘imprensa assassina’ (As digitais do ‘estilo K’, *O Estado de S.Paulo*, 19 out. 2010).

Folha de S.Paulo

A criação do Conselho Estadual de Comunicação Social do Ceará, por lei aprovada na Assembleia Legislativa, é avaliada como tentativa de controle dos *media*: “‘Temos uma cultura de denunciismo’ na imprensa, diz o líder do governo na Assembleia; pode-se imaginar que tipo de imprensa, e de controle, almeja-se obter com tal Conselho” (Sob controle, *Folha de S.Paulo*, 24 out. 2010). A declaração serve para o jornal questionar o Conselho e o tipo de imprensa que seus defensores esperam – talvez sem denúncias.

De volta à questão do certo e errado no jornalismo, agora a partir de uma declaração de Lula. A citação, o raciocínio e o próprio presidente são desqualificados por se afastarem da democracia. “É triste quando a pessoa tem o direito de escrever a coisa certa e escreve a coisa errada”. É uma afirmação tosca, sem dúvida, mas antes disso autocrática. Não faz sentido no contexto da democracia” (Devaneio autocrático, *Folha de S.Paulo*, 25 mar. 2010). Com citações assim também, portanto, deslegitima-se o Outro e legitima-se o jornalismo.

4.1.2 Legitimação por exaltação e reforço de papéis

Além da legitimação que se dá pela desqualificação dos agentes sociais, principalmente do campo político, há uma forma de legitimação construída a partir da reiteração dos papéis do jornalismo, da explicação daquilo que deve ser e das condições que precisa para atuar. O reconhecimento e a justificação do jornalismo vêm por vezes pela exaltação de seus atributos institucionais. Trata-se, portanto, de uma ação legitimadora pela afirmação, ao contrário da que busca deslegitimar o Outro.

- A autoimagem

O Estado de S.Paulo

A guerra entre Lula e a imprensa é colocada como uma das causas que explicaria a previsível adesão brasileira à União Latino-Americana de Agências Noticiosas (Ulan), vista como uma *Agência das versões oficiais*. E por que haveria guerra? Ora, essa imprensa “se recusa a se dobrar aos seus 80 e tantos por cento de aprovação, insistindo em destampar os podres de sua administração – para que não se diluam nos vapores inebriantes da prosperidade econômica” (Agência das versões oficiais, *O Estado de S.Paulo*, 28 out. 2010). Impedindo que aquilo que inebria, que leva ao entusiasmo ou mesmo à embriaguez, faça os podres se perderem, está o jornalismo a atuar. A imprensa publiciza, destampa os podres.

O jornalismo está atento às ocorrências e ouve queixas da população. Felizmente é assim no Brasil, diz o editorial *A caixa preta da Petrobrás*, exaltando a imprensa nacional. Tudo isso aparece diante de um incêndio em uma plataforma da Petrobrás na Bacia de Santos em que, vinte dias depois, a empresa ainda não havia divulgado um

comunicado a respeito. “A Petrobrás age como se o País ainda estivesse mergulhado nos anos de chumbo. Felizmente, o Brasil tem uma imprensa atenta ao que se passa e que ouve as queixas dos que moram ou trabalham nos locais atingidos” (A caixa-preta da Petrobras, *O Estado de S.Paulo*, 7 fev. 2011). Aqui a imagem do trabalho jornalístico ganha seus contornos por devotar atenção à população.

A decisão de afastar o delegado Romeu Tuma Júnior do cargo foi considerada tardia pelo *Estadão*, já que as investigações que mostravam ligação dele com um chefe da máfia chinesa de contrabando no Brasil corriam há tempos na Polícia Federal. Só a pressão da imprensa, diz o jornal, teria feito o governo agir. Sem haver tal pressão, não se vê cobrança do governo sobre seus aliados.

O fato de o ministro da Justiça, Luiz Paulo Barreto, ter decidido afastar, por 30 dias, o delegado Romeu Tuma Júnior do comando da Secretaria Nacional de Justiça confirma que **o governo só enfrenta o incômodo de cobrar obediência à lei e lisura ética de seus aliados políticos se a tanto for pressionado pela imprensa independente**. Foi em 5 de maio que este jornal mostrou em reportagem as estreitas ligações do delegado Tuma Júnior com Li Kwok Kwen, também conhecido por Paulo Li, considerado um dos chefes da máfia chinesa especializada em contrabando no Brasil (Afastamento tardio, *O Estado de S.Paulo*, 13 maio 2010, grifo nosso).

Graças à imprensa que medidas são tomadas no campo político para preservar a lei e a ética. É o que indica o editorial. O escândalo no noticiário faz romper o silêncio das autoridades, que passam a ter que agir. “Esse silêncio, no entanto, foi rompido pela imprensa livre. E a repercussão do escândalo mostrou que o governo podia, sim, ter adotado medidas saneadoras, prontamente” (Afastamento tardio, *O Estado de S.Paulo*, 13 maio 2010). A imprensa, legitimada por exaltação, é aquela que rompe o silêncio.

O lulismo insistiria na execração do jornalismo porque a mídia, afinal, “se recusa a torna-se afônica e, nessa medida, talvez faça diferença nas urnas de 3 de outubro, dada a gravidade dos escândalos expostos” (O desmanche da democracia, *O Estado de S.Paulo*, 23 set. 2010). É um caso de exaltação, em que o atributo publicizante de “voz da sociedade”, por se aterrorizante, estaria gerando ataques. Os *media*

jornalísticos se recusam a se calar. E a atuação do jornalismo talvez fizesse diferença na votação.

A imprensa seria a responsável por denunciar a falência ética do governo. E o fazia por “dever de ofício”, segundo o editorial publicado no dia das eleições. O *Estadão* questiona assim a postura de Lula que, em vez de condenar os casos de corrupção que ocorriam em sua gestão, direcionava sua revolta à imprensa: “Toda sua teatral indignação, todo o ímpeto de sua revolta, Lula reservou para atacar quem, por dever de ofício, tem denunciado a falência ética de seu governo: a imprensa” (Que, bem ou mal, falem as urnas, *O Estado de S.Paulo*, 3 out. 2010). A legitimação traz a denúncia como ofício.

Folha de S.Paulo

A definição de jornalismo dada no início do editorial *Abusos da imprensa* serve para mostrar que os relatos jornalísticos não são incontestáveis. Com a autoimagem de “retrato provisório”, a *Folha* mostra uma possível fraqueza, que torna o jornalismo sempre passível de críticas, mas por ela o legítima.

Como **retrato sumário e provisório dos acontecimentos enquanto se desenrolam**, o jornalismo sempre está sujeito a críticas. Por mais isento, um relato noticioso parecerá distorcido a uma parte envolvida; todo artigo de opinião pode ser contestado. Por isso **é temerário impor censura ou controle à circulação do pensamento** (*Abusos da imprensa, Folha de S.Paulo*, 23 ago. 2010, grifo nosso).

No editorial do dia em que a *Folha* apresentava a reforma editorial e gráfica do jornal, os compromissos com o leitor eram renovados e uma série de pontos que buscava explicar e reconhecer o valor do jornalismo feito pelo jornal. “Em meio às mudanças, é oportuno ressaltar o que permanece. Antes de tudo, uma preocupação sistemática de servir ao leitor e ao interesse público” (*Espelho do mundo, Folha de S.Paulo*, 23 maio 2010). Estar a serviço do leitor, aquele que precisa reconhecer a legitimidade do jornalismo, e atender ao interesse público permanecem como chaves do processo de legitimação.

Ao criticar a postura dos políticos de tratar jornalistas como se lhe prestassem um favor, a *Folha* argumenta que o jornalista, como

intermediário, está a serviço dos interesses dos cidadãos, aos quais os políticos deveriam responder. A legitimidade é, portanto, enunciada como algo estabelecido, e que emana da representação, tal e qual a legitimidade dos políticos – que diferentemente dos jornalistas têm o voto como um atestado da delegação popular.

Vai-se consolidando a mentalidade de que postulantes a um cargo eletivo prestam um favor aos jornalistas quando, na verdade, estão a cumprir a exigência básica de responder a perguntas de **interesses dos cidadãos** (A mesma síndrome, *Folha de S.Paulo*, 19 set. 2010, grifo nosso).

Graças ao jornalismo é possível desfazer fragilidades que as campanhas eleitorais escamoteiam. Em outro editorial, diante da inexperiência de Dilma, então candidata à Presidência, e de metáforas consideradas populistas como “mãe” e “pai” em designação à candidata e ao presidente, o jornalismo deve “levantar o véu da fantasia”:

São fragilidades como essa [a inexperiência de Dilma] – alarmante, quando estamos na iminência de uma campanha sumária de estilo consagratório – que a xaropada sentimental dos publicitários procura ocultar. **Cumpra-se à imprensa independente, às associações da sociedade civil** que procuram influenciar o processo eleitoral e a cada cidadão **levantar o véu da fantasia** (Pai e mãe, *Folha de S.Paulo*, 18 ago. 2010, grifo nosso).

É o papel de desvelar, de mostrar o que esta por trás que é ratificado. De um lado estão políticos e publicitários, responsáveis pelo véu. De outro, a imprensa acompanhada de associações da sociedade civil e dos cidadãos, aqueles que tiram o véu. Essa polarização põe o jornalismo no polo positivo do processo: o político oculta, o jornalista mostra. A autoimagem do jornalismo é também vinculada à sociedade civil em outro texto, no caso, sofrendo com o excesso de regulamentação eleitoral: “Não bastasse o intuito de controlar as manifestações dos candidatos, parece agora impor-se sobre a própria sociedade civil o peso dessa regulamentação” (Regras demais, *Folha de S.Paulo*, 25 abr. 2010).

Sem o jornalismo, os escândalos ficariam na penumbra: “Nada seria nem sequer revelado, não fosse a imprensa exercer o papel que lhe

cabe e contra o qual se insurgem com a arrogância de sempre” (Arrogância de sempre, *Folha de S.Paulo*, 14 set. 2010). Assim como impede o silêncio, o jornalismo atua contra a ocultação, revelando o que outros não querem.

No Equador, onde o presidente Rafael Correa ganhara autorização para convocar um referendo que, entre outras coisas, propusesse alguma regulação dos *media*, o jornal pondera: “Consultas populares são um mecanismo democrático salutar, mas precisam ser utilizadas com critério. E não devem servir de estratagema – como parece ocorrer no Equador – para investidas contra os pilares da democracia” (Democracia ao contrário, *Folha de S.Paulo*, 22 fev. 2011). Um dos pilares da democracia, no caso, seria o jornalismo. É legitimado pela autoimagem ligada à democracia.

- Atributos e funções

O Estado de S.Paulo

No primeiro dia de 2011, com a posse de Dilma Rousseff, o *Estadão* considerava que era hora de todos darem um voto de confiança a ela. Não podendo a imprensa, contudo, abdicar de seu papel, sua função de fiscalizar e cobrar o poder público. Essa postura do jornalismo o legitima enquanto agente público na relação com os poderes.

Agora que passa a ser a primeira mandatária de todos os brasileiros, é justo que todos, a despeito de divergências que provavelmente se manterão, se disponham a conceder-lhe um crédito inicial de confiança. Cada um no seu papel – o que **implica, para a imprensa, manter diante do poder público a postura de permanente fiscalização e cobrança** –, devemos agora encarar o futuro como um recomeço. É assim que funciona a democracia (A presidente de todos os brasileiros, *O Estado de S.Paulo*, 1 jan. 2011, grifo nosso).

Folha de S.Paulo

As possibilidades trazidas pela Internet ao debate político não retirariam do jornalismo seus papéis relacionados ao debate democrático, à reflexão política, à configuração de um espaço público

de divergência e consenso. Nas eleições de 2010, como manda a herança de esclarecimento do Século das Luzes, esse jornalismo teria iluminado a disputa.

Cabe ao jornal, seja na plataforma impressa ou na eletrônica, a manutenção do **debate público plural e qualificado**. O jornal sobretudo assume a função de **potencializar, pela polêmica e pela crítica, a reflexão política**, e a de **assegurar a constituição de um espaço qualificado de divergência e consenso**. De certa forma, TV, internet e jornalismo impresso **complementam-se** – como vai se observando, aliás, na atual campanha (Tela, rede, papel, *Folha de S.Paulo*, 20 ago. 2010, grifo nosso).

Os resultados apresentados pelo Datafolha reiteram, ainda, a função da imprensa na **configuração do espaço público e do debate democrático**. A internet constitui inestimável avanço técnico a serviço de todos os campos da atividade humana. Por mais notável, porém, que seja sua contribuição na área das comunicações, **é o jornalismo profissional e independente que, seja na forma impressa, seja na forma eletrônica, vem iluminando a disputa eleitoral** (A fé nos boatos, *Folha de S.Paulo*, 12 out. 2010, grifo nosso).

Os dois editoriais citados acima tratam, respectivamente, das diferenças e complementaridades entre os ambientes *mediáticos*, tendo como gancho o debate promovido pela *Folha* e pelo portal UOL na Internet, e da influência de boatos, questões religiosas e escândalos políticos no resultado do primeiro turno das eleições presidenciais, tendo como base pesquisa do *Datafolha*. São textos que, portanto, se montam em referência a partes da engrenagem empresarial da qual o jornal faz parte, ou seja, há evidente autorreferência ao Grupo Folha. A *Folha*, nesses casos, além do jornalismo como instituição, legitima-se enquanto organização.

Se a imprensa deve incomodar quem está no poder, tem o dever também de “inquirir, expor e questionar” quem quer chegar lá. São papéis citados, no âmbito do processo eleitoral, em editorial que critica a pasteurização dos debates políticos entre candidatos e os limites à interpelação de jornalistas:

Algum debate é melhor que debate nenhum. E cabe à imprensa independente, sobretudo numa eleição de cunho cesarista, como a atual, aproveitar todas as oportunidades para **inquirir, expor e questionar quem pleiteia a confiança da sociedade** (Debate sem debate, *Folha de S.Paulo*, 12 set. 2010, grifo nosso).

O vínculo com o público assegura ao jornalismo seus papéis como instituição. Os valores tradicionais do jornalismo da *Folha* – ser crítico, apartidário e plural – são reiterados ainda na proposta argumentativa de apontar permanências:

Com o tempo, consolidou-se aqui a prática de um **jornalismo crítico**, voltado a **problematizar, questionar e fiscalizar** num **diapasão apartidário**, ou seja, desengajado em relação ao governo de turno e às facções que disputam o poder político, econômico, cultural.

Ao mesmo tempo, firmou-se um padrão inédito de **pluralidade de visões**, expresso num elenco extenso e variado de colunistas, mas presente, também, no noticiário, onde o empenho de publicar todas as versões sobre um mesmo fato se tornou regra, nem sempre seguida a contento (Espelho do mundo, *Folha de S.Paulo*, 23 maio 2010, grifo nosso).

Em editorial sobre o sigilo dos autos do processo da prisão de Dilma durante o regime militar, a *Folha* lembra que nos Estados Unidos nenhum aspecto da vida privada de um candidato está a salvo do interesse público. “Ainda que, no Brasil, tenha-se o costume de resguardar um pouco mais a intimidade de governantes e políticos, é dever da imprensa escrutiná-la quando há motivos razoáveis para supor sua possível influência na condução dos negócios de Estado” (Mistérios de Dilma, *Folha de S.Paulo*, 27 ago. 2010). O escrutínio à intimidade, portanto, é reconhecido como legítimo nos casos em que a vida privada diz respeito à função pública.

Às marcas do jornalismo que a *Folha* prega, juntam-se funções que valeriam inclusive para o jornal do futuro. Espaço público, cidadania, debate de soluções para problemas coletivos, um espelho que mostre o que as pessoas têm em comum. A ideia legitimadora é a do jornal na relação com a comunidade, que dá condições ao

funcionamento da comunidade, tanto no sentido de participação e discussão coletiva quanto no de dar a ver um sentimento de pertencimento, de se ver no outro e reconhecer o outro em si:

Quando se fala sobre a função do jornal no futuro, não se pode omitir sua natural aptidão para estimular e garantir um mínimo de **espaço público** assim definido. Uma alavanca para o exercício mais completo da **cidadania política e econômica**. Um local de **debate das soluções para os problemas coletivos**. Um espelho do mundo que permita às pessoas vislumbrar o que têm em comum (Espelho do mundo, *Folha de S.Paulo*, 23 maio 2010, grifo nosso).

A serventia do jornalismo é reiterada, na relação direta com a política, pelo incômodo que deve causar: “Lula sabe muito bem para que serve o jornalismo crítico: incomodar governantes relapsos e prepotentes, expondo-os ao exame da opinião pública” (Lula e a imprensa, *Folha de S.Paulo*, 1 set. 2010). Os adjetivos que acompanham o “governantes” são endereçados a Lula, que estava incomodado e, na visão do jornal, é assim que deve ser. O incômodo, contudo, acompanha a exposição ao exame da opinião pública. É pela mediação do jornalismo que a “opinião pública” – termo usado aparentemente em um sentido genérico, equivalente a público ou população – avalia os governantes.

- Liberdade

O Estado de S.Paulo

Diante da demora da Justiça em se pronunciar sobre o mérito da proibição do jornal de tratar de denúncias contra o filho do então presidente do Senado, José Sarney, na operação Boi-Barrica, o *Estado* lembra que a questão envolvia “nada menos que o princípio constitucional da liberdade de imprensa e do direito à informação no País” (Um ano sob censura, *O Estado de S.Paulo*, 31 jul. 2010). É a liberdade de imprensa que seguia sendo violada a cada dia, princípio cuja garantia estava prevista na Constituição. O instrumento legal ancora a legitimação.

Para o *Estado*, “se a mídia conhece a extensão de sua responsabilidade social e sabe que essa responsabilidade deve ser cobrada pela sociedade, cabe ao poder público ser fiador do ambiente de liberdade indispensável ao exercício pleno da atividade jornalística” (Dilma e a imprensa livre, *O Estado de S.Paulo*, 23 fev. 2011). A liberdade, que precisa ser garantida, é, portanto, uma prerrogativa para a atuação jornalística. Trata-se de legitimar a liberdade em sua vinculação à instituição jornalística.

Folha de S.Paulo

Na *Folha*, a liberdade de que precisa o jornalismo é justificada, por exemplo, pelo direito do cidadão à informação: “A imprensa tem de ser livre, inclusive para errar – e responder por isso perante seu público ou à Justiça, sempre que for o caso. Essa liberdade atende sobretudo ao direito do cidadão de ter acesso a informações” (Devaneio autocrático, *Folha de S.Paulo*, 25 mar. 2010). É ao cidadão, ao público que a liberdade concedida ao jornalismo atende.

O anúncio da criação de um mecanismo de autorregulamentação pela Associação Nacional dos Jornais (ANJ) foi considerado oportuno pela *Folha*. Organizar um conselho para avaliar queixas e impor eventuais sanções a jornais afiliados poderia ser visto como mostra de que as empresas davam um passo contra *Abusos da imprensa*, palavras do título. Pela defesa da liberdade, o jornal legitima a autorregulamentação do jornalismo.

A liberdade de expressão se autocorrige. A autorregulamentação é um caminho apropriado, sobretudo se as sanções se resumirem à repreensão pública, pois a opinião dos julgadores também será, por excelentes que sejam, apenas mais uma opinião no confronto com as demais (*Abusos da imprensa*, *Folha de S.Paulo*, 23 ago. 2010, grifo nosso).

No mesmo editorial, a *Folha* celebra a vigência da liberdade no país: “Nestes 25 anos de democracia, tem prevalecido no Brasil ampla liberdade de expressão e seu corolário, a de imprensa” (*Abusos da imprensa*, *Folha de S.Paulo*, 23 ago. 2010). O STF referendou a proibição constitucional da censura, lembra o texto, apesar de decisões judiciais isoladas, como “como a que atingiu o jornal ‘O

Estado de S.Paulo””. Quem defende a liberdade de imprensa é legitimado como parte do Mesmo.

O site WikiLeaks, que despontou em 2010 ao vaziar informações diplomáticas dos Estados Unidos, incomodou. Embora o jornal entenda que o WikiLeaks não é um órgão jornalístico, é na esteira das justificações comumente dadas sobre o jornalismo – como o apelo à liberdade de expressão – que defende o site, parceiro da *Folha*. Aqui se deslegitima a “Caça ao WikiLeaks”, legitimando o WikiLeaks e de certo modo também o jornalismo, pelo direito de divulgar informações sigilosas.

Essas incertezas [sobre o WikiLeaks] possivelmente contribuem para as hesitações que se observam em setores que deveriam defender com vigor a **liberdade de expressão** e o **direito da mídia, tradicional ou não, de divulgar informações reservadas**. (Caça ao WikiLeaks, *Folha de S.Paulo*, 10 dez. 2010, grifo nosso).

O jornal clama por liberdade para o jornalismo também nos debates eleitorais. Afinal, uma participação menos engessada dos jornalistas seria importante contra a mera encenação. “Para evitar a sensação de que, mais e mais, os períodos eleitorais se consomem numa mera encenação democrática, seria preciso, entre outras coisas, emancipar o jornalismo de sua presença quase decorativa nos debates” (Na reta final, *Folha de S.Paulo*, 28 out. 2010). O papel do jornalismo no debate é reforçado pelo viés da necessidade de liberdade

- Citações qualificantes

O Estado de S.Paulo

No contraponto das investidas do PT em ataque à autonomia da produção jornalística, estaria a então candidata Dilma, cujas declarações indicavam comprometimento com a liberdade de imprensa.

O único dado alentador, no momento, foram as **declarações de Dilma em defesa da liberdade de imprensa**. A candidata não só tornou a repetir a *boutade* de que **o único controle social da mídia que aprova é o controle remoto do televisor**,

como prometeu que, se eleita, **não tentará impedir que a imprensa fale dela o que bem entender.** “No máximo”, antecipou, “vou dizer: está errado, por isso, por isso e por isso.” **É esperar que a sua posição prevaleça, se ela for a próxima presidente – que esperamos que não aconteça** (A imprensa no pós-Lula, *O Estado de S.Paulo*, 25 set. 2010, grifo nosso).

A citação reforça o combate ao controle dos *media*. Em outro editorial, ao defender, na festa de 90 anos da *Folha*, a liberdade de imprensa e de opinião, a já presidente disse que um governo deve saber conviver com críticas dos jornais para ter compromisso real com a democracia. E disse também:

“Uma imprensa livre, pluralista e investigativa é imprescindível para um país como o nosso (...) Devemos preferir o som das vozes críticas da imprensa livre ao silêncio das ditaduras”, disse a presidente Dilma Rousseff no evento comemorativo de 90 anos da *Folha de S.Paulo*. **Não é a primeira vez que a chefe de governo faz profissão de fé na imprensa livre, fundamento básico da democracia** (Dilma e a imprensa livre, *O Estado de S.Paulo*, 23 fev. 2011, grifo nosso).

De fato, não era. E ao legitimar a imprensa, Dilma acabava por ser legitimada também, principalmente pela comparação com a postura de seu antecessor. No mesmo texto que traz a declaração da presidente, o diretor de redação da *Folha* reforçar um papel do jornalismo. “Em sua intervenção, o diretor de redação do jornal, Otávio Frias Filho, lembrou que, em nome do leitor, os jornalistas exercem a função de fiscais do governo, tendo sempre um compromisso com a democracia e com o desenvolvimento do País” (Dilma e a imprensa livre, *O Estado de S.Paulo*, 23 fev. 2011).

No editorial *Ameaça à liberdade de imprensa* declarações do então ministro das Comunicações, Hélio Costa, e do à época deputado federal Antonio Palocci sustentam o argumento que o jornal defende contra a proposta de controle social que aparecia Plano Nacional dos Direitos Humanos (PNDH). Palocci sai em defesa da liberdade de imprensa como “instrumento para balizar a ação dos governantes”: “Os governos precisam de uma atuação forte e democrática da imprensa. Os

governos autoritários tendem a desabar por não permitirem o equilíbrio proveniente da crítica. Não digo que a crítica é agradável, mas ela é necessária. (...)” (Ameaça à liberdade de imprensa, *O Estado de S.Paulo*, 3 mar. 2010, grifo nosso). É a legitimação do jornalismo por uma citação qualificante.

A legitimação vem de agentes do campo da política e também do campo judicial. Assim que o jornal traz o então ministro do STF, Carlos Ayres Britto, para legitimar o trabalho jornalístico: “Entre a imprensa e a sociedade civil, advertiu Britto, há “uma linha direta” que não pode ser interrompida nem mesmo pelo Poder Judiciário” (A mídia entre duas culturas, *O Estado de S.Paulo*, 5 maio 2010). A ligação entre imprensa e sociedade civil coloca a instituição jornalística no polo positivo.

4.2 SEGUNDA LEITURA: ARGUMENTAÇÃO LEGITIMADORA

Para uma visada argumentativa mais detalhada sobre o texto, são analisados quatro editoriais, dois da *Folha de S.Paulo*, dois de *O Estado de S.Paulo*. Entre eles, dois editoriais, um de cada jornal, são peças de uma relação de confronto discursivo entre os campos do jornalismo e da política; os outros dois partem de acontecimentos que nascem dos próprios jornais para renovar compromissos com o público. São casos que representam as duas situações principais que levam o jornalismo a ser objeto de editoriais: ataques externos – a principal – e exaltação institucional e organizacional. A análise da argumentação legitimadora segue a conexão entre os textos dos dois jornais de modo a estabelecer um olhar comparado.

Vejam os editoriais *Todo poder tem limite*, publicado na edição de 26 de setembro de 2010, um domingo, na *Folha* (ver Figura 3). A excepcionalidade do texto é marcada pelo deslocamento de seu espaço rotineiro, na página A2, para a capa do jornal. Foi o único editorial de capa entre os 70 que constituem o *corpus* desta pesquisa. Dos 726 publicados pela *Folha* no período de análise, apenas outros dois também ocuparam a capa. Não se trata de uma simples alteração espacial, a enunciação é transformada pelo aparecimento de um elemento estranho, que rompe a normalidade. Há uma exacerbação da força argumentativa, o jornal mostra graficamente para o seu leitor que precisa se posicionar com ênfase sobre uma questão da ordem do dia.

Figura 3 – Editorial *Todo poder tem limite* (26 set. 2010)

FOLHA DE S. PAULO

Desde 1921 folha.com.br
 *** UM JORNAL A SERVIÇO DO BRASIL
 DIRETOR DE REDAÇÃO: OTAVIO FRIAS FILHO ANO 90 • DOMINGO, 26 DE SETEMBRO DE 2010 • Nº 29.761 EDIÇÃO SÃO PAULO • CONCLUÍDA ÀS 22H01 • R\$ 4,00

EDITORIAL

Todo poder tem limite

Os altos índices de aprovação popular do presidente Lula não são fortuitos. Refletem o ambiente internacional favorável aos países em desenvolvimento, apesar da crise que atinge o mundo desenvolvido. Refletem, em especial, os acertos do atual chefe do Estado.

Lula teve o discernimento de manter a política econômica sematada de seu antecessor. Seu governo conduziu à retomada do crescimento e ampliou uma antes incipiente política de transferências de renda aos estratos sociais mais carentes. A desigualdade social, ainda imensa, começa a se reduzir. Ninguém lhe contesta seriamente esses méritos.

Nem por isso seu governo pode julgar-se acima de críticas. O direito de inquirir, duvidar e divergir da autoridade pública é o cerne da democracia, que não se resume apenas à preponderância da vontade da maioria.

Vai longe, aliás, o tempo em que não se respeitavam maiorias no Brasil. As eleições são livres e diretas, as apurações, confiáveis — e ninguém questiona que o vencedor toma posse e governa.

Se existe risco à vista, é de enfraquecimento do sistema de freios e contrapesos que protege as liberdades públicas e o direito ao dissenso quando se formam ondas eleitorais avassaladoras, ainda que passageiras. Nesses períodos, é a imprensa independente quem emite o primeiro alarme, não sendo outro o motivo do nervosismo presidencial em relação a jornais e revistas nesta altura da campanha eleitoral.

Foi foi a imprensa quem revelou ao país que uma agência da Receita Federal plantada no berço político do PT, no ABC paulista, fora convertida em órgão de espionagem clandestina contra adversários. Foi a imprensa quem mostrou que o principal gabinete do governo, a assessoria imediata de Lula e de sua candidata Dilma Rousseff, estava minado por espantosa infiltração de interesses particulares. E de calcular o grau de desleixo para com o dinheiro e os direitos do contribuinte ao longo da vasta extensão do Estado federal.

Esta **Folha** procura manter uma orientação de independência, pluralidade e apartidarismo editoriais, o que redundará em questionamentos incisivos durante períodos de polarização eleitoral. Quem acompanha a trajetória do jornal sabe o quanto essa mesma orientação foi incômoda ao governo tucano. Basta lembrar que Fernando Henrique Cardoso, na entrevista em que se despediu da Presidência, acusou a **Folha** de haver tentado insultar seu impeachment.

Lula e a candidata oficial têm-se limitado até aqui a vituperar a imprensa, exercendo seu próprio direito à livre expressão, embora em termos incompatíveis com a seriedade requerida no exercício do cargo que pretendem intercmbiar.

Fiquem ambos advertidos, porém, de que tais bravatas somente redobram a confiança na utilidade pública do jornalismo livre. Fiquem advertidos de que tentativas de controle da imprensa serão repudiadas — e qualquer governo tenté de violar cláusulas pétreas da Constituição na aventura temerária de implantá-las.



serafina
Fernanda Takai, bonequinha de luxo e de ferro
Pág. 58

+
Ruy Castro
Ben Affleck
Louis Garrel

sãopaulo

51 sugestões para aproveitar a primavera Pág. 26

PRESIDENTE 40 ELEIÇÕES 2010

PT repete os erros do mensalão, diz Marina

Para a candidata do PV, José Serra (PSDB) faz 'colagem de promessas' sem critério



PODER
Bielniak começa com performance de 1968 feita por cem pessoas e invasão de pichador Pág. 411

A candidata do PV à Presidência, Marina Silva, afirma que uma parte do PT "parece não ter aprendido" com o escândalo do mensalão, que se resolveu em 2005.

Ex-ministra da Meio Ambiente de Lula e filiada ao PT até 2009, Marina chamou de "zangatinhas" as acusações de tráfico de influência à Casa Civil e disse que os petistas tentam abafar o caso para proteger sua candidatura, Dilma Rousseff.

Marina também acusou o PSDB de "falta de sensibilidade" com o social, tanto na gestão FHC, quanto na oposição a Lula, e afirmou que José Serra, candidato tucano no Piauí, faz uma "colagem de promessas" sem critério. Pág. 1

ESPECIAL
Caderno ajuda a escolher a escola infantil bilingue mais adequada Pág. 1 a 26

ESPORTE
Santos goleia Cruzeiro, Palmeiras vence e São Paulo perde em casa Pág. 54, D6 e D16

ILUSTRÍSSIMA
Sergio Fnaust responde a texto de André Singer sobre o lulismo Pág. 7

Netinho já tinha batido em mulher antes de ganhar

O candidato ao Senado Netinho de Paula (PC do B) alegou uma superveniência da Vaqz quatro anos antes de bater na ex-mulher. Ele também deve R\$ 600 mil pelo uso da marca Negritude. Sua assessoria não comentou o episódio. Pág. 9

CLASSIFICADOS
78 5.147 páginas anúncios

LIVROS QUE MUDARAM O MUNDO
Coleção traz hoje 'A interpretação das Sophos', de Freud

Hospitais de SP atraem mães para tratar bebês com males cardíacos
Pág. C14

Auditorias fazem ressalvas a gestão de Serra em SP

O Tribunal de Contas do Estado apontou problemas em saúde, moradias para baixa renda e expansão do metrô quando José Serra foi governador. Tucano diz que ressalvas são "irrelevantes" e que as contas foram aprovadas pelo TCE. Pág. 10

FALE COM A FOLHA
Vale como entrar em contato com a redação de jornalismo, de editoriais e de circulação: fale.folha.com.br

482 páginas • 399.758 exemplares
Distribuição: 26 de setembro de 2010, às 06h
Circulação média diária: 124.500 unidades

EDITORIAIS Pág. 42
Leta "No labirinto", sobre indefinição em torno da Lei da Ficha Limpa e "Brevata de Almadine" — crítico do declínio de presidente do Irã.

SP tem 14 das 15 cidades mais desenvolvidas, mostra ranking Pág. C14 e C15

ATMOSFERA Pág. C2
Cheve bastante toda a semana
Muito NPC • Muito ZPC

boa notícia Pág. B11
Mineradora investe quase R\$ 400 milhões no MIT brasileiro



HYUNDAI
Drive your way

NOVO HYUNDAI i30: 1º LUGAR EM SATISFAÇÃO NOS USA. AutoPacific

www.hyundai-motors.com.br • Centro de segurança segura • 0800

LANÇAMENTO 2011

Fonte: *Folha de S. Paulo*

A uma semana das eleições presidenciais, é a relação do então presidente Lula e de sua candidata Dilma com a imprensa que faz a *Folha* amplificar sua voz oficial. Dias antes, Lula havia declarado que alguns jornais e revistas se comportavam como um partido político e mantinha críticas e queixas ao trabalho jornalístico. O período eleitoral impulsionava a tensão permanente entre a imprensa e o governo. É nesse cenário que a *Folha* lança editorial em ataque a Lula e em defesa do jornalismo afirmando que todo poder tem limite. Extraímos um esquema argumentativo nuclear do texto a partir do qual se pode seguir:

Esquema argumentativo *Folha* 1

Premissa 1: Lula e Dilma têm vituperado a imprensa

Premissa 2: É a imprensa que emite o primeiro alarme diante do risco causado por ondas eleitorais avassaladoras como a que ambos representam

Conclusão 1: As bravatas redobram a confiança na utilidade pública do jornalismo livre

Conclusão 2: Tentativas de controle da imprensa serão repudiadas

Seria possível subdividir o esquema acima em vários outros, de modo a acompanhar detalhadamente a construção do *logos* no texto. Com essa versão condensada, no entanto, se percebe a valorização de um papel democrático do jornalismo (Premissa 2) trazido à baila para deslegitimar os vitupérios dos políticos (Premissa 1). As duas conclusões a que se chega não podem ser entendidas apenas na formalização do esquema argumentativo. O tom com que são lançadas diz muito sobre como a argumentação é peculiar a cada situação de discurso. Elas aparecem no último parágrafo e ali o jornal se dirige claramente a Lula e Dilma, age pela linguagem, com um ato ilocucionário de advertência: “Fiquem ambos advertidos, porém, de que tais bravatas somente redobram a confiança na utilidade pública do jornalismo livre. Fiquem advertidos de que tentativas de controle da imprensa serão repudiadas (...)”

A legitimidade do jornalismo, se por um lado é apresentada para contrapor as críticas e os vitupérios, por outro é fortalecida ancorando-se justamente a eles. O tom de advertência é o ponto de culminância da construção do *pathos*, já evidenciado pela presença do editorial na capa e pelo título que aponta o limite que todo poder deve ter, inclusive o de Lula. O texto joga com a emoção que pretende provocar para ter a adesão do interlocutor. A ideia de que a instituição jornalística está sob ataque é ativada por um *pathos* de alerta. A

argumentação se completa com a instauração de um *ethos* combativo, com a defesa do jornalismo enquanto instituição, do próprio jornal pela postura que adota e por advertir os críticos de que, se tentarem algo contra a imprensa, não passarão.

No mesmo domingo, o *Estadão* publicou o editorial *O mal a evitar* (ver Figura 4). Eleições e ataques de Lula à imprensa também compunham o ambiente político disposto no texto. Mas, se na *Folha* era sobre o segundo tema que recaía o foco do editorial, no *Estado* o ponto central é o pleito presidencial do domingo seguinte. A troca de acusações entre Lula e a imprensa serviu como um argumento a mais para que o jornal se posicionasse contrariamente a Lula e ao PT nas eleições. O esquema argumentativo a seguir resume o encadeamento do raciocínio presente no texto:

Esquema argumentativo *Estadão* 1

Premissa 1: Lula ignora as instituições e atropela as leis

Premissa 2: Ele julga os outros por si ao alegar que a imprensa age por motivos partidários

Conclusão 1: Lula e o PT são o mal a evitar

Conclusão 2: O Estado apoia a candidatura de José Serra à Presidência da república

No embate com a imprensa, a declaração de que jornais se comportam como partidos políticos, que o *Estadão* toma como extensiva a si, é retrucada considerando que é o presidente quem age em função de interesses partidários e toma os outros pela própria conduta (Premissa 2). A isso se junta o modo como solapa as instituições como o Congresso Nacional, e atropela as leis (Premissa 1). Por isso e outras questões elencadas ao longo do texto, Lula e o PT são o mal a evitar (Conclusão 1), contra eles que se deve lutar para que o Estado não fique nas mãos de quem trata governo e partido como uma coisa só. E é por isso também, “Com todo o peso da responsabilidade à qual nunca se subtraiu em 135 anos de lutas”, que o *Estado* anuncia seu apoio a José Serra, candidato pelo PSDB (Conclusão 2). Ao mesmo tempo em que usa a própria legitimidade para tomar posição, busca legitimar-se em contraposição às críticas.

A postura agressiva de Lula no tratamento à imprensa, que na *Folha* é o fim a ser combatido, no *Estado* é meio para justificar o apoio a Serra. Como lá, aqui há ação visceral do *pathos*. A continuidade do PT no poder representa o mal, e os brasileiros são conclamados a refletir sobre a possível eleição de Dilma, em um ato ilocucionário de conselho: “É sobre essa perspectiva tão grave e ameaçadora que os eleitores precisam refletir”. O tom que dá contornos ao mal e à ameaça passa ao público um sentimento, mais do que de alerta, de medo ante um perigo iminente. O *Estadão*, como a *Folha*, se apresenta também com um *ethos* combativo, mas traz ainda um caráter de sabedoria, de quem mostra aos seus o caminho a ser seguido e contra o que lutar.

A legitimação do jornalismo nesses dois editoriais é marcada por uma retórica de confronto político. Diante de críticas de Lula, os jornais se põem a justificar sua atuação e a atacar o presidente. A *Folha* diz que sua orientação redundava em questionamentos incisivos em períodos de polarização eleitoral, mas que essa orientação não é privilégio do PT, teria sido assim também com o PSDB no Planalto – adotando um discurso de imparcialidade. O risco à vista, se existe, é de enfraquecimento do sistema de freios e contrapesos que protege as liberdades e o direito ao dissenso, risco que a imprensa atua para evitar ao fazer denúncias e revelações. O *Estado* defende que há grande diferença entre se comportar como um partido político e tomar partido em uma disputa eleitoral em que estão em jogo valores essenciais à democracia. Lula, portanto, estaria enganado. Diante do mal ou de quem não percebe que todo poder tem limite, o jornalismo aparece como defensor da democracia.

Sigamos aos dois próximos textos. Em 14 de março de 2010, um domingo, o *Estadão* implantou uma reforma não apenas gráfica, mas que envolvia também a valorização de tecnologias da informação, com modificações no portal do periódico. O editorial principal do dia, *O que muda e o que permanece*, explicava aos leitores as novidades na composição do jornal, mas aproveitava para reiterar princípios aos quais o *Estado* busca atrelar seus procedimentos e o lugar que ocupa no campo do jornalismo (ver Figura 5). Esse duplo movimento feito pelo texto configura a base do *logos* apresentado no esquema argumentativo:

Esquema argumentativo *Estadão* 2

Pressuposto: O Estado passou por mudanças ao longo de seus 135 anos

Premissa 1: A reforma que começava a ser implantada seguia o mesmo rumo de mudanças anteriores

Premissa 2: O que muda é a forma; o compromisso com a qualidade, a exatidão e a ética permanece inalterado

Conclusão: A reforma não muda os princípios que sempre nortearam o Estado

O *Estado*, como um jornal que tem história, mantém aquilo que rege qualquer mudança por que passa; seria assim com a reforma da vez (Premissa 1). O que rege as mudanças? A alteração na forma, de modo a se abrir ao progresso técnico e a tornar a leitura mais atraente ao leitor, e a manutenção dos compromissos editoriais (Premissa 2). Assim, os princípios que norteiam o jornal não mudam com a reforma (Conclusão). É a isso que o editorial se propõe: em meio ao novo, reafirmar a tradição. A combinação entre inovação tecnológica e fidelidade aos princípios, presente em mudanças gráficas anteriores, aparece com um ato ilocucionário de garantia: “E será assim mais uma vez.”

O *ethos* reivindicado joga entra a tradição e a inovação, no espírito de quem está “mudando para continuar o mesmo”, como está dito no texto. A idade do *Estadão* e as diversas reformas por que passou são lembradas para reforçar a memória que o finca como um jornal tradicional. Em seu lastro histórico estão também os princípios que seguem firme. Mas o *Estado* quer ainda conquistar leitores jovens, arejar-se ao menos no layout. A renovação da relação de confiança é sinalizada por um *pathos* de proximidade, em um jornal que explica o que muda e coloca as mudanças como sendo pensadas para atender ao leitor.

Quase um ano depois, em 19 de fevereiro de 2011, um sábado, a *Folha* completava 90 anos com uma edição comemorativa, que incluía um caderno especial em alusão ao aniversário. *Nove décadas*, anunciava o título do editorial principal do dia (ver Figura 6). Como o texto anterior do *Estadão*, o da *Folha* traz a dicotomia mudança/continuidade sinalizada, embora não como ponto central. O jornal vê na mudança sua própria razão de ser, mas permanece preso aos compromissos que dão sentido ao cerne do que a *Folha* se propõe a ser. A renovação do compromisso com os leitores é a linha que costura o raciocínio indicado pelo esquema argumentativo abaixo:

Esquema argumentativo *Folha 2*

Pressuposto: A Folha tem um compromisso editorial firmado com seus leitores

Premissa 1: O compromisso é expresso na consecução de um jornalismo crítico, pluralista e apartidário

Premissa 2: Essa é considerada a melhor maneira de servir as centenas de milhares de pessoas que distinguem sua confiança à Folha

Conclusão: No dia em que completa 90 anos, propõe-se a renovar o compromisso

O compromisso firmado entre a *Folha* e seus leitores prevê um jornalismo crítico, pluralista e apartidário (Premissa 1), que o jornal considera a melhor maneira de os servir (Premissa 2). O que se propõe é a renovação desse compromisso diante de um acontecimento autorreferencial que é o aniversário da *Folha* (Conclusão). A celebração aponta para o serviço ao leitor e, em ação pela fala, “a **Folha** renova seu compromisso editorial mais básico”, com um ato ilocucionário de renovação. Crítica, pluralidade e apartidarismo, por serem valores já assumidos anteriormente, remetem à memória discursiva do próprio jornal como um enunciado precedente a ser retomado periodicamente, o que agrega um componente de tradição ainda que não com a mesma força do *Estado*.

A construção da imagem de si é feita como a de quem presta contas de seu proceder e assume a manutenção dos princípios acordados. Um *ethos* de servidor que se dirige a outrem para dar satisfação, embora não em posição de submissão, mas de defesa do tipo de jornalismo que propõe fazer. Há no *pathos* extraído desse editorial, como no do *Estado*, uma ideia de proximidade, por esperar a concordância do interlocutor quanto à renovação do compromisso, mas há também um tom de presteza e dedicação, que envolve o sentimento.

Os dois últimos editoriais analisados têm em comum uma retórica de renovação de contrato, seja por conta de mudanças editoriais e da exposição da permanência dos princípios, seja pelo aniversário e por lembrança de que o compromisso firmado permanece de pé. O contrato abarca especificidades da identidade de cada jornal. No *Estadão*, o rigor da informação é aliado à defesa de grandes causas de interesse público, isso o distinguiria de outros jornais. A *Folha* valoriza seu sistema interno de freios e contrapesos como tentativa de resposta aos possíveis casos de precipitação ou imperícia.

O que os jornais aspiram, nos editoriais *O que muda e o que permanece* e *Nove décadas*, é manter a confiança do público. Defendem,

assim, sua credibilidade, sugerindo inclusive o que os distingue dos demais, o que os torna únicos. Mas, ao se explicarem enquanto agentes ligados à instituição jornalística, apresentam-se como dignos de reconhecimento e, portanto, merecedores de seguir também com legitimidade, atuando para atender seus leitores. O *ethos* assume um lugar preponderante nesses textos. Em casos de contra-ataque a um oponente externo, como os editoriais *Todo poder tem limite* e *O mal a evitar*, há busca por legitimação mais unificada, em nome da imprensa, ainda que os jornais se mostrem como parte do todo. O clima de confronto fortalece o *pathos* na dinâmica argumentativa que marca esses textos.

4.3 TERCEIRA LEITURA: MODELO DO DISCURSO DE LEGITIMAÇÃO DO JORNALISMO

Vimos até aqui a legitimação na dimensão textual e situacional dos editoriais. É hora de passar para uma dimensão mais geral do discurso, em que *Estadão* e *Folha* fazem parte da mesma formação discursiva. No espaço discursivo de legitimação/deslegitimação do jornalismo, é possível gerar um modelo de interdiscurso de dois polos, que estrutura a organização dos discursos e suas trocas. Com base no *corpus*, sistematizamos apenas um polo, o modelo do discurso de legitimação do jornalismo (MDLJ), que aparece assim em posição de discurso-agente, sendo o discurso de deslegitimação do jornalismo percebido enquanto simulacro no processo de tradução que o incorpora como contrário.

Quadro 3 – Modelo do discurso de legitimação do jornalismo

Eixos semânticos	MDLJ+ Semas positivos	vs.	MDLJ- Semas negativos
<i>Regime político</i>	Democracia	vs.	Autoritarismo
<i>Valor de base</i>	Liberdade	vs.	Controle
<i>Espacialidade social</i>	Sociedade civil	vs.	Estado
<i>Valor de ação</i>	Interesse público	vs.	Interesse político
<i>Postura</i>	Fiscalização	vs.	Louvação

Fonte: Dados da pesquisa

O modelo do discurso de legitimação do jornalismo é composto por duas classes complementares de semas: os positivos, que o discurso reivindica (MDLJ+), e os negativos, que o discurso rejeita (MDLJ-). Os semas são obtidos considerando cinco eixos semânticos: regime político, valor de base, espacialidade social, valor de ação e postura (ver Quadro 3).

O sema /Democracia/²⁴ é reivindicado pelo discurso de legitimação do jornalismo principalmente no sentido de que a instituição jornalística é fundamental para o funcionamento do regime democrático. Assim, o jornalista aparece como alguém que deve questionar quem está no poder, investido de função democrática e pública; a imprensa é apresentada pelo papel que deve cumprir na configuração do espaço público e do debate democrático. O que quer que seja interpretado como ataque ao jornalismo acaba por significar desmanche da democracia, erosão da ordem democrática, atestado de óbito da democracia.

Embora apareça nas discussões públicas com sentidos polissêmicos e nem sempre claros, já que cada um defende a que lhe convém, a democracia é um valor pouco questionado contemporaneamente. Por isso estar vinculado a ela é um grande trunfo em qualquer processo de legitimação. Uma ação democrática é praticamente uma ação legitimada. O jornalismo mantém laços com a democracia desde sua consolidação como instituição e campo social, a ponto de Traquina afirmar que “a legitimidade jornalística está na teoria democrática e, segundo os seus teóricos, assenta claramente numa postura de desconfiança (em relação ao poder) e numa cultura claramente adversarial entre jornalismo e poder” (2005, p. 47).

Por uma operação de contrariedade, encontra-se o sema /Autoritarismo/. Ações de crítica e ataque ao jornalismo ganham a pecha de autoritárias; quem se queixa da imprensa, como Lula, tem vezo autoritário. Medidas autoritárias e antidemocráticas são relacionadas, portanto, ao discurso de deslegitimação do jornalismo. Ou melhor, o discurso de deslegitimação do jornalismo é traduzido na formação discursiva analisada como autoritário. O que aparece como /Autoritarismo/ em MDLJ- certamente apareceria de outro modo e com outro nome, como sema positivo, em um possível modelo do discurso de deslegitimação do jornalismo.

O sema /Liberdade/ é percebido tanto pelo viés da liberdade “negativa”, de vigiar o poder, quanto pelo da liberdade “positiva”, de

²⁴ Seguindo Maingueneau (2008b), assinalamos os semas entre barras para que sejam melhor visualizados.

servir ao cidadão, além ainda de um terceiro sentido em há que simplesmente uma defesa genérica da liberdade como valor democrático. Diz-se que a liberdade de que precisa a imprensa atende ao direito do cidadão à informação; a liberdade de imprensa aparece como instrumento para balizar a ação dos governantes; e a liberdade é considerada indispensável ao exercício da atividade jornalística. Liberdade de imprensa, liberdade de expressão e liberdade de informar, embora não sejam sinônimos, são as expressões mais frequentes clamadas em defesa de um jornalismo livre.

Assim como os ataques à imprensa dirigem-se à democracia, atingem também a liberdade. É como o discurso de legitimação do jornalismo dispõe as coisas. A virulência do presidente representava ameaça potencial à liberdade de informar; o cerceamento à liberdade seria atestado de óbito da democracia; o controle dos *media* deixa perspectivas sombrias à liberdade de imprensa. O sema contrário, que designa o discurso de deslegitimação do jornalismo, é /Controle/. A disputa simbólica entre liberdade e controle é uma disputa entre acusações, de um lado, de ameaça à liberdade de informar e, de outro, de abuso do poder de informar.

O sema negativo /Controle/ se materializa em diversas nomeações: censura, controle social, mordaza, cerceamento, perseguição. O desígnio verdadeiro do controle social é tido como expandir poder e intimidar a imprensa livre e crítica; quando a legislação eleitoral coíbe a crítica, é a censura que reaparece, mesmo que com outro nome; a censura prévia desfigura a lógica em que se assenta a democracia; o governo Chávez tem longa folha corrida de perseguição aos *media*; o petismo é tratado como usina de produção de tentativas de amordaçar o livre fluxo de informação e opinião; outro jornal, além do *Estado*, passava a ser amordaçado por decisão judicial.

Certamente quem ocupa a posição de sujeito da formação discursiva referente à deslegitimação do jornalismo não se põe contra a liberdade, nem veste carapuça de censor ou controlador. O /Controle/, no sentido pejorativo como aparece, de cerceamento à liberdade, atende ao processo de tradução por que passa o discurso contrário ao de legitimação, que com ele estabelece relação polêmica. A noção de controle social, por exemplo, muito em voga no período de análise, é reivindicada como regulação necessária por seus defensores e tentativa de censura por seus detratores.

Com o sema /Sociedade civil/, o discurso de legitimação pontua o vínculo direto entre jornalismo e sociedade. Conforme Norberto Bobbio, “Na contraposição Sociedade civil-Estado, entende-se por

Sociedade civil a esfera das relações entre indivíduos, entre grupos, entre classes sociais, que se desenvolvem à margem das relações de poder que caracterizam as instituições estatais” (1998, p. 1210). O jornalismo se apresenta ao lado da sociedade civil, como fiscalizador das instituições estatais. É assim que a imprensa independente, associações da sociedade civil e cada cidadão cumprem o papel de “levantar o véu da fantasia” do discurso eleitoral; a imprensa independente aparece junto à sociedade organizada e à Justiça Eleitoral, desafiadas pela “política do vale-tudo” do governo durante as eleições; e a linha direta entre a imprensa e a sociedade civil é lembrada como não podendo ser interrompida nem pelo Judiciário.

O último exemplo aparece em declaração do ministro Ayres Britto, do STF. Isso permite esclarecer que a contrariedade em questão não ocorre entre cidadãos de um lado e setores do Estado, como governos e a Justiça, de outro. Trata-se simplesmente da atribuição semântica conferida no discurso, de modo que membros do Estado, ao se manifestarem em defesa do jornalismo, mostram-se do lado da sociedade. É assim com Ayres Britto, também é assim com Dilma e Palocci, por exemplo. Ao ocupar a posição de sujeito da formação discursiva de legitimação do jornalismo, atua-se em prol da sociedade civil, quem assume o discurso de deslegitimação, põe-se contra.

O sema /Estado/ talvez nem seja, aliás, o mais adequado nessa tradução do Outro no interior do Mesmo. O que é marcado é que quem age para deslegitimar o jornalismo se posiciona contra a sociedade civil. O discurso de deslegitimação do jornalismo aparece retratado mais como contrário à /Sociedade Civil/ do que propriamente enquanto defensor do /Estado/. Mostram-se, por exemplo, as tentativas de controle dos *media* como repudiadas pela sociedade brasileira.

O jornalismo tem ainda o /Interesse público/ como sema positivo de seu discurso de legitimação. Velho conhecido na atribuição do vínculo social ao jornalismo, o interesse público aparece por vezes citado nominalmente, por vezes de modo indireto: a imprensa mantém preocupação sistemática de servir ao leitor e ao interesse público; perguntas feitas por jornalistas a candidatos atendem a interesses do cidadão; quando houver motivos para supor influências em negócios de Estado, a imprensa deve escrutinar a intimidade de governantes; o jornalismo crítico expõe os governantes ao exame da opinião pública.

Segundo Wilson Gomes, “No fundo se quer dizer o mesmo quando se fala de serviço ao interesse público ou quando, alternativamente, afirma-se que o jornalismo serve à ‘opinião pública’, ao ‘cidadão comum’, à ‘coisa pública’, à ‘sociedade’, ao ‘bem comum’

etc. (...)” (2009, p. 70). A ideia que se mantém é a de que o que for de interesse da cidadania torna-se objeto do jornalismo. É possível que o sema /Interesse público/ de MDLJ+ fosse traduzido como /Interesse das elites/ ou algo do gênero no sema negativo de um hipotético modelo do discurso de deslegitimação do jornalismo.

Ao discurso de deslegitimação são ligados outros interesses que não o interesse público. O sema /Interesse político/ revela o sentido principal, mas na desqualificação às críticas ao jornalismo é apontado também o interesse particular ou simplesmente o não atendimento ao interesse público. Assim, Lula fala em “culpa da oposição” sempre que desmandos flagrados pela imprensa ameaçam seus interesses políticos; não são nem os jornalistas nem os administradores das organizações jornalísticas que misturam interesses privados a questões de ordem pública (seriam sim os gestores públicos); e a Justiça se situa na contramão da lei e do bem comum ao fazer censura prévia.

Há ainda o sema /Fiscalização/, que remete ao ato de fiscalizar a coisa pública e agrega uma série de termos citados: denunciar, cobrar, flagrar, pressionar, incomodar, revelar. A imprensa deve manter diante do poder público postura de fiscalização e cobrança; o jornalismo crítico serve para incomodar governantes relapsos e prepotentes; por dever de ofício, a imprensa denuncia a falência ética do governo; nada seria revelado, não fosse o jornalismo exercer seu papel; e o governo só cobra obediência à lei quando pressionado pela imprensa independente.

A formação discursiva contrária é representada pelo sema /Louvação/. Em vez de fiscalização e crítica, quem tenta deslegitimar o jornalismo prega um tratamento elogioso e de aprovação aos poderes em geral, segundo o processo de tradução analisado. A postura certa, para Chávez, era a louvação de quem está no poder, sendo a crítica a errada; exaltação no jornal da CUT a Dilma pode, crítica ao PT em *Veja* é acinte à democracia; Lula não tolera ser criticado e convive mal com esforços de fiscalização de seu governo.

A definição dos semas positivos e negativos mostra o caráter interdiscursivo do processo de legitimação. É apenas no espaço discursivo de legitimação/deslegitimação do jornalismo que podemos compreender o discurso de legitimação do jornalismo. A identidade desse discurso se constrói diante da alteridade, na relação com seu contrário. No modelo aqui construído, em que o discurso-agente é o de legitimação e o discurso-paciente, o de deslegitimação, o primeiro “introduz o Outro em seu recinto para melhor afastar sua ameaça, mas esse Outro só entra anulado enquanto tal, simulacro” (MAINGUENEAU, 2008b, 108).

A reivindicação dos semas positivos /Democracia/, /Liberdade/, /Sociedade Civil/, /Interesse público/ e /Fiscalização/, assim como a rejeição dos semas negativos /Autoritarismo/, /Controle/, /Estado/, /Interesse político/ e /Louvação/, vaga pela história da instituição jornalística. Traquina lembra que, no período de consolidação do campo do jornalismo, a então nova legitimidade se assentava “perante o antagonismo do poder político, inserido num processo secular em luta pela liberdade, e, subseqüentemente, pela conquista de uma nova forma de governo: a democracia” (2005, p. 42-43). Para Gomes (2009), a imprensa nasce burguesa, em polêmica com o Estado e a favor da esfera civil, iluminista, seguindo os valores da argumentação, do debate e da racionalidade, e liberal, convicta da autonomia em relação aos poderes e da importância das liberdades, marcas que ainda constituem a estrutura discursiva de legitimação:

O discurso de autolegitimação do jornalismo, pelo menos em sua maior parte, continua o mesmo, não obstante todas as mudanças nas condições sociais da sua existência e nos modelos em que ele é praticado. Como se ainda estivéssemos dois dias antes das revoluções burguesas, o jornalismo continua falando de opinião pública, liberdade de imprensa e de interesse público praticamente no mesmo sentido em que essas categorias eram usadas há duzentos anos. Parecem vozes de outro tempo e de outro jornalismo: o elogio da opinião pública, a afirmação do jornalismo como a única mediação confiável entre a esfera civil e o Estado, a função do jornalismo adversário da esfera governamental, tudo isso se mantém no imaginário e no discurso por uma estranha e inquietante inércia discursiva (GOMES, 2009, p. 76).

É importante pontuar a continuidade do discurso de legitimação mesmo diante das transformações institucionais do jornalismo. O sistema de restrições exposto no MDLJ, no entanto, é um esquema de processamento de sentido, não uma estrutura estática. O enunciador está sempre diante de materiais semânticos inéditos, diz Dominique Maingueneau, e “para produzir enunciados conformes à formação discursiva, ele não dispõe de sequências realizadas que deveria imitar, mas de regras que lhe permitem filtrar as categorias pertinentes e fazer com que estrutrem o conjunto dos planos do discurso” (2008b, 69).

Significa que cada enunciado explora esse sistema de restrições de um modo próprio.

A discussão sobre controle social, as censuras judiciais, a relação especialmente tensa com o governo Lula e os governos da esquerda latino-americana, as mudanças e celebrações específicas de um ou outro jornal, cada um desses temas, envolvido pelo contexto em que aparece, ganha apropriações específicas na enunciação jornalística. Não eram questões prementes há duzentos anos. Mas, diante delas, a formação discursiva de legitimação é ocupada e a democracia, a liberdade de imprensa, a defesa da sociedade, o interesse público e a fiscalização dos poderes são apropriados para explicar, justificar e reconhecer a pertinência social do jornalismo como instituição.

Da base semântica que o discurso de legitimação carrega, sai a imagem de um modelo de jornalismo que, mesmo não sendo o único, acaba por representar a instituição e a projetar o que se espera de organizações e jornalistas que dela fazem parte. Ao agirem para legitimar a si e ao jornalismo como instituição, *Folha* e *Estadão* sugerem que tipo de jornalismo deve ser legitimado ou merece ser reconhecido como legítimo. É por isso que o discurso de legitimação do jornalismo não se restringe ao ambiente enunciativo, envolve também o ambiente institucional. Como prática discursiva, há ao mesmo tempo defesa da legitimidade do jornalismo e, pelo modo como a instituição é inscrita nos editoriais, a prescrição de quem deve ser legitimado.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O fim da jornada é um olhar para trás que busca dar sentido ao todo. Hora de unir os fios soltos. Indicamos previamente à análise a *mediação indivíduo-realidade* e a *mediação sociedade-poderes estabelecidos* como os dois eixos historicamente consolidados de fundamentação da legitimidade social do jornalismo. Pelo empírico, evidencia-se a prevalência da *mediação sociedade-poderes estabelecidos* como fundamentação invocada pelos dois jornais, *O Estado de S.Paulo* e *Folha de S.Paulo*. Os semas positivos que o discurso de legitimação reivindica referem-se basicamente à relação da imprensa com os poderes. Apenas a ideia de interesse público traz uma carga mais equivalente entre as duas fundamentações. A *mediação indivíduo-realidade* é valorizada ainda quando os editoriais falam em “servir ao leitor”, caso que aparece na análise argumentativa.

Talvez a *mediação indivíduo-realidade* seja mais recorrente no discurso de legitimação do jornalismo capitaneado pelos acadêmicos. E não apenas ao defender claramente a pertinência da instituição. Em críticas ao jornalismo, quanto ao modo como se apresenta na produção da empresa A ou à abordagem que dispensa ao assunto X, costuma haver de fundo uma noção ideal do que seria bom jornalismo, ainda que implícita. Legitima-se muitas vezes essa noção ligada a um dever ser.

É a *mediação sociedade-poderes estabelecidos* que se destaca nos enunciados presentes nos editoriais. Especialmente em relação ao poder político. E não se trata de uma simples mediação, mas de mediação em defesa da sociedade e em conflito com os ocupantes do poder político. Essa é realmente uma postura vinculada ao jornalismo e sua legitimidade há tempos. Não se pode dizer, contudo, que o jornalismo atue sempre como fiscal do poder. A história mostra muitos casos em que se estabelece coadunação entre ambos. Nem precisa ser sob censura. Basta ver o apoio dado por grande parte da imprensa brasileira ao golpe militar de 1964 ou o modo como a imprensa dos Estados Unidos comprou a posição do governo de George W. Bush de que entrar em guerra com o Iraque era preciso. Nessas horas, há sempre um bom argumento a mão.

De todo modo, a negativização do campo político não está isolada do processo de legitimação do jornalismo. Ao contrário, faz parte dele. O conflito com a política, mais do que uma decisão meramente procedimental, é tomado como justificativa para o reconhecimento do jornalismo como instituição importante. Por vezes, é como se a democracia estivesse em disputa e, nesse caso, seu

representante legítimo fosse o jornalismo, não a política. A atitude adversarial do jornalismo hegemônico diante dos políticos é amplificada pelos embates travados com o governo Lula e, no período analisado, por episódios particularmente tensos de trocas de acusações entre Lula e a imprensa. Tais episódios coincidem com as eleições. Por isso, como dissemos ao apresentar o *corpus*, no pleito de 2010, além da sazonal legitimação dos representantes políticos por meio do voto, o debate público foi ocupado por disputas de legitimação e deslegitimação do jornalismo.

Em relação à Justiça, o acionamento de uma busca explícita do jornalismo por legitimação ocorre principalmente diante de decisões judiciais que de algum modo cerceiem a atividade jornalística. Não há postura de crítica tão recorrente quanto em relação à política, embora em muitos casos o conflito com a Justiça tenha vínculo com a disputa eleitoral ou com questões que envolvam governos. Já o poder econômico não aparece como um poder que constrange o jornalismo e contra o qual a instituição precisa ser defendida. No discurso que se apresenta a partir dos editoriais sobre o jornalismo, a fundamentação da legitimidade pela *mediação sociedade-poderes estabelecidos* se baseia, portanto, na relação que o jornalismo estabelece com os campos político e judicial, não com o econômico.

A relação entre jornalismo e política, pela força empírica evidenciada no processo sociodiscursivo de legitimação do jornalismo analisado, mostra ainda como a instituição jornalística e suas organizações aparecem como atores políticos. Essa atuação, no entanto, é diversa mesmo na *Folha* e no *Estado*, jornais que representam o mesmo modelo de jornalismo. O *Estadão* mantém o papel político ativo que tradicionalmente assume. As mudanças na estrutura econômica da imprensa brasileira no final do século XIX não foram acompanhadas de transformações quanto à tomada de posição política (SPONHOLZ, 2009). Foi assim na época com o *Estado*, que permanece com posicionamento político ativo. Já a *Folha* segue o que Afonso Albuquerque (2009b) identifica como excepcionalidade do jornalismo brasileiro: concilia um papel político ativo – conquistado especialmente pela participação no processo de redemocratização – e a reivindicação de um lugar transcendental entre as forças políticas. Os dois primeiros editoriais sob análise na segunda etapa de leitura permitem captar essa diferença.

O jornalismo vem à tona como tema ou subtema nos editoriais em dois tipos principais de situação: quando há ataque externo ou para exaltação de algo referente à instituição ou à organização – há também

casos em que a referência ao jornalismo é apenas pontual em meio a outra temática qualquer. Tais situações não equivalem aos agrupamentos da primeira etapa de leitura *deslegitimar o outro, legitimar a si e legitimação por exaltação e reforço de papéis*, embora tenham de fato proximidade. Ocorre que os agrupamentos se referem ao modo de apresentação da legitimidade pelos enunciados, e em boa parte dos casos estão ligados a situações correlatas, mas um texto motivado por ataque externo pode muito bem conter *legitimação por exaltação e reforço de papéis* além do movimento de *deslegitimar o outro, legitimar a si*.

Os neoinstitucionalistas falam de reprodução da ordem institucional na ausência de choques no ambiente. Também a legitimidade institucional tende a ser reproduzida e aceita como algo dado, sem exigência de repetição diária dos preceitos cognoscitivos e normativos que a sustentam. Por isso o processo de legitimação do jornalismo é reativado basicamente diante de choques externos à instituição, que abalam a condição de autoevidência das explicações, justificações e do reconhecimento institucionais. É o que torna situações de ataque ao jornalismo detonadoras de contra-ataques para conter a ameaça à reprodução e a manter estável a legitimidade. Há situações ainda em que o papel cumprido na relação com outros campos é valorizado mesmo sem haver ataque à instituição. Mas o processo de legitimação pode ser reativado também por conta de motivações internas relacionadas a acontecimentos autorreferenciais. Nesse caso, a intenção é menos defender e mais referendar a continuidade da legitimidade.

Os casos analisados na segunda etapa de leitura sugerem que, além da ênfase no *logos*, típica dos editoriais, os textos motivados por ataque externo carregam a tinta em um viés emocional, de modo a tornar evidente a força do *pathos*, enquanto os textos nascidos para exaltação interna dão ênfase à imagem do jornal, valorizando a força do *ethos*. Os primeiros mais claramente defendem a instituição, o jornalismo em sua dimensão unificada; os segundos defendem a organização como ponto principal e a instituição como pano de fundo.

A primeira etapa de leitura dá a dimensão de como a legitimação pelo discurso pode seguir por uma vertente negativa, de deslegitimar quem mantenha relações de embate com o jornalismo, ou por uma vertente positiva, de exaltar os papéis cumpridos pelo jornalismo no meio social – sendo a primeira bem mais frequente. As subdivisões que compõem os agrupamentos ajudam a organizar os enunciados, por exemplo, entre imagem do Outro e autoimagem, citações desqualificantes e qualificantes, ou reunindo os que estabelecem nexos factuais ou os que apresentam definições-simulacro.

Os cortes por vezes são arbitrários, já que os enunciados acumulam diferentes movimentos discursivo-argumentativos por legitimação. Mas é o tatear impreciso do *corpus* na feitura desse retrato ampliado que subsidia a passagem para a terceira etapa de leitura.

A sistematização geral das unidades semânticas sobre as quais o discurso de legitimação do jornalismo se assenta permite dar o passo final para o entendimento de como se configura a legitimação do jornalismo na construção discursivo-argumentativa dos editoriais, atendendo à questão-problema que norteou esta pesquisa. /Democracia/, /Liberdade/, /Sociedade civil/, /Interesse público/ e /Fiscalização/, como semas reivindicados, na relação com seus contrários, /Autoritarismo/, /Controle/, /Estado/, /Interesse político/ e /Louvação/, semas rejeitados, estabelecem 1) a fundamentação discursiva da legitimação do jornalismo e 2) a imagem prescrita da instituição jornalística. A rigor, são dois pontos imbricados, porque a legitimação age sobre a instituição projetada ou, dito de outro modo, sobre o modelo de jornalismo que é definido no discurso como sendo a instituição.

Há elos gerais que dão forma ao jornalismo como instituição social, mas o modo de colocar a instituição em prática, de dar vida a ela, varia conforme a cultura, o espaço geográfico, o tempo histórico, as condições sociais, o ambiente político. Sempre que o processo de legitimação do jornalismo está em curso, o agente legitimador traz consigo um modelo institucional que no fundo pretende legitimar, a ponto de por vezes deslegitimar outros modelos possíveis. Mais uma vez, é nessa dupla visada que o discurso de legitimação age sobre a instituição: 1) explica, justifica e faz reconhecer a legitimidade institucional e 2) instaura o modelo de jornalismo digno de ser legitimado. O modelo de jornalismo ao qual se legitima não é mostrado como tal. Aparece como equivalente à instituição jornalística. É nesse sentido que o discurso acaba por delinear a instituição.

A importância da legitimidade defendida no discurso analisado neste estudo é o fato de carregar sentidos hegemônicos, não apenas pela proeminência dos jornais, mas porque de fato representa uma noção de jornalismo decantada nas sociedades ocidentais. Não podemos nos furtar, no entanto, de precisar o lugar em que esse discurso se insere e tratá-lo como uma das formas possíveis de legitimar o jornalismo. Por um lado, a formação discursiva de legitimação do jornalismo que aparece pode ser ocupada por uma série de atores sociais que assumam a posição de sujeitos do discurso. Por outro, outras formações discursivas de legitimação do jornalismo vinculadas a posições institucionais diferentes estão em concorrência com ela.

A rigor, há um mercado de discursos de legitimação/deslegitimação do jornalismo, que não chegamos a configurar nesta pesquisa. As variações, relacionadas à posição do agente no campo, podem vir, por exemplo, de um discurso corporativo dos jornalistas, ligado a sindicatos e outras entidades de classe, de um discurso que parte da imprensa alternativa, com ancoragem em valores diferentes dos hegemônicos, de um discurso que vem de novas experiências de produção de informação, que reivindicam status de jornalismo.

O discurso de legitimação do jornalismo sobre o qual nos debruçamos tem viés empresarial, na medida em que o editorial é a voz do jornal. Não quer dizer que esteja na empresa a origem do discurso, nem que os executivos detenham seu domínio. Quer dizer apenas que as empresas jornalísticas constituem uma perspectiva ligada à posição que ocupam no campo. E, pelo capital específico que detêm, o discurso de *Folha e Estadão* sobre o jornalismo tende à ortodoxia:

Os que, num estado determinado da relação de força, monopolizam (mais ou menos completamente) o capital específico, fundamento do poder ou da autoridade específica característica de um campo, inclinam-se para estratégias de conservação – as que, nos campos de produção de bens culturais, tendem para a defesa da *ortodoxia* –, ao passo que os menos providos de capital (que são também muitas vezes os recém-chegados e, portanto, as mais das vezes, os mais jovens) inclinam-se para as estratégias de subversão – as da *heresia*. É a heresia, heterodoxia, como ruptura crítica, muitas vezes ligada à crise, com a doxa, que faz sair os dominantes do silêncio e que lhes impõe que produzam o discurso defensivo da ortodoxia, pensamento direito e de direita visando restaurar o equivalente da adesão silenciosa da doxa (BOURDIEU, 2003a, p. 121, grifo no original).

Discursos de legitimação contra-hegemônicos assumem posição de deslegitimação do jornalismo hegemônico, de heresia ao classicamente instituído. Com isso, mudam as significações designadas à instituição. Em muitas passagens dos editoriais, o jornalismo é citado acompanhado de adjetivos como “crítico”, “independente” e “livre”. Interpretadas à luz dos semas que sistematizam o discurso de

legitimação, tais qualificações se referem à relação do jornalismo com o Estado e o campo político. O jornalismo é crítico aos governos, é independente por não se filiar a bandeiras partidárias, é livre porque autônomo do poder político. Ora, muitos blogues e jornais alternativos também se apresentam como representantes de um jornalismo crítico e independente. Mas, nesse caso, são críticos em relação à cobertura do jornalismo hegemônico, são independentes da lógica do capital, são livres por não seguirem a cartilha de padrões e anunciantes. Mudam as posições institucionais, muda a estrutura semântica do discurso de legitimação – ainda que se mantenham expressões idênticas. Dificilmente algum modelo de jornalismo deixaria de reivindicar, por exemplo, democracia e liberdade como propriedades com as quais se identifica.

Um dos objetivos deste trabalho era teórico: conceituar o jornalismo como instituição social. A dificuldade de enfrentar o conceito em sua amplitude e polissemia levou a uma solução provisória, com a definição de níveis institucionais, em que a instituição jornalística aparece tanto em sentido geral e abstrato quanto nas microinstituições a ela vinculadas. Talvez considerar essas microinstituições como dispositivos tenha mais eficácia conceitual, é algo a pensar adiante. De todo modo, as tendências de estabilidade e reprodução, os padrões sociais, o controle, a historicidade e, por que não, as mudanças institucionais são noções úteis para pensar o jornalismo muito além da proposta aqui encampada. A partir de características institucionais e do processo de institucionalização, pode-se fazer diagnósticos sobre as mudanças e permanências do jornalismo. É um enquadramento teórico promissor.

O fim da jornada é também um seguir em frente. E direcionar o olhar para o mercado de formações discursivas de legitimação do jornalismo em concorrência parece um bom rumo a seguir. Também é pertinente ampliar o escopo de análise de modo a mostrar como o sistema de restrições evidenciado pelo discurso condiciona as ações sociais dos agentes do campo. Ou seja, como as práticas sociais dos jornalistas se processam de acordo com o modelo de jornalismo que o discurso de legitimação prescreve. Há ainda um ambiente novo para as instituições brasileiras, inclusive para o jornalismo, ainda não completamente dimensionado, e que merece ser discutido com atenção.

Os protestos que levaram a população às ruas de várias cidades do país em junho de 2013 trouxeram questões sobre o funcionamento institucional do jornalismo e sua legitimidade. A quinta-feira em que a truculência do Batalhão de Choque de São Paulo revoltou os brasileiros

tinha amanhecido com editoriais da *Folha* e do *Estadão* cobrando da polícia postura firme contra os manifestantes que queriam revogação do aumento da passagem de ônibus e metrô. Nos dias que seguiram, atônitos como toda sociedade, os *media* buscavam modos de cobrir o desenrolar do acontecimento. Nas ruas, repórteres eram hostilizados, o carro de uma emissora de TV foi queimado, houve protesto em frente à outra. A legitimidade do jornalismo parecia tão sólida quanto a da política. E a cobertura perambulava em avenidas de contradição.

Por redes sociais na Internet, novos indignados eram recrutados e mobilizados pelo *#vemprarua*. E, também pela Internet, a transmissão das manifestações ao vivo em imagens captadas pelo celular de dentro das passeatas alçou a mídia *Ninja* à condição de um importante narrador dos acontecimentos. Filha da *Postv* (que já transmitia vídeos via *streaming*) e dos passalhos que avançaram pelas redações de São Paulo semanas antes, a mídia *Ninja* se apresentava como um modelo de jornalismo ativista, em que *Ninja* é sigla de *Narrativas independentes, jornalismo e ação*.

Seria um erro abusar dos contrastes. O jornalismo hegemônico teve grande influência nas redes sociais. Dos links que acompanhavam as principais *hashtags* sobre as manifestações, 80% vinham de sites de jornais e revistas e também de portais brasileiros, segundo dados do site Topsy repercutidos pela *Folha*²⁵. Imagens da mídia *Ninja*, por outro lado, foram exibidas pelo *Jornal Nacional*, da *TV Globo*. Os *Ninja* ocupam brechas deixadas pelo jornalismo tradicional, a partir de uma lógica alternativa, herética. O tipo de cobertura que fazem tem uma série de limitações, talvez nem se institucionalize – se bem que, em protestos posteriores, como o de 7 de setembro, a *GloboNews* adotou o uso de repórteres transmitindo imagens pelo celular, ao estilo *Ninja*. Mas a mídia *Ninja* chacoalhou o campo do jornalismo.

Entre os ecos de junho, um mea-culpa. O jornal *O Globo* reconheceu que o apoio dado ao golpe de 1964 fora um erro. Com isso, segundo o próprio jornal, respondia ao clamor das ruas – ainda que já estivesse definido antes das manifestações que o reconhecimento seria feito. Dos protestos a seus ecos, a sequência de acontecimentos deixou sinais da crise de legitimidade enfrentada pelo jornalismo, da busca por legitimação de novos agentes que transformam as relações de força no campo, da intenção de renovar a legitimação vinda de agentes consagrados. Além da discussão sobre legitimação/legitimidade, é

²⁵ Ver aqui: <http://www1.folha.uol.com.br/poder/2013/07/1305911-jornalismo-domina-rede-social-durante-protestos-pelo-pais.shtml>.

preciso atentar para os padrões de controle que se institucionalizam e desinstitucionalizam, para os modelos de jornalismo que surgem, que se renovam, que se mantêm, que atrofiam. A instituição jornalística se move. Sigamos atentos ao rumo.

REFERÊNCIAS

AGAMBEN, Giorgio. O que a renúncia de Ratzinger ensina à política. **Instituto Humanitas Unisinos**, 17 fev. 2013. Disponível em: <http://www.ihu.unisinos.br/noticias/517651-o-que-a-renuncia-de-ratzinger-ensina-a-politica-artigo-de-giorgio-agamben>. Acesso em: 4 maio 2013.

ALBUQUERQUE, Afonso de. A modernização autoritária do jornalismo brasileiro. **Alceu**, v. 10, n. 20, p. 100-115, jan./jun. 2010. Disponível em: http://revistaalceu.com.puc-rio.br/media/Alceu20_Albuquerque.pdf. Acesso em: 2 maio 2013.

_____. O *copy desk* e o diploma: a retórica do profissionalismo como “purificação moral” no jornalismo brasileiro. In: LOPES, Fernanda Lima; SACRAMENTO, Igor (Orgs.). **Retórica e mídia: estudos ibero-brasileiros**. Florianópolis: Insular, 2009a. p. 279-289.

_____. As três faces do quarto poder. In: Encontro da Compós, 18, 2009, Belo Horizonte-MG. **Anais...** Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, 2009b. Disponível em: http://www.compos.org.br/data/biblioteca_1068.pdf. Acesso em: 6 jun. 2013.

AMARAL, Luiz. **Técnica de jornal e periódico**. 2 ed. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1978.

AMOSSY, Ruth. O *ethos* na intersecção das disciplinas: retórica, pragmática, sociologia dos campos. In: AMOSSY, Ruth (org.). **Imagens de si no discurso: a construção do *ethos***. 2 ed. São Paulo: Contexto, 2011a. Cap. 5, p. 119-144.

_____. Argumentação e análise do discurso: perspectivas teóricas e recortes disciplinares. **Estudos Integrados em Discurso e Argumentação**, Ilhéus, n. 1, p. 129-144, nov. 2011b. Disponível em: <http://www.uesc.br/revistas/eidea/revistas/revista1/eideartigo12.pdf>. Acesso em: 17 jun. 2013.

_____. O lugar da argumentação na análise do discurso: abordagens de desafios contemporâneos. **Filologia e Linguística Portuguesa**, n. 9, p. 121-146, 2007. Disponível em:

<http://www.fflch.usp.br/dlcv/lport/flp/images/arquivos/FLP9/Amossy.pdf>. Acesso em: 19 jun. 2013.

ANDERSON, C. W.; BELL, Emily; SHIRKY, Clay. Jornalismo pós-industrial: adaptação aos novos tempos. **Revista de jornalismo da ESPM**, São Paulo, Ano 2, n. 5, p. 30-89, abr./jun. 2013.

AUSTIN, John L. **Quando dizer é fazer: palavras e ação**. Porto Alegre: Artes Médicas, 1990.

BAKHTIN, Mikhail. Os gêneros do discurso. In: _____. **Estética da criação verbal**. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

BARROS FILHO, Clóvis de; MARTINO, Luís Mauro Sá. **O habitus na comunicação**. São Paulo: Paulus, 2003.

BELTRÃO, Luiz. **Jornalismo opinativo**. Porto Alegre: Sulina, 1980.

BENETTI, Marcia. O jornalismo como gênero discursivo. In: Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, 5, 2007, Aracaju-SE.

Anais... Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo, 2007. Disponível em:

http://sbpjour.kamotini.ghost.net/sbpjour/admjour/arquivos/coordenada_6_marcia_benetti.pdf. Acesso em: 6 jun. 2013.

BENSON, Rodney. News media as a “Journalistic Field”: what Bourdieu adds to new institutionalism, and vice versa. **Political Communication**, v. 23, p. 187-202, 2006.

BERGER, Christa. **Campos em confronto: a terra e o texto**. 2 ed. Porto Alegre: UFRGS, 2003.

BERGER, Peter L.; BERGER, Brigitte. O que é uma instituição social? In: FORACCHI, Marialice Mencarini; MARTINS, José de Souza (Orgs.). **Sociologia e sociedade: leituras de introdução à sociologia**. Rio de Janeiro: LTC, 2008. Cap. 12, p. 163-168.

BERGER, Peter; LUCKMANN, Thomas. **A construção social da realidade: tratado de sociologia do conhecimento**. 28 ed. Petrópolis: Vozes, 2008.

_____. **Modernidade, pluralismo e crise de sentido:** a orientação do homem moderno. Petrópolis: Vozes, 2004.

BOBBIO, Norberto. Sociedade civil. In: _____; MATTEUCCI, Nicola; PASQUINO, Gianfranco (Orgs.). **Dicionário de política.** v. 1, 11 ed. Brasília: UnB, 1998. p. 1206-1211.

BOURDIEU, Pierre. **O senso prático.** Petrópolis: Vozes, 2009.

_____. **A economia das trocas lingüísticas:** o que falar quer dizer. 2 ed. São Paulo: EDUSP, 2008.

_____. **Coisas ditas.** São Paulo: Brasiliense, 2004a.

_____. **Os usos sociais da ciência:** por uma sociologia clínica do campo científico. São Paulo: UNESP, 2004b.

_____. Algumas propriedades dos campos. In: BOURDIEU, Pierre. **Questões de sociologia.** Lisboa: Fim de Século, 2003a. p. 119-126.

_____. O que quer dizer falar. In: BOURDIEU, Pierre. **Questões de sociologia.** Lisboa: Fim de Século, 2003b. p. 101-117.

_____. **Sobre a televisão.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

BRAGA, José Luiz. A prática da pesquisa em comunicação: abordagem metodológica como tomada de decisões. **E-compós**, Brasília, v. 14, n. 1, jan./abr. 2011. Disponível em:

<http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/view/665/498>. Acesso em: 27 set. 2011.

_____. Comunicação é aquilo que transforma linguagens. **Alceu**, v. 10, n. 20, p. 41-54, jan./jun. 2010. Disponível em:

http://revistaalceu.com.puc-rio.br/media/Alceu20_Braga.pdf. Acesso em: 17 jun. 2013.

_____. **A sociedade enfrenta sua mídia:** dispositivos sociais de crítica midiática. São Paulo: Paulus, 2006.

_____. Para começar um projeto de pesquisa. **Comunicação & Educação**, Ano X, n. 3, p. 288-296, set./dez. 2005.

BRANDÃO, Helena H. Nagamine. **Introdução à análise do discurso**. 2 ed. Campinas: Unicamp, 2004.

BREED, Warren. Controlo social na redação. Uma análise funcional. In: TRAQUINA, Nelson (Org.). **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. 2 ed. Lisboa: Veja, 1999. p. 152-166.

BRETON, Philippe. **A argumentação na comunicação**. 2 ed. Edusc, 2003.

_____; GAUTHIER, Gilles. **Histórias das teorias da argumentação**. Lisboa: Bizâncio, 2001.

CASTILHO, Carlos. Por que inovar é tão difícil no jornalismo.

Observatório da imprensa, 29 jul. 2012. Código aberto. Disponível em:

http://www.observatoriodaimprensa.com.br/codigoaberto/post/porque_inovar_e_tao_dificil_no_jornalismo. Acesso em: 4 abr. 2013.

CASTORIADIS, Cornelius. Instituição primeira da sociedade e instituições segundas. In: _____. **Figuras do pensável**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2004. Cap. 3, p. 155-171.

_____. **A instituição imaginária da sociedade**. 3 ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1982.

CHALABY, Jean. O jornalismo como invenção anglo-americana: comparação entre o desenvolvimento do jornalismo francês e anglo-americano. **Media e Jornalismo**, Lisboa, Ano 2, n. 3, p. 29-50, 2003. Disponível em:

<http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/mediajornalismo/article/viewFile/6120/5580>. Acesso em: 24 set. 2011.

CHAPARRO, Manuel Carlos. **Jornalismo não se divide em opinião e informação**. Disponível em:

http://www.oxisdaquestao.com.br/admin/arquivos/artigos/2012_7_31_14_34_6_09719.pdf. Acesso em: 25 jun. 2013.

DINES, Alberto. Homenagem. In: DINES, Alberto. **O papel do jornal e a profissão de jornalista**. 9 ed. São Paulo: Summus, 2009.

_____. **O papel do jornal: uma releitura.** 4 ed. São Paulo: Summus, 1986.

DUBET, François. Crisis de la transmisión y declive de la institución. **Política y sociedad**, vol. 47, n. 2, p. 15-25, 2010. Disponível em: <http://revistas.ucm.es/index.php/POSO/article/view/POSO1010230015A/21582>. Acesso em: 9 out. 2012.

_____. El declive y las mutaciones de la institución. **Revista de Antropología Social**, vol. 16, p. 39-66, 2007. Disponível em: <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=83811585003>. Acesso em: 9 set. 2012.

_____. **El declive de la institución: profesiones, sujetos e individuos ante la reforma del Estado.** Barcelona: Gedisa, 2006.

[DURKHEIM, Émile. As regras do método sociológico. 12 ed. São Paulo: Nacional, 1985.](#)

FAUSTO NETO, Antônio. Notas sobre as estratégias de celebração e consagração do jornalismo. **Estudos em jornalismo e mídia**, Ano V, n. 1, p. 109-121, jan./jun. 2008.

FIDALGO, António. Da retórica às indústrias de persuasão. In: FERREIRA, Ivone; GONÇALVES, Gisela (Orgs.). **As indústrias de persuasão.** Covilhã: LabCom, 2010.

_____; FERREIRA, Ivone. A retórica midiaticizada. In: LOPES, Fernanda Lima; SACRAMENTO, Igor (Orgs.). **Retórica e mídia – estudos ibero-brasileiros.** Florianópolis: Insular, 2009. p. 111-120.

FIDALGO, Joaquim. **O lugar da ética e da auto-regulação na identidade profissional dos jornalistas.** 2006. 652 f. Tese (Doutorado) - Universidade do Minho, Instituto de Ciências Sociais, Braga. Disponível em: http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/6011/3/JFIDALGO_2006_Tese_Doutoramento.pdf. Acesso em: 22 jun. 2012.

FOUCAULT, Michel. **A arqueologia do saber.** 7 ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2008.

FRANÇA, Vera Regina Veiga; CORRÊA, Laura Guimarães. Apresentação. In: _____; _____ (Orgs.). **Mídia, instituições e valores**. Belo Horizonte: Autêntica, 2012. p. 7-11.

FRANCISCATO, Carlos Eduardo. **A atualidade no jornalismo**: bases para sua delimitação teórica. 2003. 336 f. Tese (Doutorado) - Universidade Federal da Bahia, Faculdade de Comunicação, Salvador. Disponível em: <http://poscom.tempsite.ws/wp-content/uploads/2011/05/Carlos-Eduardo-Franciscato.pdf>. Acesso em: 31 ago. 2011.

GOMES, Mayra Rodrigues. **Jornalismo e ciências da linguagem**. São Paulo: Hacker, 2000.

GOMES, Wilson. **Jornalismo, fatos e interesses**: ensaios de teoria do jornalismo. Florianópolis: Insular, 2009.

GUERRA, Josenildo. Instituição e organização jornalística: uma distinção conceitual. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, XXVIII, 2005, Rio de Janeiro-RJ. **Anais...** Rio de Janeiro: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2005. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2005/resumos/R1725-1.pdf>. Acesso em: 24 jul. 2012.

GROTH, Otto. **O poder cultural desconhecido**: fundamentos da Ciência dos Jornais. Petrópolis: Vozes, 2011.

JEPPERSON, Ronald L. Institutions, institutional effects, and institutionalism. In: POWELL, Walter W.; DiMAGGIO, Paul (Orgs.). **The new institutionalism in organizational analysis**. Chicago: University of Chicago Press, 1991. Cap. 6, p. 143-163.

KARAM, Francisco. Retórica, Grécia e Roma Antigas: vestígios da futura linguagem jornalística. **Alceu**, v. 10, n. 19, p. 109-117, jul./dez. 2009. Disponível em: http://revistaalceu.com.puc-rio.br/media/Alceu19_Karam.pdf. Acesso em: 17 jun. 2013.

_____; CHRISTOFOLETTI, Rogério. Fundamentos jornalísticos para novos cenários éticos da informação. In: SILVA, Gislene et al. (Orgs.)

Jornalismo contemporâneo: figurações, impasses e perspectivas. Salvador: EDUFA, 2011. p. 79-100.

KRISTEVA, Julia. **História da linguagem**. Lisboa: Edições 70, 1969.

LEVI, Lucio. Legitimidade. In: BOBBIO, Norberto; MATTEUCCI, Nicola; PASQUINO, Gianfranco (Orgs.). **Dicionário de política**. v. 1, 11 ed. Brasília: UnB, 1998. p. 675-679.

MACHADO, Elias. O pioneirismo de Robert E. Park na pesquisa em Jornalismo. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Florianópolis, v. 2, n. 1, p. 23-34, jan./jun. 2005.

MAINGUENEAU, Dominique. **Cenas da enunciação**. São Paulo: Parábola, 2008a

_____. **Gênese dos discursos**. São Paulo: Parábola, 2008b.

_____. A análise do discurso e suas fronteiras. **Matraga**, Rio de Janeiro, v. 14, n. 20, p. 13-37, jan./jun. 2007. Disponível em: <http://www.pgletras.uerj.br/matraga/matraga20/arqs/matraga20a01.pdf>. Acesso em: 15 jun. 2013.

_____. **Termos-chave da análise do discurso**. Belo Horizonte: UFMG, 1998.

_____. **Novas tendências em análise do discurso**. 3 ed. Campinas: Pontes, 1997.

MARHENKE, Karl-Ursus. O poder dos jornais, segundo Otto Groth. In: MAROCCO, Beatriz; BERGER, Christa. **A era glacial do jornalismo – teorias sociais da imprensa: pensamento crítico sobre os jornais**. Porto Alegre: Sulina, 2006. p. 155-181.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Mídia e poder simbólico**. São Paulo: Paulus, 2003.

MEDITSCH, Eduardo. Jornalismo e construção social do acontecimento. In: BENETTI, Marcia; FONSECA, Virgínia (Orgs.). **Jornalismo e acontecimento: mapeamentos críticos**. Florianópolis: Insular, 2010a. V. 1, p. 19-42.

_____. Profissão derrotada, ciência não legitimada: é preciso entender a institucionalização do campo jornalístico. **Brazilian Journalism Research**, v. 6, n. 1, p. 97-113, 2010b.

MELO, José Marques de. **A opinião no jornalismo brasileiro**. Petrópolis: Vozes, 1985.

MIRANDA, Luciano. **Pierre Bourdieu e o campo da comunicação: por uma teoria da comunicação praxiológica**. Porto Alegre, EDIPUCRS, 2005.

NEVEU, Érik. **Sociologia do jornalismo**. São Paulo: Loyola, 2006.

NOGUEIRA, Marco Aurélio. **Em defesa da política**. São Paulo: SENAC São Paulo, 2001.

OVERHOLSER, Geneva; JAMIESON, Kathleen Hall (Orgs.). **The press**. New York: Oxford University, 2005.

PARK, Robert E. A história natural do jornal. In: BERGER, Christa; MAROCCO, Beatriz (Orgs.). **A era glacial do jornalismo: teorias sociais da imprensa**. V. 2. Porto Alegre: Sulina, 2008a. p. 33-50.

_____. Notícia e o poder da imprensa. In: _____ (Orgs.). **A era glacial do jornalismo: teorias sociais da imprensa**. V. 2. Porto Alegre: Sulina, 2008b. p. 71-82.

PERELMAN, Chaim; OLBRECHTS-TYTECA, Lucie. **Tratado de argumentação: a nova retórica**. São Paulo: Martins Fontes, 1996.

RAMONET, Ignacio. **A explosão do jornalismo: das mídias de massa à massa de mídias**. São Paulo: Publisher Brasil, 2012.

RIBEIRO, Ana Paula Goulart. Discurso e poder: a contribuição barthesiana para os estudos de linguagem. **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, São Paulo, v. 27, n. 1, p. 79-93, jan./jun. 2004.

RODRIGUES, Adriano Duarte. Delimitação, natureza e funções do discurso midiático. In: PORTO, Sérgio Dayrell (Org.). **O jornal: da**

forma ao sentido. 2 ed. Brasília: Editora UnB, 2002. Cap. 11, p. 217-233.

_____. **Estratégias da comunicação:** questão comunicacional e formas de sociabilidade. Lisboa: Presença, 1990.

_____. **O campo dos *media*:** discursividade, narratividade, máquinas. Lisboa: Vega, 1987.

RYFE, David Michel. New institutionalism and the news. **Political Communication**, v. 23, p. 135-144, 2006.

RYFE, David M.; BLACH-ORSTEN, Mark. Introduction. **Journalism studies**, v. 12, n. 1, p. 3-9, 2011.

SCHUDSON, Michael. **Descobrimo a notícia:** uma história social dos jornais nos Estados Unidos. Petrópolis: Vozes, 2010.

SEIDENGLANZ, René; SPONHOLZ, Liriam. Objetividade e credibilidade midiática: considerações sobre uma suposta relação.

Contemporânea, v. 6, n. 2, dez. 2008. Disponível em:

<http://www.portalseer.ufba.br/index.php/contemporaneaposcom/article/view/3532/2585>. Acesso em: 28 jul. 2012.

SEIXAS, Lia. **Redefinindo os gêneros jornalísticos:** proposta de novos critérios de classificação. Covilhã: LabCom, 2009. Disponível em:

http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20110818-seixas_classificacao_2009.pdf. Acesso em: 26 jun. 2013.

SERRA, Paulo. O princípio da credibilidade na selecção da informação mediática. [S.l.] 2006. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/serra-paulo-credibilidade-selecao-informacao.pdf>. Acesso em: 28 jul. 2012.

SOUSA, Jorge Pedro. Uma história breve do jornalismo no Ocidente. In: _____ (Org.). **Jornalismo: história, teoria e metodologia:** perspectivas luso-brasileiras. Porto: Universidade Fernando Pessoa, 2008. p. 12-93.

SOUZA FILHO, Danilo Marcondes de. Apresentação. In: AUSTIN, John L. **Quando dizer é fazer:** palavras e ação. Porto Alegre: Artes Médicas, 1990.

SPONHOLZ, Liriam. **Jornalismo, conhecimento e objetividade:** além do espelho e das construções. Florianópolis: Insular, 2009.

TÉTU, Jean-François. *Le Monde e Libération* em perspectiva. Referências e significação: *Le Monde*. In: MOUILLAUD, Maurice; PORTO, Sérgio Dayrell (Orgs.). **O jornal:** da forma ao sentido. 2 ed. Brasília: Editora UNB, 2002

THOMPSON, John B. **Ideologia e cultura moderna:** teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa. Petrópolis: Vozes, 1995.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo:** porque as notícias são como são. v.1. 2 ed. Florianópolis: Insular, 2005.

TUCHMAN, Gaye. A objetividade como ritual estratégico: uma análise das noções de objetividade dos jornalistas. In: TRAQUINA, Nelson (Org.). **Jornalismo:** questões, teorias e “estórias”. 2 ed. Lisboa: Veja, 1999. p. 74-89.

VAIA, Sandro. Detrás das dunas do Estadão. **piauí**, São Paulo, ed. 12, set. 2007. Disponível em: <http://revistapiaui.estadao.com.br/edicao-12/cronicas-da-imprensa/detras-das-dunas-do-estadao>. Acesso em: 24 maio 2013.

WEBER, Max. **Ciência e política:** duas vocações. 15 ed. São Paulo: Cultrix, 2008.

WHITLEY, Richard. Cognitive and social institutionalization of scientific specialties and research areas. In: _____ (Org.). **Social processes of scientific development**. Londres/Boston: Routledge & Kegan Paul, 1974. p. 69-95.

ZELIZER, Barbie. **Taking journalism seriously:** news and the academy. Thousand Oaks: Sage, 2004.

APÊNDICE A

Entrevista com Marcelo Leite, editor de opinião da *Folha de S.Paulo*, realizada em 11 de abril de 2013, na sede do jornal, em São Paulo.

Guilherme Guerreiro Neto: Marcelo, como é que decidido o tema de um editorial?

Marcelo Leite: É uma rotina diária que funciona mais ou menos assim: o responsável pela pauta sou eu, o editor de opinião. Um esclarecimento: na *Folha de S.Paulo* o editor de opinião só cuida de editoriais, não cuida dos artigos. Essa é uma confusão comum. Recebimento de artigos etc. é a coordenadora de artigos e eventos que faz. Eu faço uma leitura dos jornais pela manhã, em casa, já preparo um pouco dessa pauta, já encomendo alguns textos a partir dali mesmo, da leitura dos jornais. Um, dois textos. E ao chegar ao jornal eu completo essa leitura lendo outros jornais que eu só tenho acesso aqui. Basicamente eu leio *Folha*, *O Estado de S.Paulo*, *Valor [Econômico]*, *O Globo* e o *Agora São Paulo*, que é daqui da casa. Dou uma olhada no *New York Times*, *Financial Times*, algumas publicações estrangeiras, mas não necessariamente todos os dias. A partir disso já formulo uma ideia do que eu gostaria de publicar no dia seguinte. Quando me encontro com o Uirá Machado [editor-assistente], geralmente por volta de uma da tarde, a gente discute essa pauta, eventualmente muda, ele sugere coisas. Se tem algum outro editorialista presente, também entra nessa discussão, como o Marcos Augusto Gonçalves. E aí, no início da tarde, num horário que varia, pode ser uma, pode ser duas, pode ser três da tarde, eu discuto rapidamente essa pauta geral por telefone com o Otavio Frias Filho, que é o diretor de redação. Em geral isso é aprovado, com muito pouca variação. Normalmente ele sugere alguma coisa para a linha do texto ou algum tema. Mas o grosso da pauta é definido por mim e aprovado por ele. Isso no dia-a-dia, porque a rigor essa mecânica de trabalho está sujeita a um fórum muito mais amplo de discussão, que são os almoços que a gente realiza às sextas-feiras. Almoço de discussão que envolve os secretários de redação, o editor executivo, o diretor de redação, os editorialistas e alguns dos editores principais do jornal. Inclusive esses editorialistas que trabalham fora do jornal vêm para esse almoço. A periodicidade dele varia, não é toda a sexta-feira que acontece. Mas esse é considerado por nós o foro principal de discussão, principalmente sobre os grandes temas. Temas sobre os quais o jornal ou não se pronunciou ainda e não tem uma posição formada, ou quer mudar

de posição, quer nuançar uma posição. Ou, às vezes, até para discutir mesmo em termos de informação, porque embora a gente tenha uma certa divisão de assuntos entre os editorialistas, ninguém ali, fora um economista, é realmente especialista em nada. Então com certeza os editores da área ou eventualmente até pessoas que a gente convida para esse almoço, que não são essas que eu te falei, possam acrescentar informações para ajudar a tomar uma posição. Esse é o foro principal, mas ele não está envolvido na pauta do dia-a-dia, é uma pauta mais ampla de temas de interesse nacional, discussão de linhas mais gerais que a gente procura no dia-a-dia concretizar em pautas específicas, em textos específicos.

GGN: É então um encontro também de avaliação do que vem ocorrendo ou apenas...

ML: Da conjuntura do país. Ele não avalia os editoriais. Esse foro é de discussão. O foro de decisão sobre editoriais é o editor com o diretor de redação, basicamente.

GGN: É um direcionamento, uma discussão das tomadas de posição que o jornal vai apresentar?

ML: A gente tenta que seja uma discussão mais objetiva do que deliberativa. Eventualmente, quando tem muita divisão, esse almoço se torna um pouco deliberativo. Eu não me lembro agora, mas raras vezes ele acabou sendo uma votação, porque, como eu disse, a prerrogativa é da direção da empresa em comum acordo com o editor de opinião. A decisão final, a última palavra. Mas esses almoços, em alguns momentos, quando está difícil tomar uma posição, assume um pouco esse caráter também. Não é que ali naquele almoço se fixa "ah, a *Folha* vai definir...". Grandes decisões, tipo quando teve o plebiscito Parlamentarismo *versus* Presidencialismo, coincidentemente eu era editor de opinião nessa época e a gente teve longos debates nesses almoços, mais de um, até se tomar a posição de que a *Folha* defenderia o parlamentarismo.

GGN: Então esses almoços já são uma tradição.

ML: Ah, muito antiga, antes de eu entrar no jornal ele já existia. É uma tradição bem antiga, porque é a ideia de que você tem um coletivo de pessoas pensando, contribuindo – ainda que não no dia-a-dia dos editoriais –, mas para que não seja uma coisa muito discricionária, só a cabeça de uma, duas pessoas... ou nove, que seja. A ideia é de ampliar um pouco e enriquecer.

GGN: E com o tema decidido, desde o princípio a linha argumentativa a ser construída já é clara?

ML: Varia muito do tema. A gente procura definir ao máximo com base nas informações disponíveis, no histórico de opiniões do jornal a respeito daquele assunto, procurando não mudar de posição a cada dia, seguir uma linha coerente, que eu chamaria de "social-democrata" de certo modo, isso em termos bem estereotipados e gerais. Não é bem isso, mas acho que serve. A *Folha* se considera um jornal de centro, progressista em questões sociais. Então, com base nesse histórico de opiniões, eu já proponho uma certa linha para o texto, a não ser os casos em que depende de uma pesquisa, de um aprofundamento das informações. A gente está procurando, já há alguns anos, escapar da opinião pela opinião, de pontificar sobre um assunto. Nossa proposta é embasá-la o máximo possível em informações objetivas, em pesquisas e estudos. Tomada de posição com base em fatos mesmo, o que estiver disponível em termos do melhor conhecimento, obviamente interpretado por nós. Não quero dizer com isso que a opinião é objetiva. Não, a opinião é opinião. Mas tentar reduzir um pouco essa tendência do debate público no Brasil de ser muito opinativo e pouco analítico. Muito mais discricionário, subjetivo, às vezes até autoritário, acho que boa parte do debate público no Brasil tem esse caráter. Então eu proponho uma linha para o Otávio, o mais detalhada possível. Eventualmente a gente discute um pouco isso, eu e ele. Discuto com o Uirá, discuto com quem estiver por perto, não é também só da minha cabeça. Mas, em alguns casos, quando eu não tenho conhecimento suficiente, a coisa fica um pouco em aberto. A pessoa encarregada de fazer o texto preenche uma linha que pode ser vaga. Isso é muito comum em economia, que é uma coisa um pouco mais técnica. Quem escreve sobre economia geralmente é o Paulo Miguel, economista, o Vinicius Torres Freire, que é um colunista do jornal, ou eventualmente o Vinicius Mota, que é secretário de redação; são as pessoas que têm maior conhecimento nessa área. Eu proponho um tema, eles eventualmente voltam a mim por e-mail, por telefone e propõem uma linha: "olha, eu dei uma olhada no assunto, dei uma pesquisada, acho que a gente deve ir por aqui". Aí, se eu acho que está coerente com a linha do jornal, dou o sinal verde. Isso em geral é uma coisa muito rápida, porque todos eles conhecem a linha do jornal e eu também. Mas é muito comum também eu quase ditar até os argumentos. Pelo menos propor. E a pessoa evidentemente vai dizer se concorda ou não, vai problematizar, aí é um processo de discussão. Mas é basicamente isso, o processo é esse.

GGN: Falando das etapas desse processo: tem da tua parte a leitura dos jornais, aí a previsão de uma pauta. E isso continua como durante o dia? Há uma passagem de pauta para cada um desses editorialistas?

ML: Olha, a gente só publica dois [editoriais] por dia. E a gente tem uma espécie de ilha de produção ali em que eu tenho que garantir temas pros dias seguintes. Em geral, eu tenho três, quatro editoriais em andamento, não necessariamente para serem entregues naquele dia. Mas eu posso estar pautando esses editorialistas desde o período da manhã. Hoje, por exemplo, eu já mandei um e-mail às nove e meia da manhã para um dos editorialistas propondo que a gente faça um editorial sobre inflação. E mais ou menos alinhabei o que acho que pode ou deve constar, uma certa orientação, mas também algumas dúvidas, porque tem coisas que eu não sei resolver. Tem duas leituras sobre esse índice de inflação: uma diz que "olha, se você descontar a desoneração que o governo vem fazendo" – isso é uma matéria que tem hoje na *Folha* – "na verdade a inflação estaria rolando a 7% ou 8%, não a 6,5%, porque esses efeitos serão apenas provisórios", é como se fosse uma depuração, um expurgo. Alguns tiveram essa leitura. Já o governo diz "não, veja bem, a inflação dos serviços está diminuindo o ritmo de aumento", enfim, faz uma série de considerações sobre esse índice de inflação alto que veio para dizer que a safra vai entrar, vai melhorar, no atacado o preço dos alimentos vai cair. Faz uma leitura que diz que não é tão grave assim. Então, para mim, é indecível essa questão, eu não tenho conhecimento técnico, eu preciso que um economista me diga. Então eu já propus esse problema e pedi para ele apresentar uma proposta a respeito. Mas isso pode acontecer também no meio da tarde. Quando eu bater a pauta com o Otávio, se surgir um tema novo que eu não tinha encomendado para ninguém, é possível, é comum que eu paute um editorialista só às três da tarde. A gente evita fazer isso. A gente quer ao máximo ampliar o tempo de pesquisa e produção do texto, para melhorar a qualidade da argumentação, melhorar a qualidade do texto. Como economia é um assunto mais empedrado, um texto que demanda mais edição – economista, por definição, não escreve muito bem, então demanda um trabalho de edição de texto maior –, eu procuro sempre pautar o mais cedo possível, para ter tempo de eventualmente até devolver o texto com sugestões de alteração. Seria o melhor dos mundos, mas o processo é mais ou menos esse. O compromisso de editorialistas é de entregar o texto até no mais tardar seis e meia da tarde. Por isso, quanto mais cedo você pautar, às vezes até no dia anterior, é melhor. O cara escreve com calma, com cuidado, com apuro. Eu faço uma edição final desse texto.

Os textos são curtos, entre 2.200 e 2.800 caracteres com espaços. Então a edição não toma tanto tempo. Às vezes toma, porque você tem que mudar a estrutura do texto. Em alguns casos raros demanda mais tempo de edição. Mas digamos que em meia hora, uma hora, eu consigo em geral botar o texto no formato final. E por volta das sete da noite eu submeto esses textos, já no seu formato final (tamanho, título, tudo) ao Otávio e ele me liga em seguida, sete e meia, oito horas da noite em geral, para fazer pequenas sugestões no texto, ou levantar coisas que não entendeu, que acha que não estão bem explicadas, ou propor mudanças de formulação. Em geral são coisas pontuais, porque a sintonia é muito forte, isso que eu queria ressaltar para você. Eu tenho 27 anos de *Folha de S.Paulo*. Eu estou há dois anos e pouco como editor, mas eu já fui editorialista durante muitos anos. Um pouco nesse regime que os outros trabalham eu já trabalhei também durante alguns anos. E também já fui editor de opinião por um ano lá na década de 1990. Fui ombudsman do jornal por dois anos e pouco. Enfim, eu tenho um bom conhecimento das pautas, das orientações, das preferências, da linha editorial do jornal. Isso, obviamente, facilita muito o trabalho. É o tipo do cargo que você não precisa concordar, não precisa votar no mesmo partido, mas você tem que ter um mínimo de concordância com essa linha para, primeiro, escrever com convicção, evidente, e, segundo, para funcionar bem, essa sintonia tem que ser grande. Eu diria que, de modo geral, a gente tem um mix, tem uma certa pluralidade de opiniões. Você vai encontrar pessoas mais progressistas, outras mais conservadoras, para usar os rótulos. Mas dentro de um espectro que não é tão amplo assim. Não vai ter um editorialista do PSTU e outro adepto do [Marco] Feliciano e do [Jair] Bolsonaro. Não é esse o extremo do espectro. Mas tem um espectro razoável, especialmente nesse almoço. É bom, é positivo, porque a gente também procura não se apegar muito a essa coisa de direita e esquerda. Tem uma série de teses de esquerda que a gente questiona. Vou te dar um exemplo: a associação entre criminalidade e pobreza. Pega o exemplo do nordeste. É muito curioso isso, porque é onde tem o maior aumento da renda média, pelo menos de distribuição de renda, e também é o lugar onde está aumentando mais a criminalidade no Brasil. Então são coisas interessantes de você pensar, começar a se questionar. Acho que o editorial serve para isso também, não é só para defender uma tese. Às vezes a gente faz editoriais analíticos. Não sei se você tem notado isso, é uma tendência. Deixa eu te dar um exemplo: esse domingo a gente publicou um editorial único sobre a justiça no Brasil. Tentamos fazer um balanço de dez anos da emenda constitucional que propôs o CNJ, uma série de transformações

na área da justiça. É um editorial que é quase uma reportagem, tem muito pouca posição. Até defende ali que tem que continuar em certa linha, a reforma tem que aprofundar, tem uma posição. Mas ele é muito mais informativo e compilador de uma série de informações que a toda hora estão saindo. É diferente quando você pega, olha e fala: "o que aconteceu nesses dez anos?", "o que o CNJ fez?", "o que mudou na Justiça brasileira?", "como é que foi a performance?", "quantos processos tinha?", "diminuíram ou não diminuíram?". Essa visão mais distanciada, eu acho que é uma das funções do editorial do jornal fazer isso. Tentar se erguer um pouco acima da discussão conjuntural, do percentual da inflação, da picuinha do dia envolvendo o Joaquim Barbosa e as associações de juízes. A gente também faz, hoje tem um editorial sobre isso, saiu no jornal. Mas também procura dar essa visão mais ampla.

N: Em relação ao tempo do editorial, ele é diferente do restante do jornal? O editorial dialoga mais com o jornal de ontem do que com o jornal do dia em que é publicado?

M: A gente, por trabalhar num jornal diário, faz o esforço de ser o mais ágil possível. Então, por exemplo, Margaret Thatcher morreu. A notícia circulou às oito horas da manhã aproximadamente e, por acaso, eu estava no meu iPad e vi um flash do *New York Times* me avisando de que ela tinha morrido. Imediatamente eu já pautei e no dia seguinte tinha um editorial. O *Estadão* demorou um dia a mais, publicou no outro dia. Isso acontece com a gente também. Às vezes a gente publica editoriais sobre notícias de quatro, cinco dias antes. Às vezes não é bem notícia, vou te dar um outro exemplo: hoje, quinta-feira, saiu um editorial sobre economia na Venezuela e de certo modo o gancho foi a entrevista publicada no domingo no caderno Ilustríssima. A gente demorou um pouco para fazer. Ou outras coisas que entraram na fila antes. Mas, sim, eu diria que, de um modo geral, a gente espera a publicação da notícia e a repercussão para se pronunciar sobre ela. Isso quer dizer que, nas suas palavras, ele dialoga mais com o jornal de ontem do que com o jornal de hoje. Mas tem várias exceções a isso, como o caso da Margaret Thatcher, em que a gente saiu junto com o noticiário. No mesmo dia que saiu a notícia, saiu o editorial a respeito. Esse é o esforço nosso, mas não é uma obrigação. Não é um texto noticioso, mas todos somos jornalistas, a gente está aqui para escrever no calor dos acontecimentos, especialmente quando eles são mais importantes. Você procura reagir mais rapidamente quando tem uma coisa mais quente, de grande impacto. Tem uma frase que eu não sei de quem é, fala que o

editorialista é aquela figura que depois da batalha vai ao campo de batalha para se assegurar de que todos os feridos serão mortos, para matar todos os feridos. É um pouco isso, você espera sair a notícia, espera a repercussão e af...

GGN: Vocês produzem editoriais excedentes para o dia ou a pauta já prevê dois editoriais e, via de regra, são esses dois?

ML: A gente sempre procura ter pelo menos um editorial em *stand-by*. Você não quer correr o risco de um texto não ficar bom e você ser obrigado a publicar. Não ficar bom por qualquer razão que seja: estilo, qualidade da argumentação, profundidade, linha política. Às vezes você chega, "olha, isso aqui precisa ser rediscutido, não está ainda bem embasado". O editor precisa ter essa possibilidade e o diretor do jornal também precisa ter. A gente evita ficar rendido, só com dois textos na mão e ter que publicar do jeito que for. Isso acontece, não vou dizer para você que não acontece. As pessoas ficam doentes, não podem entregar o texto na hora prometida ou no dia prometido, a gente tem percalços. Mas eu também já escrevi editorial em uma hora. Decidi fazer, sentei e fiz. Acontece. Nós também somos jornalistas e jornalista tem que ter essa capacidade de reagir, principalmente quando são coisas muito importantes. Ao longo do mensalão, por exemplo, do julgamento do mensalão, a gente chegou a fazer editoriais sobre sessões que estavam transcorrendo. Um pouco raro, porque elas costumavam terminar num horário ingrato, sete horas da noite, um pouco antes do horário que a gente está fechando. Mas quando elas envolviam decisões importantes que aconteceram no começo da sessão, por exemplo, era possível. Como o Marcelo Coelho estava acompanhando de forma quase permanente, ele escrevia alguns editoriais para a quente sobre o julgamento do mensalão, dada a importância que tinha.

GGN: Os editoriais atingem um público específico do jornal?

ML: O editorial normalmente é seguido por leitores mais qualificados. Qualificados no sentido de que são pessoas que estão mais preocupadas, como formadores de opinião, tomadores de decisão, empresários, professores universitários, pessoas que têm uma preocupação menos imediatista com o jornal e com o país. É a minha avaliação pelo menos. A gente sabe, por uma série de razões, que certamente os governantes todos ou leem ou são avisados pelas suas assessorias quando sai um editorial a respeito do seu próprio desempenho, dos seus desafetos, dos seus auxiliares, dos seus ministros, dos seus secretários etc. Isso costuma ter uma repercussão muito forte.

GGN: É para eles que vocês escrevem? Ou para os formadores de opinião...

ML: Não, não. Ao contrário. A gente escreve para o nosso leitor. Essa é outra coisa que eu considero uma missão mesmo, que é o seguinte: muito tempo atrás, a *Folha* tinha uma fama de os editoriais serem vagos, serem até em cima do muro. Ficava muito no "por um lado isso, por outro lado aquilo" e não tomava muita posição. Então essa era uma coisa que a gente procura já há vários anos combater. Ser mais definido e incisivo. Por outro lado, ser rico em termos de estilo sem ser preciosista. Aquele "editorialês", que é a linguagem do editorialista, os "destarte", os "ademais", essas coisas, a gente vem diminuindo. Não eliminando, porque também, como eu disse, a gente prefere escrever com um estilo rico. É quase como uma vitrine, um exemplo para o restante do jornal, quase que uma escola de redação. A gente quer mostrar que é possível, num jornal diário, escrever-se bem, de maneira culta, mas não incompreensível, beletrística. Um registro elevado da linguagem, sem ser pedante. Essa é a ideia. E ser didático. Quer dizer, falar de economia, mas de um jeito que qualquer pessoa entenda. Ou, a princípio, a tentativa é essa, não estou dizendo que a gente é bem-sucedido. Eu diria que na maior parte das vezes talvez a gente nem seja bem-sucedido nessa tarefa de conciliar todas essas exigências, o que não é fácil. Você escrever de maneira relevante, incisiva, bem escrita e didática sobre um tema de economia em 2.700 caracteres é um desafio e tanto. Posso garantir para você que é um desafio enorme. Acho que um dia consegue mais, um dia consegue menos, a gente está sempre tentando se aproximar desse ideal. Mas a gente escreve para o leitor comum. A tentativa é de levar posições e informações de relevância para qualquer cidadão sobre temas de importância para o país, para a cultura, para a humanidade, enfim. Temas de relevância. E ajudar as pessoas a formar opinião sobre assuntos às vezes não tão grandiosos – eu já fiz editorial até sobre o Bóson de Higgs. A gente procura também ampliar o máximo possível o leque dos assuntos para que não seja só aquela coisa tradicional. Economia, política, economia, política ou política internacional, economia, política internacional... Que é a tendência do editorialista das antigas, escrever só sobre essas três coisas. A gente escreve sobre saúde, a gente escreve sobre ciência, a gente escreve sobre comportamento, cidades. Uma série de coisas. Foram temas que foram sendo incorporados. Nesse sentido, a editoria de opinião se arejou muito nas últimas décadas. Bastante.

GGN: O editorial tem fama de ser um texto pouco lido. É assim mesmo? Qual é a repercussão, normalmente, que ele gera?

ML: É um pouco difícil medir a leitura. A *Folha* faz esses perfis do leitor que, entre outras coisas, são pesquisas... Atualmente acho que são feitas uma vez a cada cinco anos, uma vez a cada dez anos, quando o Datafolha faz. Eu não saberia te dizer agora quando foi a última, nem qual foi o índice de leitura de editoriais, mas eu tenho certeza de que é baixo em relação às outras áreas do jornal. Mais baixo, mas não necessariamente muito baixo. E o nosso esforço é essa questão do estilo, do didatismo, da capacidade de surpreender com o editorial, surpreender pelo título, pela abordagem, pelo argumento que ninguém viu. O lado, o aspecto, a informação que ninguém enxergou, tudo isso. A gente faz um esforço contínuo para tornar esse texto não só chamativo como relevante para qualquer pessoa. Esse é o esforço. Agora, existe quase que uma tradição em que o leitorado identifica o editorial como alguma coisa que “não é para mim”. A gente combate isso ativamente. Tem o *feedback* que varia muito do tema, do dia. A gente até se pergunta de vez em quando porque tem épocas que vem pouquíssimas cartas, por exemplo, no Painel do Leitor sobre o editorial, tem épocas que vem um monte, então fica difícil se entender. Se você quiser chamar atenção, é muito fácil. Isso é a tentação de todo jornalista. Fazer gracinha, fazer um título capcioso, só falar de temas que chamam atenção, se você quiser. Se começar a fazer editorial sobre celebridade ou sobre sexo, vai aumentar muito a leitura, mas não é isso que a gente pretende. Esses assuntos, por exemplo, mensalão, essas “guerras” culturais-religiosas, aborto, casamento homossexual, o caso do Feliciano, enfim, são temas que chamam atenção, então a tendência é ter mais *feedback* sobre esses temas. A mudança da legislação sobre emprego doméstico... São temas que, de alguma maneira, estão inquietando mais. A segurança pública, tudo que envolve a polarização PT-PSDB também. Você escreve alguma coisa em que há crítica ao PT ou ao PSDB e o outro lado sempre... Ou o próprio lado reclama. Isso é comum. Tem alguns editoriais que você sabe que vai vir repercussão. Porque é assim, não é só com o editorial, tudo é assim. Noticiário, os columnistas todos. A gente não escreve só para ter repercussão, a gente escreve para tentar influenciar o debate mesmo com argumentos racionais. Esse é o objetivo mais geral.

N: Qual é a proximidade que tem o editorialista com a direção do jornal?

M: É mais do editor de opinião, por essas razões que eu te falei. É uma questão mais de sintonia. Precisaríamos definir melhor o que é proximidade. Eu diria que tem uma certa sintonia, que é jornalística antes de mais nada. Saber escolher os temas de interesse público segundo uma certa visão que o jornal tem do país e do mundo, da atualidade, da história, da economia. Isso não implica necessariamente em uma proximidade no plano pessoal, amizade. Não é o caso. Em 27 anos de *Folha*, não posso dizer que eu tenha proximidade nesse aspecto. Mas uma relação de respeito, admiração mútua, colaboração, confiança. Uma relação sobretudo de confiança, que eu definiria como confiança jornalística mais do que qualquer coisa.

GGN: Mas é uma editoria mais próxima da diretoria do que da redação?

ML: Ah, com certeza. Eu diria até que é quase de independência com relação à redação. Não é o modelo americano, o modelo americano é de separação completa. Nos Estados Unidos se fala muito na separação Igreja-Estado. Eles falam isso em dois sentidos na verdade: um é o muro que separa a redação do comercial, essa é uma das interpretações; a outra é o muro que separa a redação da opinião, a editoria de opinião ou o *publisher* no caso aqui do diretor de redação, da direção de redação. O nosso modelo é um pouco diferente. Eu venho à reunião de primeira página, por exemplo. Por quê? Primeiro para dizer para a redação, para os editores presentes quais são os editoriais do dia seguinte. É um indicativo só da importância que a direção do jornal e a editoria de opinião estão atribuindo àqueles assuntos que a gente escolheu, naquele dia, como os dois principais para serem objetos de editorial, nada mais. Eu anuncio qual é o tema, eventualmente alguém pergunta qual a posição que o jornal vai tomar, e se encerra ali, não se debate o editorial. E eventualmente eu faço sugestões ou observações sobre os assuntos que estão sendo discutidos nessa reunião, mas também como jornalista, não se trata de influenciar em nada o noticiário. Então é esse o espírito. Não tem essa preocupação quase paranoica que os jornais americanos têm com essa separação, é um pouco diferente. Temos esse almoço em que os editorialistas e os editores sentam juntos e debatem, eventualmente até deliberam, tipo “vamos ser contra ou a favor do parlamentarismo?”. É um pouco raro, mas acontece eventualmente. Plebiscito sobre desarmamento. Teve uma espécie de votação, porque estava no começo um pouco dividido, depois ficou claro que a imensa maioria era favorável ao desarmamento. Contra a posição, na época, do dono do jornal. Mas, enfim, isso acontece. É uma discussão bastante democrática.

N: E a progressão de carreira que faz o jornalista se tornar um editorialista? Vocês têm aqui um caso em que os editorialistas acumulam outras funções, eles não são apenas editorialistas.

M: Olha, você vai encontrar exemplos de todos os tipos. Não tem exatamente um percurso normal, nem uma carreira. A tendência é você buscar dentro da redação – ou fora dela, mas é mais comum dentro da redação – aquelas pessoas com maior potencial ou já com potencial demonstrado para escrever bem, com capacidade de análise, de interpretação e de processamento mesmo de informações. A gente não quer só pessoas que saibam escrever bem e que resolvam com estilo a falta de profundidade ou de conhecimento, que era um modelo mais antigo, em que o editorialista era uma espécie de um mágico das palavras, que disfarçava uma tomada de posição superficial com floreios. A gente quer gente... Assim como quer na redação também, mas para editoriais é muito importante a gente encontrar esse perfil. É um perfil um pouco mais intelectualizado, perfil nesse sentido um pouco diferente ou até oposto ao repórter. Mas a gente quer mais reportagem no editorial, a gente incentiva e pratica isso no dia-a-dia, a busca seja de informações em estudos, seja falando mesmo com fontes autorizadas sobre a matéria, para não partir só do que seria a inclinação natural nossa sobre um determinado assunto. A gente liga para juristas, liga para economistas, liga para políticos, para cientistas políticos para falar “olha, o que você acha desse assunto? Sem compromisso. Nossa tendência é enxergar por esse lado. Mas é isso mesmo? Ou tem outros modos de ver a questão que a gente não está considerando, informações que a gente desconhece sobre o assunto?”. Pensa um pouco, você vai fazer um editorial sobre portos. É uma questão super técnica. Tem uma apresentação geral, a gente acha que tem uma ineficiência crônica, tem um problema de cristalização de certos interesses na administração dos portos, interesses políticos, interesses sindicais, uma visão bem geral. Agora, é isso mesmo? Que outros interesses estão envolvidos? Você corre o risco de tomar posições até ingênuas se você não estiver bem calçado, não tentar se aprofundar. Você pode dizer “ah, espera aí, de onde que está vindo esse ataque? Tem um interesse por trás ou não tem?”. Esse é o tipo de informação que você precisa levar em conta, não para mudar sua posição necessariamente, mas para modulá-la. Ou eventualmente até mudar.

GGN: A opinião do editorialista se confunde com a da empresa normalmente?

ML: O editorial é a opinião da empresa. Então o editorialista pode se ver na posição inclusive de escrever um editorial com o qual, em caráter pessoal, não concorde cem por cento. Isso acontece, é inerente à função. Agora, como eu te disse, isso não é uma coisa que é o dia-a-dia. Se isso se repete no dia-a-dia é porque há uma falta de sintonia, então não é interessante para nenhum dos lados que aquela pessoa continue naquela função, porque vai ser uma violência para ela. Mas, olha, é muito raro acontecer. E a pessoa participa das discussões também, quer dizer, ela tem oportunidade de influenciar essa discussão. Eu tenho, os editorialistas têm. Então a opinião do editorialista não precisa se confundir cem por cento, o tempo todo, com a da direção do jornal e com o que acaba sendo publicado no jornal, mas eu diria que ela tende para isso. Até porque é uma via de duas mãos: um cara que discorde cem por cento de todas as posições que a *Folha* toma, ele então não deveria aceitar o convite para ser editorialista. E dificilmente a gente faria também esse convite. Mas, ao mesmo tempo, quem discorda um pouco, eventualmente, acha que pode ser aperfeiçoada essa linha, tem uma grande chance de influenciá-la, com bons argumentos. Então é uma posição interessante de trabalhar.

GGN: Enquanto ocupam a função, os editorialistas têm restrições de tomada de posição pessoal?

ML: Tanto quanto qualquer jornalista na verdade. Talvez um pouco mais de tato, exige-se dessas pessoas um pouco mais de tato. Mas não, não há qualquer tipo de cerceamento. Eu, por exemplo, escrevi outro dia resenhas de livros. Esse sábado agora, fui escalado para escrever aquela coluna vertical que sai na página dois. Tem os editoriais, as colunas São Paulo, Brasília e Rio e tem uma coluna vertical. Tem o Aécio [Neves], Marina Silva, André Singer... Às vezes uma das pessoas falha ou sai de férias e algumas pessoas são convidadas a escrever no lugar interinamente. E eu me sinto livre para tomar a posição que eu quiser ali, então não há um cerceamento desse tipo. Mas, evidentemente, você... Assim como um jornalista também, não é prudente um jornalista ser filiado a partido político. Pode ser, ninguém cobra, ninguém pergunta, mas eu diria que não é uma boa ideia. Ou pelo menos não ostensivamente, você vir com broche do PT trabalhar, ou do PSDB ou da Marina, entendeu? Eu acho que todo jornalista tem que zelar pela sua imagem de objetividade. Sua credibilidade depende dela. Enfim, não sei exatamente se eu respondi a sua pergunta.

GGN: Sim. Em relação à formação da opinião da empresa e do jornal, você falou da relação do editorialista com essa opinião, mas para se chegar a uma tomada de posição ou para definir a opinião do jornal há posições divergentes que atuam antes que a posição esteja consolidada, digamos assim?

ML: Com certeza. Nesses almoços que eu mencionei para você. Ali é um grande debate às vezes bastante acalorado. Ou se define ali mesmo uma tendência, uma espécie de consenso, ou pelo menos uma tendência de opiniões e isso é levado em conta na hora de formular o editorial. Mas, como eu te disse, não é exatamente deliberativo o caráter desse foro. Existe muita discussão, muita discussão. Como eu te disse, não na definição de cada editorial. Às vezes o público tem a percepção errada a respeito disso, de que há um maquiavelismo ou uma decisão sempre interessada e manipulativa da direção do jornal. É a opinião do jornal, isso ninguém nega. O editorial por definição é isso. Mas eu diria para você que tem muito mais peso o histórico das posições assumidas pelo jornal do que a opinião do dia que eu ou o diretor da redação ou o editorialista fulano tem. Todos nos sentimos obrigados a manter uma coerência, que é institucional. Nosso papel é muito institucional.

GGN: Mas determinados discursos sociais que circulam sobre temas específicos, eles influenciam ou são levados em conta nas tomadas de posição?

ML: Olha, que influenciam, obviamente influenciam. Nós estamos imersos numa opinião pública que está o tempo todo influenciando sobre nós, não é? Somos pessoas e somos grupos permeáveis ao permanente debate na opinião pública e estamos também procurando influenciá-los. Nosso esforço é de não nos filiar, por princípio, a nenhuma corrente de opinião específica. Tem uma definição bem ampla de um posicionamento do jornal num espectro, então consideramos que é uma posição mais ou menos social-democrata, vamos dizer assim. Ligeiramente... Ortodoxa ou conservadora não é a palavra, mas prudente, vamos dizer assim, em termos econômicos. Progressista em termos sociais. Quer dizer, um pouco nesse espaço social-democrata, mas sem se considerar seguidor de qualquer partido ou instituição que se defina como tal. Ou corrente de opinião. É muito mais nuançada do que isso. Nós fazemos muitas críticas, por exemplo, ao comportamento do PSDB como oposição, ao DEM, assim como fazemos ao governo e ao PT, assim como fazíamos ao PT quando estava na oposição e os tucanos no governo. Não tem um automatismo, muito pelo contrário. Esse é o posicionamento do jornal. Eu sou muito partidário dessa ideia de que

you tem que ancorar a discuss3o p3blica – coisa que no Brasil se faz pouqu3ssimo – no melhor conhecimento dispon3vel sobre aquele assunto. Quest3o pr3pria de objetividade mesmo. Quer dizer, voc3 ter informa33es confi3veis. Ou, se forem interpreta33es, n3o informa33es no sentido cru, interpreta33es sobre um conjunto de informa33es, que elas sejam as melhores poss3veis, das mais aprofundadas, das mais questionadas, submetidas a um crivo num debate racional, objetivo. N3o 3 bem assim que funciona a opini3o p3blica no Brasil. Especialmente na polariza33o, ela 3 muito movida por ideias feitas, por lugares comuns, por automatismos, por lealdades. A fun33o do jornal como um todo, eu acho, e do editorial em particular 3 enfiar uma cunha nisso. Enfiar uma cunha mesmo e dizer “olha, se a gente for ficar debatendo sempre em termos PT *versus* PSDB, a quest3o da infla33o, a quest3o da educa33o, a quest3o da sa3de n3s n3o vamos chegar a lugar nenhum. N3o vamos chegar a lugar nenhum”. A gente precisa ter o m3nimo de tecnicidade, de objetividade mesmo. Quem s3o os especialistas em sa3de p3blica no Brasil que possam falar com autoridade sem serem automaticamente com PT ou PSDB? Com OS, organiza33o social, ou gest3o popular da sa3de? Sabe, 3 muito f3cil voc3 cair nessas armadilhas, provavelmente n3o 3 nem uma coisa nem outra. OS... Esse 3 um debate muito paulista, n3o sei o quanto voc3 acompanha isso. O que s3o as OS, organiza33es sociais, que s3o tucanas e os petistas s3o contra, porque os sindicatos s3o contra, enfim. Obviamente o jornal 3 a favor da OS porque acha que vai introduzir um n3vel de efici3ncia maior. Mas tem que ter controle, porque est3 dando um monte de problema a3 nessa 3rea de OS, pagando coisa que n3o est3 sendo entregue... N3o 3 uma posi33o ideol3gica. Ideologia n3o 3 um mal em si, mas voc3 ideologizar todos os debates 3 um mal, porque voc3 n3o consegue criar um terreno comum. E eu acho que esse terreno comum tem que ser o terreno da objetividade, da pesquisa, da informa33o s3lida, da informa33o verific3vel, com a qual qualquer pessoa poderia ou deveria concordar, independentemente da posi33o pol3tica dela. Quer dizer, ou funciona bem ou funciona mal. Voc3 tem que ter crit3rios objetivos para dizer “olha, a sa3de n3o est3 funcionando”. Por qu3? “Porque n3o funciona assim, marca consulta e a consulta n3o acontece, o sistema n3o 3 bom, falta informatiza33o”. Tem um plano do debate que poderia ser mais objetivo. Esse 3 o esfor3o da gente, dar contribui33o nesse sentido.

GGN: Tem alguma instabilidade, tem matrizes de posi33o que estabelecem alguma instabilidade para as posi333es do jornal?

ML: Sim, sim. Com certeza.

GGN: A partir de evoluções sociais, no decorrer da história, há muitas mudanças...

ML: Não há muitas. É difícil te definir isso, teria que ter uma série de exemplos. Mas, assim, existe uma matriz, evidente. De tempos em tempos, inclusive, a gente faz compilações, estudos, sobre quais são as posições clássicas do jornal a respeito. O Marcos Augusto Gonçalves, anos atrás, fez uma espécie de corpo de doutrina das posições historicamente assumidas pelo jornal. Mas elas mudam. Porque têm que mudar. O país muda, o debate muda, avança, a experiência histórica influi nisso. Então, a *Folha* era presidencialista, fez um debate interno e se tornou parlamentarista no momento do plebiscito, e hoje eu diria que não é mais parlamentarista. Não tomou uma decisão de mudar de posição, mas o assunto morreu, como morreu no meio social, foi superado pelo plebiscito. Não faz nem muito sentido você ficar falando “ah, seria melhor se fosse parlamentarista”. Não, isso aí é caso julgado, digamos assim. Teve um plebiscito, está resolvido. O país é presidencialista. Mas, enfim, a gente muda de posição, sim. Muda mais na nuance do que no essencial. Modula a opinião mais do que dá reviravoltas. Nesse sentido, você vai mais acrescentando aspectos que atendam definições do que dá grandes reviravoltas, não faz nem muito sentido que dê grandes reviravoltas. Cada hora o vento sopra para um lado e você vira junto? Não é essa a ideia, não. A instituição, em princípio, tem que ter uma certa coerência, uma certa permanência. Mas tem uma matriz desse tipo, sim.

GGN: A opinião da *Folha* impacta ainda fortemente no debate público?

ML: Eu diria que impacta no sentido de que ela tem repercussão, mas eu me considero uma pessoa frustrada. Aí não é só pelo impacto real da *Folha*, de um modo geral eu acho que o debate público no Brasil é de má qualidade, é baixa a qualidade. Eu acho que ele é pouco permeado, especialmente no Congresso, por esse tanto de objetividade, de informação de qualidade, numérica, qualitativamente comprovada, enfim. Mas aí tem “n” razões para que seja assim. Ou seja, o que eu quero dizer com isso? Evidentemente, especialmente os líderes do Congresso, os líderes no governo, estão atentos ao que os jornais escrevem, especialmente em seus editoriais. Tem repercussões reais, mandam cartas etc. e tal. Isso quer dizer que eles pautam as suas ações, as suas decisões por esses editoriais? Tenho dúvida. Então o impacto é uma coisa relativa. Uma coisa é você ter impacto assim: chamar a atenção, ser lido, ter reações, ter um *feedback*, ter cartas. Agora, tem

uma coisa que se chama de *agenda setting*, a definição da agenda. Eu acho que é aí que os jornais de um modo geral e os editoriais em particular atuam. Eles ajudam o país, a opinião pública, eles contribuem talvez de uma forma mais forte para pautar os grandes temas. Não necessariamente a decisão ou a posição que será tomada em nível de governo a respeito daquele tema, mas o tema. Eu acho que distribuição de renda, por exemplo, não foi um tema inventado pelo PT. Foi um tema também levantado na opinião pública e aí entram vários atores: jornais, pesquisadores, escritores, artistas. Caetano [Veloso] e [Gilberto] Gil fizeram uma música sobre o Haiti. A questão racial... Quer dizer, aí há um caldo que está o tempo todo em movimento, em efervescência na sociedade – do qual os jornais fazem parte e os editoriais são um pedacinho – de levantar temas, de pôr temas na agenda nacional. Eu acho que a influência se dá muito mais por aí do que na tomada de decisão. E de perceber o mais cedo possível, tentar pôr o mais cedo possível na agenda os temas que vão se tornar cruciais. A questão da infraestrutura no país. Hoje é o debate. Ferrovias, rodovias, portos, hidrovias, aeroportos... Problema seríssimo no Brasil. Agora está na agenda, mas a gente está tentando pôr isso na agenda há muito tempo. Inclusive sob outros aspectos. Não só sob o aspecto do quanto isso representa de um gargalo para o desenvolvimento do país. Lá atrás, em 2000, eu me lembro de ter feito matérias como repórter sobre o impacto ambiental, por exemplo, que os projetos de infraestrutura teriam se realizados. Construir estradas na Amazônia, BR-163... Deu até manchete do jornal uma matéria que eu fiz sobre o provável impacto do desmatamento da BR-163 se fosse asfaltada. Quer dizer, é nesse aspecto que eu acho que influencia mais. Não tem muita ilusão de que os editoriais forcem o Governo a tomar decisões para esse tipo ou para aquele. Acho que não é por aí.

GGN: Por que às vezes há necessidade de reforçar ou defender a legitimidade do jornalismo nos editoriais? Por que o jornalismo, às vezes, é tema de editoriais?

ML: Aí não é o jornalismo, seria mais a imprensa. A imprensa, a função pública da imprensa é um patrimônio nacional. Assim como a gente defende outros, tem que defender esse também. A liberdade de imprensa, a qualidade de informação, a qualidade do debate, a qualificação do debate são todos valores em si. Aliás, escritos na Constituição. Assim como você defende o princípio do *habeas corpus* – o valor está consagrado na Constituição –, a liberdade de imprensa, o acesso à informação, o sigilo de fonte está tudo lá na Constituição. E,

evidentemente, há épocas em que a imprensa fica mais ou menos na berlinda. Existem grupos sociais, atores sociais que questionam a função da imprensa, a qualidade da imprensa, o desempenho da imprensa. Eventualmente, se o jornal considera que essas acusações são ou injustas, ou contrárias aos princípios constitucionais, ou contrárias aos princípios mais amplos de liberdade de imprensa tradicionalmente aceitos no pensamento democrático, deve reagir. A gente evita. Por incrível que pareça, não sei se a sua percepção é essa. A gente pensa dez vezes antes de fazer um editorial defendendo a imprensa, porque justamente não quer cometer o pecado do corporativismo que a gente vive apontando nos outros. O cabotinismo, a defesa corporativa da imprensa. Eu quero crer que tem poucos editoriais da *Folha* que poderiam ser acusados por isso, por fazer uma defesa corporativista. Pelo menos é nossa preocupação não fazer nesse espírito. Sempre fazer as defesas à luz de princípios mais gerais, uma defesa institucional e não corporativa. Evidentemente que você vai encontrar “n” grupos de pessoas que vão dizer exatamente o oposto, a questão é escolher qual o argumento que soa melhor para você. Qual a sua opinião a respeito disso?

GGN: Eu tenho a impressão que, pelo que eu já olhei nesse período em que eu recolhi o material, a posição se dá em muitos casos como reação mesmo a posições sociais críticas, de colocar a imprensa em xeque. Ou, às vezes, em editoriais também que levantam questões de reforma gráfica, essas coisas. Aí a imprensa aparece nos editoriais. As críticas não necessariamente de posições políticas internas, que existem na maior parte dos casos. Mas, às vezes, de cenários internacionais também em que há posições políticas que podem questionar o trabalho da imprensa, na Argentina...

ML: Exato. É, aí à luz de princípios bem mais gerais. A gente fez alguns editoriais sobre aquele caso da Inglaterra, o caso lá do [Rupert] Murdoch, *News of the World*... Fazemos sobre Argentina, fazemos sobre Venezuela, porque são análises que apontam o que, para nós, para o que a gente considera que seja tradição democrática da imprensa, estariam de alguma maneira sendo comprometidos esses valores. Princípios e valores estariam de alguma maneira sendo comprometidos nesses países, e eventualmente até no Brasil também.

GGN: Ainda não fiz a análise juntando para ver os discursos recorrentes e os argumentos utilizados. No geral, são os casos mais constantes.

ML: Especialmente no caso de países estrangeiros, esses editoriais, essas análises que são feitas, dificilmente poderiam ser acusadas de ser corporativas, porque aí não tem o interesse imediato envolvido, é mais

questão de princípio mesmo. No caso do Brasil, tem sido mais comum reagir – mas também pensamos dez vezes antes de fazer – porque é muito nebulosa ainda é essa questão do controle social da imprensa. Que é uma coisa que eu não consigo entender ainda qual é a intenção nem a proposta real do PT, por exemplo, quando discute isso. Mistura essa questão de concessão de telecomunicações, concessões de rádio, TV etc. É diferente de imprensa escrita, e às vezes eu acho que a confusão é proposital, misturar conteúdo com questões de concessão de um bem público. Uma coisa é você conceder uma faixa de espectro, que é limitado, é um recurso finito. Não pode ter quantas emissoras de TV você quiser. Jornal pode, não tem limitação nesse aspecto. É uma espécie de monopólio natural, como se fala, então você concede. E eu acho que as regras no Brasil são péssimas a respeito, deveria ser tudo revisto. Propriedade cruzada, propriedade por políticos, tudo isso eu acho que deveria ser discutido de forma muito mais democrática. O nosso modelo é um modelo da ditadura, de concessão, de renovação etc. e tal. Eventualmente tem uma discussão, só que o PT sempre faz de maneira não específica essa discussão e sempre cria a atmosfera de controle de conteúdo, de alguma maneira como se o país precisasse de órgão para policiar a imprensa, incluindo TVs e jornais... Aí, obviamente, se fala “espera aí, se é isso não pode ser, é antidemocrático”. E fica essa coisa. Aliás, eu acho que é por isso que não avança essa discussão também. Nem a Dilma está muito a fim de botar a mão. Falta alguma pergunta?

GGN: Para encerrar, qual é a tua impressão sobre o lugar da opinião e dos editoriais, eles vão ter importância mesmo em outros formatos que o jornal venha a colocar no mercado? Quer dizer, há uma diversidade hoje de produtos da *Folha* e dos jornais normalmente. Qual é o lugar da opinião nisso? Ainda há uma força como no jornal impresso?

ML: Olha, eu tenho sentimentos mistos a respeito. Eu acho que sempre vai haver uma demanda. Ela pode estar quantitativamente em redução – e esse é o meu lado pessimista –, mas sempre vai haver uma demanda por informação qualificada e por opinião qualificada, opinião embasada, bem alimentada, coerente até em termos lógicos. Sempre vai haver. Eu acho que as pessoas, nessa algaravia que virou a Internet, de opiniões e tomadas de posição impensadas, irrefletidas, baseadas apenas em preconceitos, em filiações prévias, ideias feitas, ligações automáticas a determinadas ideologias e partidos... Nessa confusão que é hoje o debate, sempre as pessoas vão se sentir recompensadas se elas toparem ou procurarem, seja de colonistas, seja do editorial, seja de quem for, um

artista, alguém que lance luz sobre as questões, luz no melhor sentido da palavra. Que mostre que a melhor forma de encarar aquela questão é essa. Por quê? Porque o cientista mostrou que é assim, ou a história mostra que é assado, ou os dados do IBGE mostram que é a melhor forma. A maneira correta de olhar para essa questão é essa e não aquela. Acho que sempre vai ter essa demanda. O meu lado pessimista diz que as pessoas prestam cada vez menos atenção a isso, porque há uma tendência natural das pessoas aderirem àquilo que confirma os seus próprios preconceitos, suas próprias ideias. Ideias que trazem da família, do berço, da escola, sei lá de onde. Do partido... Eu não sei muito dizer para onde vai isso. O meu lado otimista diz que, com a melhoria da educação, com maior acesso à informação isso pode melhorar, essa demanda pode aumentar e a influência que um editorial, uma opinião qualificada poderá ter talvez até aumente no futuro. Vários países fizeram um caminho, um percurso nessa direção. Na medida em que você aumenta a escolaridade, aumenta a renda, aumenta o acesso à informação, o debate melhora. Eu tenho certeza que o debate público nos Estados Unidos, nos anos 70, 80, 90, foi melhor do que o dos Estados Unidos nos anos de 1860. Existe uma progressão, olhando a história com um alcance maior, com uma lente de mais distanciamento. Aqui no Brasil também, de alguma maneira. Mas se você olha no período mais curto, engraçado, essa sensação é de piora. Eu não sei dizer, na verdade. Tem momentos em que eu me frustro muito, porque você diariamente faz um esforço elucidativo, de tomada de posição. Não quero dizer que opinião não tem que ser opinião, não. Opinião é opinião. É *doxa*, tomada de posição. Mas com um esforço de que ela seja mais densa, coerente, calçada, embasada, qualificada. Quando eu falo qualificada, é esse conjunto de coisas que eu estou tentando englobar. E aí qual o *feedback* que você recebe? É sempre a ideia feita, é muito comum; 90% do *feedback* que a gente recebe é assim “ah, vocês são no fundo um bando de petistas”, ou “vocês são um bando de tucanos”. Que saco! Isso é tudo que as pessoas conseguem dizer a respeito? É tudo, esse é o argumento? É muito comum. Claro, tem 10% que não é isso, e é o que te dá uma certa motivação até para continuar debatendo. Inclusive petistas e inclusive tucanos têm coisas inteligentes a dizer, novas, inovadoras, reveladoras sobre um determinado problema. Tem um monte de gente inteligente. Aliás, todas as pessoas inteligentes são filiadas a um ou outro tipo de corrente de opinião. Ou não. Chega uma hora em que a pessoa acha que tem que ir para o Olimpo e ficar lá em cima só pontificando. Mas também essas pessoas, nos seus pressupostos, têm coisas interessantes a dizer e os seus argumentos têm que ser

tomados pela qualidade do argumento e não pelo seu valor de face, não como argumento de autoridade e sim como argumento intelectual. Mas eu tenho vários momentos em que fico muito frustrado. É aquilo que eu te falei, acho que a qualidade do debate público no Brasil é baixa. Tenho dúvidas, mesmo em sociedades mais desenvolvidas, se o rumo é de melhora ou de piora. Eu passei dois períodos nos Estados Unidos, em 97 e em 98 quase um ano e agora em 2011 um semestre, e tenho dúvidas. Acho que em alguns aspectos piora. Na verdade, a mudança não é unívoca. Você tem sempre correntes de mudança em curso, em transição em todos os países ao mesmo tempo. Tem coisas que estão melhorando, tem coisas que estão piorando. O difícil é você dizer qual é o vetor, o resultante dessas coisas. No Brasil, acho que piorou porque tem muita polarização, um certo maniqueísmo das opiniões. Agora, por outro lado, você olha, tem muito economista, cientista social, advogado, procurador da República, legislador até, talvez menos, de gerações mais jovens. É gente muito bem formada. Dão contribuições substanciais ao debate, de maneira muito melhor do que gerações passadas. Eu acho que a média... Por exemplo, a instituição Ministério Público tem um monte de problema. Mas a média do procurador, do promotor hoje eu tenho a impressão que é muito melhor do que cinco décadas atrás. A mesma coisa do jornalista. Então, é como eu disse, você tem velocidades diferentes de transformação, forças contraditórias. O difícil para a gente, o desafio para o jornalista é você perceber qual é a resultante disso. Às vezes ela é muito opaca, a sociedade é uma coisa muito opaca. Oscilo entre o otimismo e o pessimismo o tempo todo.

APÊNDICE B

Entrevista com Antonio Carlos Pereira, editor de opinião de *O Estado de S.Paulo*, realizada em 10 de abril de 2013, na sede do jornal, em São Paulo.

Guilherme Guerreiro Neto: Posso chamá-lo de Antônio Carlos?

Antônio Carlos Pereira: Claro.

GGN: Primeiro sobre os temas dos editoriais, como é que esses temas são decididos, via de regra?

ACP: Você conhece a história do *Estadão*?

GGN: Um pouco, né.

ACP: O *Estadão* foi fundado em 1875 para fazer duas coisas: para promover a libertação dos escravos e para promover a República. Isso numa época em que a economia era escravista e o regime político era monárquico. Então você vê por aí que ele já começou do contra. Se você pegar o primeiro exemplar do *Estadão*, você vai ver lá na primeira página, no editorial da primeira página, que ele já nasce com o editorial, você vai ver lá que ele pretende tratar de todos os assuntos que sejam de interesse público. Todas as pessoas que ocuparam a posição que eu ocupo hoje, no passado, nesses 140 anos, cuidaram de que isso fosse feito. Uma das minhas funções básicas aqui é cuidar de que isso continue sendo feito. Então quando você fala quais são os assuntos, eu não tenho como te responder a não ser isso. São todos os assuntos que forem de interesse público.

GGN: Então o valor do interesse público é algo sempre buscado quando se escolhe um tema de editorial?

ACP: Em editorial a gente não trata de assuntos privados, particulares. “Fulano de tal se separou de beltrana, fulano é homem público e se separou”. Isso não é problema nosso. Isso é a vida particular dele. “Fulano de tal meteu a mão na massa”, isso é um problema nosso. “Fulano de tal tomou uma decisão errada”, isso é problema nosso. Isso é interesse público. O governador Ademar de Barros foi inimigo deste jornal durante décadas. Ele expropriou este jornal. Ele tinha uma vida pessoal absolutamente desregrada. Este jornal nunca tocou na vida pessoal dele. Nunca, jamais. Não era problema nosso. Agora, toda vez que ele fazia uma daquelas séries de besteiras dele, a gente ia em cima. Roubou a urna marajoara, a gente ia em cima dele. Fazia caixinha, a gente ia em cima dele. Avacalhava a educação, a gente ia em cima dele.

Agora, o que ele fazia entre quatro paredes, em cima da cama, não era problema nosso. Deu para entender qual é o espírito?

GGN: Entendi. E em relação à linha argumentativa costurada no editorial, ela costuma ser clara desde o princípio? Quer dizer, quando vocês decidem "vamos tratar desse tema", já é claramente vista essa linha ou pode ou costuma gerar controvérsia entre vocês até que seja decidido um caminho a seguir?

ACP: Olha... A discussão aqui é uma coisa absolutamente normal. Vamos voltar um pouquinho para trás. O quê que o jornal é? O jornal é instrumento de crítica. Quem faz jornal, faz crítica. A menos que seja um jornal "lambe botas", pago por um político para elogiar, você faz jornal para criticar alguma coisa ou para criticar aquilo que merece crítica. Se você critica, mas não admite ser criticado dentro da sua própria casa, você jamais fará um bom jornal. Se algum dia você trabalhar num jornal onde o teu chefe diz "aqui ninguém critica, aqui ninguém encontra defeito, aqui ninguém põe defeito", saia rapidamente desse jornal. Esse jornal não presta. Jornal é, por definição, um ambiente de discussão, de crítica. Não é crítica no sentido ferino, não. É crítica na acepção lato da palavra. Então quando a gente levanta um assunto para ser objeto de editorial, se alguém tiver alguma coisa a falar sobre aquele assunto, alguém fala, tranquilamente. Contra, a favor, negando a importância, ressaltando a importância, dizendo que tem que ser visto de um jeito, outro dizendo que tem de ser visto de outro jeito. O que acontece é o seguinte: esta equipe aqui é uma equipe que está junta há muito tempo. Então, nesta equipe a gente não precisa conversar quase. Você é casado?

GGN: Não.

ACP: Teus pais são casados, vivem juntos, se dão bem?

GGN: Sim.

ACP: São casados há quanto tempo?

GGN: 26, 27 anos.

ACP: Você já reparou que de vez em quando um olha para o outro e não precisa falar nada, o que um queria já está dito, sem que a boca fosse aberta? Isso acontece aqui. Eu sei o que o meu vizinho do lado pensa, ele sabe o que eu penso. Todos nós conhecemos a linha da casa de trás para diante. Nós temos memória, nós estamos aqui há muito tempo. Então a gente não precisa ficar naquela história "sobre esse tal assunto, qual é a linha da casa?". A gente não precisa fazer isso, isso já está impresso, já está impresso no DNA. Então esse tipo de expectativa que geralmente os de fora têm de que as coisas são ásperas, de vez em

quando há divergências, de vez em quando alguém diga “isso aqui eu não escrevo porque isso aqui ofende a minha moral ou as minhas convicções”, isso, olha, isso não funciona assim, não é assim. Começa que eu não vou pedir para quem eu sei que não gosta de determinado assunto escrever sobre aquele assunto. É uma questão de eficiência. Não é nem uma questão de respeito básico, esquece o respeito básico, que é uma coisa que existe aqui de uma maneira que você não pode imaginar. A gente se respeita e se gosta. Mesmo daqueles que a gente não gosta a gente respeita. E é um negócio muito entranhado, eu estou te falando, é uma equipe velha. Equipe velha você tem amizades mais do que fraternas e você tem relacionamentos meio distantes. Qualquer que seja a hipótese, o que preside é o respeito. Não tem provocação, não tem xingatório. Isso não existe, isso é muito civilizado.

GGN: Mas ainda que haja uma coesão – e isso se dá provavelmente em como se enxerga, ou como se posiciona sobre determinado tema –, na argumentação que se faz num texto para justificar aquela posição, uma pessoa pode ir por um caminho, outra pode achar que é mais conveniente ir por outro.

ACP: Claro, claro.

GGN: Há discussões em relação a isso, a como é o melhor jeito de argumentar aquele posicionamento?

ACP: Quando é o caso, há. Como eu estou te falando: como mundo se conhece, como todo mundo sabe qual é a linha da casa... Com o perdão da gravação, nós somos putas velhas, não tem puta nova aqui. Aliás, tem uma, tem uma puta nova, que está aqui recentemente. Só. Só tem gente com calo no cotovelo de tanto que ficou na janelinha. Então é difícil, mas acontece. Agora, como é que isso se decide? Ah, isso sou eu que decido. Isso aqui é tudo, menos uma democracia. Sou eu que decido. É a minha decisão é soberana? Não, eu tenho um chefe. Depois que eu decidir, ele decide sobre a minha decisão. É o doutor Rui Mesquita. Ele decide sobre minha decisão.

GGN: Isso em casos muito específicos...

ACP: Muito. Raros. E difíceis. Problemas de forma, problemas de “olha, esqueceu de fazer isso, se fizesse daquele jeito seria melhor”... Não, isso é corriqueiro, isso faz parte da carpintaria do ofício. Isso aí, todo dia tem um caso desses. Ainda agora, imediatamente antes de você chegar, o doutor Rui Mesquita me telefonou para saber se tal coisa não ficava melhor desse jeito, se ficava melhor assim ou assado. E é um negócio, sabe, absolutamente descontraído. “Olha esse negócio está

assim, assim, assim e não fala isso. Isso te satisfaz, você acha que esse negócio está correto?”. Aliás, a expressão que ele usou foi essa: “isso te satisfaz?”. E a minha resposta foi “satisfaz sim, porque desde que aconteceu isso, assim, assim, assim, assado. Por ter acontecido assim, é que o editorial foi feito assado”. “Está bom, tudo bem”. Acabou, encerrou o assunto. Isso é a dinâmica da coisa.

GGN: Em algum momento há uma recomendação do doutor Rui para falar de algum assunto? Ou normalmente...

ACP: Não, espera aí, deixa eu te cortar, deixa eu voltar para o básico. Então você já viu porque este jornal mete o bedelho em tudo. Por causa da origem dele. Como é que é o funcionamento disso? Para que isso aconteça, para que isso se traduza em editoriais... Afinal de contas a gente publica quatro editoriais por dia. Houve épocas em que a gente publicava mais do que isso.

GGN: Quatro aí conta com o de economia, né?

ACP: Com o de economia. Aquilo é feito aqui. Houve uma época em que cada editoria tinha um editorial algumas vezes por semana. O velho jornal. Eu ainda peguei esse tempo. Então, na terceira página, você tinha quatro editoriais no mínimo, e, lá dentro, você tinha um na Economia, você tinha um no Interior – nós tínhamos a sessão de Interior aqui, publicava os noticiários das cidades do interior –, nós tínhamos um editorial em Cidades, na editoria local. Tínhamos o que mais? Está faltando coisa aí que eu estou esquecendo. Pelo menos esses três você pode botar aí. Então, chega de manhã, nove e meia da manhã, doutor Rui e eu nos falamos por telefone. O que nós vimos no jornal, o que nós não vimos... Nos jornais. Porque nove e meia da manhã ele já leu todos os jornais, menos os do Rio, porque aqui tem dificuldade de obter jornal do Rio, então a gente resolveu que jornal do Rio a gente lê aqui, não lê em casa. E eu também já li, já terei lido os jornais daqui: *Estadão*, *Folha [de S. Paulo]* e *Valor [Econômico]*. A gente discute os temas, o que saiu, o que não saiu, discute os jornais, qualidade, oportunidade das coisas, enfim. É uma discussão entre dois jornalistas, e nessa discussão se discute os principais temas de editorial. Se dessa conversa sair algum assunto que seja próprio para algum dos *freelancers*, eu já pego o telefone, já ligo e já mato o assunto. Já deixo encomendado, já discutimos o assunto, enfim. Quando é meio dia e meia, quinze para uma, a gente tem uma reunião aqui com o doutor Rui. Os editorialistas da casa com ele. E nessa reunião cada qual diz o que acha, o que pensa, o que quer fazer, o que se propõe a fazer e como fazer. E é nessa reunião que se decide o que de fato será feito, etc.

GGN: Há casos então, nessa reunião, em que se muda o tema previamente definido às nove e meia?

ACP: Pode até ser. Pode até ser. Isso é jornal. Pode até ser. O editorial é um pouco mais difícil, porque o editorial já vai para um assunto já mais consolidado e tudo mais, então é mais difícil você obter essas mudanças muito bruscas. Mas tem sim. Tem casos em que três horas da tarde eu pego o telefone, ligo para alguém e digo “olha, para o que você está fazendo, faça tal coisa” que é inteiramente diferente. Isso é jornal. Faz parte do jogo.

GGN: Então as etapas que o senhor estava falando: nove e meia a conversa, meio dia e meia a reunião...

AC: Essa reunião pode demorar meia hora, essa reunião pode demorar uma hora e meia. Às vezes a conversa pega, um começa a dizer uma bobagem, o outro conta uma piada, enfim, não tem regra. Terminou a reunião, todo mundo vai para o seu cubículo e eu quero ver o editorial pronto às quatro e meia da tarde. Não tem essa história que todo mundo pensa por aí que um editorial é longamente pensado, que tem uma pesquisa. Não, as coisas já estão mais ou menos na cabeça. E tem que ser feito num *vapt vupt*, e tem que ser bem feito no *vapt vupt*. Não adianta fazer pela metade e chegar no dia seguinte e dizer “puxa, se eu tivesse feito isso”. Não dá. É ali, é no bate e pronto.

GGN: E aí às quatro e meia o senhor vê o que precisa...

ACP: Os editoriais vão chegando, eu corrijo todos. E corrigir editorial não significa que eu vá corrigir erros de ortografia. O pessoal aqui já passou dessa fase, graças a Deus. Corrigir é para o texto ter uma certa uniformidade.

GGN: Apessoal, digamos assim.

ACP: Não, não é apessoal, não. Têm certas pessoas que escrevem numa determinada maneira, a gente não corta isso, não. É para certas coisas ficarem um pouco mais uniformes. Não é para pasteurizar, não é para fazer aquilo que certas revistas fazem, que todos os textos são iguais, o formato é o mesmo, a coisa começa do mesmo jeito, desenvolve do mesmo jeito, termina do mesmo jeito. Não, não, não se trata disso. É um problema de adaptação, em alguns casos de tornar algumas coisas mais claras, em outros casos de tornar algumas coisas mais concisas, porque o sujeito que está escrevendo ele tem um determinado... Você já ouviu falar num negócio de correr da pena?

GGN: Correr da pena?

ACP: Correr da pena. Você começa a escrever, fala “eu vou escrever sobre isso”. Você começa a escrever sobre aquilo e termina escrevendo sobre outra coisa. Já te aconteceu isso?

GGN: Já.

ACP: Pois então, isso chama “ao correr da pena”. Todo mundo que escreve, escreve ao correio da pena e, às vezes, por mais treinado que você seja, você acaba ou fazendo ou não fazendo coisas que queria.

GGN: O senhor estava falando das etapas, dos processos. Às quatro e meia chegam os textos...

ACP: Bom, a revisão significa isso. Eu acho que está claro. Eu faço a revisão, depois esse texto vai para o doutor Rui que faz a revisão dele. Ele mexe em todos os editoriais. Aí a gente escolhe o que publica. Fica essa pilha aí, olha, de editoriais. Você escolhe o que você quer.

GGN: Vocês produzem editoriais excedentes diariamente?

ACP: Claro, claro, mas claro. Todo mundo aqui produz um editorial por dia, com raras exceções.

GGN: Pelo menos dez editoriais por dia são produzidos?

ACP: Por aí, por aí. Por uma razão muito simples, jornal – não sei se você aprendeu na escola, a escola não ensina grande coisa, mas enfim –, jornal é a indústria do desperdício, meu caro. Se você tiver um jornal que publica 120cm de matéria por página e você produz 120cm de matéria por página, esse teu jornal vai ser uma grande merda. É ou não é? Você tem que produzir o suficiente para poder escolher o que é melhor.

GGN: E essa escolha é feita em comum acordo entre o senhor e o doutor Rui?

ACP: É.

GGN: Aí isso é enviado para a diagramação, via de regra, a que horas?

ACP: Cinco horas. Por volta de cinco horas.

GGN: É uma das primeiras páginas a fechar no jornal?

ACP: É.

GGN: Os textos são produzidos por um único editorialista ou em algum caso há uma produção coletiva? Claro que a revisão é de vocês, mas há casos de dois trabalharem juntos para escrever?

ACP: Não, isso não funciona, isso não funciona. O que pode acontecer é que você pede um texto para alguém, esse texto não vem exatamente do jeito que você quer, você por algum motivo acha que a pessoa que fez não é a pessoa apropriada para fazer aquelas emendas de maior profundidade que você quer que sejam feitas, aí você chama um outro e dá. Isso também é normal.

GGN: Mas aí pede para a pessoa fazer um outro texto...

ACP: Não, não. Você diz “olha, você aproveita isso e acrescenta isso”. Aqui em editoriais existe um negócio chamado de ditado. Ditado é o seguinte: quando eu chego com o editorialista e digo “olha, você vai escrever um editorial sobre tal assunto” e aí eu começo a ditar o editorial para ele. “O editorial tem que ter isso, isso, isso, isso... Você vai anotando.” Quando termina, às vezes o editorial está pronto. Chama ditado. Tem algumas pessoas que fazem muito isso.

GGN: Já há então ali uma linha a seguir, uma diretriz argumentativa.

ACP: Não apenas a linha como o corpo do editorial. É só a questão de você fazer as ligações, as passagens.

GGN: Eu ia lhe perguntar antes em relação ao tempo desse texto específico do jornal. Ele, ao que parece, dialoga muito mais com o jornal de ontem do que com o jornal do dia em que é publicado. É isso mesmo?

ACP: De preferência. Eu tenho muito receio do editorial feito na frente da notícia. Eu não gosto. Tem gente que gosta, eu não gosto. Acho isso um perigo. O editorial é para ser uma opinião abalizada e, sobretudo, sobre bases sólidas. Como é que eu vou ter bases sólidas se o fato não está completado? Entendeu? Uma coisa é eu fazer um editorial sobre um relatório econômico que está saindo hoje de manhã e vai ser publicado nos jornais, vai ser lido pelo leitor amanhã de manhã. Sobre esse relatório eu posso fazer um editorial sem o menor receio. Eu estou fazendo um editorial sobre uma pesquisa que já foi feita etc. Se der tempo de fazer, faz. Não tem o menor problema. Mas e aquele fato que não se concluiu, como é que você faz? Aqui nesta casa, quando eu comecei, havia a seguinte regra, e era uma regra quase que pétrea: você não escreve sobre fato que tem acontecido com menos de três dias.

GGN: Em relação a texto de opinião isso?

ACP: Texto de opinião. Por quê? No primeiro dia você noticiou, no segundo dia você repercutiu, no terceiro dia você desmentiu o que tinha de ser desmentido. É essa, geralmente é essa a sequência da coisa.

GGN: Mas isso ainda segue...

ACP: Não, hoje as coisas ficaram muito rápidas. Isso naquela época em que as coisas funcionavam a passo de tartaruga. Os meios de comunicação eram lentos, o tempo de reação era lento. Hoje não. Hoje não tem mais isso. Agora, tem um outro problema também que é grave e que a gente tem que lidar com ele quase todo dia: se o jornal publica uma notícia sujeita à desmentido, à correção, ninguém se preocupa em corrigir ou desmentir. Ninguém. É difícil. Muito difícil. Deixa passar dias. Aí lá um belo dia alguém se lembra e manda uma carta. Se eu publico um editorial com aquela informação, no ato eu recebo uma correção. É por isso que eu preciso saber onde é que eu estou pisando. Porque a notícia, o sujeito diz “ah, saiu lá no jornal, dane-se”. Quando sai no editorial, dane-se não. O editorial é sério.

GGN: E a notícia é, normalmente, o ponto de partida?

ACP: É. Sempre. Sempre.

GGN: É da leitura dos jornais que sai...

ACP: É. A gente não inventa. Aquela história de dizer “não, o sujeito tirou isso da cabeça”. A gente parte de alguma coisa publicada. Exceções? Exceções. A seção chama Notas e Informações. Por que ela chama Notas e Informações? Porque notas são os editoriais, nota é sinônimo de editorial, e informações porque, de vez em quando, o jornal não noticia alguma coisa que o editorialista sabe. Então o editorialista faz um editorial como se fosse uma notícia. O editorial não apenas comenta, mas revela, informa. Entendeu?

GGN: Entendi. Então há notícias ou informações publicadas que servem como base para que você construa essa opinião. Mas os editorialistas, eu imagino, eles precisam também apurar certas coisas ou verificar alguma coisa com especialistas ou não precisa, não há necessidade?

ACP: Não. Se quiser, tudo muito bem. Mas não. A gente usa consultor em casos raríssimos. A gente evita usar consultor em casos específicos. Eu não vou pegar o telefone e ligar para alguém para saber alguma coisa, como é que eu vou usar aquilo nesse editorial que eu estou escrevendo. Eu evito ficar na mão das pessoas. A opinião não é dele, é minha. Melhor dizendo, é do jornal. Não é nem minha, é do jornal. Esse é um outro ponto que depois a gente pode conversar. Se eu ligar para um consultor, um consultor de dor de coluna... Se toda vez que eu tiver que escrever um editorial sobre dor de coluna eu tiver que ligar para um consultor para ele me dizer, então é melhor que ele escreva o editorial. Agora, nada impede que eu tenha um almoço, um jantar, enfim, uma

longa conversa com ele a respeito de vários assuntos periodicamente. Ele me dá as informações gerais como um consultor.

GGN: Independente do especialista, em alguns casos, não é preciso checar novamente informações?

ACP: É o que está publicado. Isso aqui é um jogo do bicho, vale o que está escrito. Se você se queixar que eu escrevi um editorial falando de você e não te ouvi... Tem muita gente que faz isso, “o sujeito não me ouviu, isso é um mau jornalismo”. Isso não é um mau jornalismo, não. Eu não tenho que te ouvir. Eu estou dando uma opinião, eu não estou fazendo o contraditório. A fase do contraditório já passou. Na fase do contraditório, eu ouço um e ouço outro. Na fase da opinião, eu não tenho que ouvir. A fase da opinião é a fase da sentença. Faz de conta que você é um advogado. Tem a fase do contraditório e tem a fase da decisão, do julgamento. Está no julgamento já, eu não tenho que ouvir duas partes. Eu pego os autos, leio os autos e dos autos eu tiro a minha conclusão. Não preciso nem ouvir todas as testemunhas. O código de processo penal garante esse direito ao juiz. Ele não precisa nem ouvir todas as testemunhas. Ele faz um negócio chamado saneamento dos autos e encerra ali. Aí chega o advogado com o memorial e diz “meu filho, já está saneado, já tem a sentença”. E é da lei, ele pode fazer, porque senão não tem fim.

GGN: Antonio Carlos, em relação ao público que o editorial atinge: normalmente se fala que é um público bem específico, restrito às vezes. Vocês têm informações disso, se sabe quem lê o editorial, que público do jornal? Já considerando que o jornal atende a um público específico, embora variado, o texto do editorial, propriamente, atinge um público ainda mais específico?

ACP: Isso aí varia tanto de jornal para jornal. Estamos falando do *Estadão*. Não vamos falar dos outros jornais.

GGN: Tudo bem.

ACP: Olha, um número surpreendentemente grande de leitores do *Estadão* lê os editoriais. E eu gostaria muito que mil pessoas lessem o editorial. Acho que dessas mil pessoas que eu gostaria que lessem o editorial, umas oitocentas leem. Agora, a proporção, felizmente, é muito maior do que essa. Muita gente lê o editorial. Você lê o editorial por vários motivos. Você raramente lê um editorial para se convencer de alguma coisa. Tem gente que diz “não, o editorial foi feito pra convencer as pessoas”. Não, o editorial não é feito para isso. O editorial não é feito para isso porque as pessoas não se convencem lendo o

editorial, não é assim que a coisa funciona. A pessoa lê o editorial basicamente por dois motivos: em primeiro lugar, porque o editorial é um instrumento de conforto. O que significa um instrumento de conforto? Eu tenho as minhas convicções pessoais, então eu vou ler o editorial para reafirmar as minhas convicções. Tanto contra quanto a favor. “Eu discordo de tudo aquilo que o *Estado* diz que é certo, então de vez em quando eu leio um editorial do *Estadão* pra dizer ‘eu continuo certo’.” “Eu concordo com tudo aquilo que o *Estadão* diz que é certo, também de vez em quando leio o *Estadão* para dizer ‘estamos aí! olha, a linha dura é dura, mas reta’”. Essa história de dizer que o sujeito lê o editorial para formar uma opinião, não, ele lê para formar convicção. Ele vai atrás do argumento. Ou contra ou a favor, mas ele vai atrás do argumento. Opinião ele já tem. Ninguém que se põe a ler editorial em jornal é um anjo de candura, a menos que seja um jovem em fase de formação, é diferente. Veja bem, tira essa faixa etária, exclua essa faixa etária, estamos falando das pessoas que decidem. Essas pessoas, a opinião delas já está formada, elas estão atrás de convicção.

GGN: E é para essas pessoas que vocês escrevem?

ACP: É para essas pessoas que a gente escreve por uma razão muito simples... Não, a gente escreve para todo mundo. Mas a gente sabe essas pessoas é que vão tirar o sumo da coisa. É por isso que os nossos editoriais têm o formato que têm. Você pega os outros jornais, o editorial se resume àquela coisa, àquele extrato da opinião: “sobre tal assunto nós pensamos isso, isso, isso, isso e ponto final”. Aqui a gente faz diferente. Aqui a gente descreve o assunto, faz um arrazoado. Já reparou nisso? Depois, numa faixa média, a gente põe os argumentos prós e contra. Às vezes nem põe os contra, às vezes só põe os contra, enfim. Mas é uma fase de argumentação, é um arrazoado, é uma descrição, um relatório, um arrazoado e depois é que vem a opinião. Isso nem sempre precisa ser feito com esses extratos definidos, no texto pode estar misturado, mas ele contém sempre esses três elementos. É raríssimo você pegar um editorial que não tenha os três elementos. Muito raro. Por quê? É para dar para o leitor os instrumentos de convicção dos quais ele precisa. Senão ele não vai ler editorial. Ele não vai ler o editorial para saber o que o jornal pensa. “Quero que o jornal se lasque, eu já pensei por mim”. Lá pelos doze, treze anos de idade você fez isso, não fez? Até então não. Até então você perguntava “papai, o que você acha disso?”. Depois disso, cada vez que teu pai chegava e dizia “olha, disso aqui eu penso assim”, você dizia “velho imbecil”. É assim que funciona.

GGN: Mas em alguns casos há um evidente diálogo a partir do editorial, por exemplo, com o poder político. Então você escreve para que o interlocutor seja o poder político. Em algumas vezes é mais para a sociedade em geral. Isso é perceptível, assim?

ACP: Olha, a gente escreve na esperança de que quem vá ler seja a pessoa que realmente importa. É aquela brincadeira que eu fiz dos oitocentos e mil – obviamente aquilo é uma brincadeira. A gente escreve nessa esperança. Eu escrevo editorial sabendo que a minha mulher vai ler o editorial. Mas a minha esperança não é que ela leia o editorial. A minha esperança é que a dona Dilma [Rousseff] leia o editorial. Entendeu qual é a coisa? Eu escrevo um editorial a respeito do trânsito na esquina da minha casa não é para o quitandeiro da esquina ler. Ele vai ler, eu espero que ele leia, mas não é para ele que está escrito, está escrito para o prefeito. A minha esperança é que o prefeito leia. É por isso que durante muito tempo a gente dava conselhos para o Papa, conselhos para o presidente da França. “Já dissemos mais de uma vez para a Sua Santidade que ele não pode continuar fazendo isso”...

GGN: Normalmente a repercussão que um editorial tem...

ACP: É grande. A gente não faz pesquisa aqui sobre isso. Toda vez que alguém vem conversar comigo para fazer pesquisa sobre isso eu digo “olha, eu já vi tanta pesquisa fajuta, eu já vi tanta bobagem, que para fazer uma pesquisa dessas teria que ter desenvolvida uma metodologia”. Se alguém quiser fazer que faça, eu não me envolvo. O problema é o seguinte, é que você tem depoimentos. Todo lugar que você vá tem alguém importante, alguém significativo que chega para você e diz “pô, os editoriais aí!”. A pesquisa é essa. E de repente isso vira quase que uma unanimidade. A importância dos editoriais do *Estadão* hoje é quase uma unanimidade. Quem concorda, quem não concorda, não importa. “Eu não concordo, mas eu leio porque é sério.” E a tipificação é essa: “eu não concordo, mas é sério”. Eu estou pouco me lixando com o que acontece na redação. Aqui o padrão é este. É por isso que o jornal está dividido em dois. Não sei se você já reparou.

GGN: Aqui, a estrutura?

ACP: Sim. A estrutura organizacional disso aqui, você já reparou?

GGN: Eu vi agora pelos prédios.

ACP: Não, não. Prédio não tem nada a ver com isso. Espera aí... [Mostra o cabeçalho do jornal] Meio da página. Opinião. Redação. Separado. Este diretor aqui não manda em mim. Ele não pode me dizer uma vírgula. A gente conversa quase todo dia, temos um ótimo

relacionamento, só que ele não pode me dizer uma vírgula. Eu posso dizer para ele, ele não pode me dizer uma vírgula. Se ele quiser me demitir, ele não pode. O único sujeito que pode me demitir está aqui, olha... São esses dois aqui: é o meu chefe imediato, o Rui Mesquita, e o presidente do Conselho de Administração. Não é nem o presidente da empresa. O presidente da empresa pode demitir esse cara aqui, não pode me demitir.

GGN: Isso é uma...

ACP: Separação Igreja-Estado. Não no sentido da redação e da publicidade, mas no sentido da redação e da opinião. A redação não interfere na opinião, a opinião é soberana. Não há a menor possibilidade de alguém chegar e dizer para mim “escuta, nós vamos fazer um suplemento que vai render um dinheirinho para o jornal, não sei o quê... Então será que você não podia fazer um editorial pra apoiar?”. Nem chegam perto. Entendeu? É isso. O segredo está aí.

N: Há uma independência da área de opinião do *Estado* em relação aos setores de informação?

AC: A todos os setores. Todos! Todos! E é opinião, não é a terceira página, não, é opinião. Chega para mim e diz “escuta, tem o presidente dessa empresa aqui que está anunciando para burro, tem aqui um artigo que quer publicar”. Eu vou ler o artigo. É publicável? Tudo bem. Eu publico artigo do presidente de outras empresas, por que eu não publico o dele? Não é publicável? Não, não sei. E não tenho que dizer porque. Não sei, acabou. É isso que faz a credibilidade desta página. Ela não está à venda, ela não é objeto de negócio. De vez em quando aparecem aí uns espertos na praça que dizem que têm um ou dois editorialistas no bolso. Mas isso também tem gente que diz que tem o Papa no bolso, três ou quatro cardeais no ombro. Nada impede que o sujeito diga. Mas ter, não tem, não.

GGN: A repercussão então que vocês tem é dos comentários que chegam até vocês. E em relação à opinião do leitor, isso é frequente também?

ACP: Mas são os leitores que dizem isso.

GGN: Sim. Mas textos enviados por eles para...

ACP: É carta. A gente recebe carta. A gente não fica publicando carta, mas a gente recebe muito. Não, isso não é opinião de puxa saco.

GGN: A editoria de opinião e os editorialistas estão muito mais próximos da direção do jornal do que propriamente da redação, é isso?

ACP: Funcionalmente, sim. Funcionalmente, sim. A nossa ligação com a direção é muito curta, a da redação é mais longa. Nesse ponto de vista, sim. Agora, a gente tem total liberdade na redação, total liberdade. Eu converso com todo mundo lá. Quem quiser conversar comigo entra aqui, a porta só fica fechada porque tem ar condicionado. Você não vê minha secretária, minha secretária está lá adiante. Você vê o telefone tocando aqui, nenhum desses telefonemas foi a secretária, telefonema direto. Você só falou com ela porque foi um momento aí que eu não tinha tempo de fazer as coisas. Quem me procura fala direto comigo. E não é só aqui dentro do jornal não, é fora também.

GGN: Mas de qualquer maneira é uma lógica específica, à parte da redação, e é um funcionamento que tem uma proximidade maior propriamente com a direção.

ACP: Sim. Lógico, lógico. Foi aquilo que acabei de falar.

GGN: Em relação agora à função de editorialista, como é que o jornalista passa a ocupar essa função? Qual é a progressão padrão, digamos assim, de carreira?

ACP: Não tem. O problema é o seguinte, é difícil você encontrar editorialistas. Jornalista não quer ser editorialista. Por que jornalista não quer ser editorialista? Porque o jornalista quer que o nome dele apareça em algum lugar, de preferência no jornal onde ele escreve. E você vê, não tem nome aqui. É uma função anônima, absolutamente importante, como você vê, mas é anônima. Então é difícil você encontrar um jornalista que queira fazer esse serviço sem aparecer. E exige uma certa maturidade, não dá para você botar um rapaz de dezoito anos escrevendo editorial. Não há como. Ele pode até fazer um ou outro muito bem, mas no final de um determinado período vai ser um fracasso. Vai ser ruim para ele. Não adianta você dizer que está treinando porque não é assim que funciona. Ele tem que ter uma bagagem cultural razoável, tem que ter uma certa rapidez de raciocínio, que só vem com a idade, com a experiência, infelizmente, não é a vivacidade da juventude, é um pouco diferente disso. Por exemplo, essa nossa equipe é uma equipe velha, como eu já te falei. É uma equipe velha no sentido literal da palavra. É uma equipe que está começando a cair os pedaços, a começar por mim. E de uns anos para cá eu tenho me ocupado em tentar botar um pouco de oxigênio aqui. Não tenho conseguido, não tenho tido grande êxito, não. Nesses últimos três anos eu só consegui uma pessoa. Não é fácil.

GGN: São pessoas normalmente que vêm da redação ou vêm de outras atividades?

ACP: Para mim tanto faz, para mim tanto faz. Eu não estou preocupado com isso. Para mim tanto faz.

GGN: Mas é importante que tenha alguma proximidade de opinião, obviamente, para manter essa coesão de equipe, não é?

ACP: Olha, isso aí é a coisa mais fácil para você adquirir, isso aí não é difícil, não. Sabe o que é? É que na hora que você resolve escrever editorial você põe na sua cabeça que você não vai escrever aquilo que você pensa. Você vai escrever aquilo que o jornal pensa. Se coincidir, ótimo, fabuloso, se não coincidir, paciência. Ou você aprende a fazer isso ou você pula fora. Se você for daquele tipo que diz “não, no meu texto ninguém mexe, e o meu texto é exatamente aquilo que eu penso, nem mais nem menos”, então a tua função não é aqui. Também aqui não se pede para você se prostituir. Todos aqui temos o nosso padrão de dignidade, abaixo do qual ninguém se mexe. Nunca cheguei aqui e pedi a alguém que escrevesse alguma coisa... Aliás, nunca foi publicado aqui algo que não fosse no mínimo digno. Você pode dizer “eu não concordo com isso”, mas “isso aqui é indigno”, alto lá, aí não. Eu sou o primeiro a dizer “não, aqui não”. Que eu já tenha recebido textos indignos? Já, mais de uma vez. Mas uma coisa é você receber o texto e outra coisa é você publicar. É por isso que tem filtros sequenciais e pode ser que amanhã ou depois passe por mim, mas pelo velho não passa, provavelmente não passa. Agora, a escolha do editorialista é um negócio realmente difícil, não tem como... Geralmente é por convite. Raramente as pessoas se oferecem. Quando se oferecem, você fica com o pé atrás. “Você está querendo vida boa, achando que isso aqui vai dar vida boa”.

GGN: E me ocorreu, quando se fala em opinião do jornal, essa é uma opinião que certamente se altera a partir de acontecimentos. Com o tempo, em relação ao que o jornal pensa sobre determinados assuntos e pensava há cinquenta anos, talvez não seja o mesmo. Ou não?

ACP: Muito difícil. É muito difícil.

GGN: Ela tem uma permanência mesmo muito...

ACP: É muito difícil. É realmente muito difícil. Evidente que tem certas evoluções, mas aí, a evolução é, digamos, integral, não é uma mudança de posição. Por exemplo, o jornal não pode ter a mesma opinião que tinha sobre concessões de rádio há oitenta anos, ele não pode ter a mesma opinião sobre a concessão de serviço de internet, porque as coisas não são as mesmas. “Não, mas tudo é comunicação.” Epa, alto lá!

Não é bem assim. Não é bem assim. Agora, sobre as coisas fundamentais não tem nem nuance, nem variação de nuance. Oitenta anos atrás a gente via a liberdade de um jeito, hoje a gente vê a liberdade de outro, porque os costumes mudaram? Liberdade é liberdade. Lá, aqui, acolá e na pré-história. O que é livre é livre. O que não é livre não é livre. Daí por diante. Agora o que acontece é o seguinte: o jornal tem uma opinião, e essa opinião não é necessariamente a minha opinião nem a opinião do doutor Rui Mesquita. Nem a dele. É muito frequente ele dizer assim: “tudo muito bem, vocês vão escrever sobre isso, pode escrever, mas você sabe que não é isso que eu penso”. E de fato não é. O pensamento pessoal dele é um e a opinião do jornal é outro. Como é que você explica isso? Tradição, 140 anos.

GGN: Mas o senhor diria que a opinião do jornal é muito mais estável, perene que a opinião individual do senhor, do Rui, ou de qualquer um?

ACP: Sem dúvida. Sem dúvida. De qualquer um não, não vou responder por qualquer um. Mas sem dúvida. Quantas vezes eu já mudei de opinião a respeito de vários assuntos. Sem dúvida, sem dúvida. Agora, a opinião do jornal está sempre baseada naquela história, o nosso rumo é a liberdade, nosso norte é a liberdade. “Ah, o jornal é conservador.” Pode até ser. “O jornal é reacionário.” Pode até ser, não brigo. Quando alguém chega e diz “olha, o jornal é conservador e reacionário” eu não discuto. É sua opinião, muito bem, durma bem com ela. Paciência. O problema desse jornal é o seguinte, a preocupação dele é com a liberdade. O governo vai tomar uma medida que é absolutamente revolucionária em termos de atender a moda de costumes, disso, disso, disso, daquilo. Só que essa medida de alguma forma vai afetar a liberdade. Então que se lasque o governo. Que se lasque o modismo. Que se lasque o grande público que está querendo vida boa, porque depois a gente sabe o que acontece.

GGN: Então, a opinião do editorialista nem sempre se confunde com a opinião do jornal?

ACP: Não, nem sempre. Agora, isso significa que isso ofenda o sujeito, que isso diminua...? Não. Sabe, nunca é um negócio chocante. Por exemplo, vamos pegar a história deste jornal: no período da revolução de 1964 – que agora dizem que é proibido chamar de revolução, tem que chamar de golpe de Estado, mas eu continuo chamando de revolução, eu fui criado assim, então vai ser difícil mudar –, no período da revolução de 1964, esse jornal apoiou a revolução de 1964. Tinha lá os seus motivos para apoiar, era a fase da Guerra Fria, tinha a história do João

Goulart, enfim, não vamos discutir isso, não vamos discutir aquele período. O principal editorialista do jornal era comunista. Quando houve a Revolução dos Cravos ele pediu demissão do jornal e foi ocupar a direção de comunicação do partido comunista em Portugal.

GGN: Quem era esse editorialista?

ACP: Miguel Urbano. Era o principal editorialista do jornal. Nunca, nunca, jamais disse: “estou sendo violentado, não suporto, traga meus saís”, nunca disse isso. “Ah, esse jornal é um jornal reacionário, é um jornal neoliberal, não sei o quê.” Eu tenho aqui a minha direita um camarada que respondeu a IPM [inquérito policial-militar] porque foi membro do partido comunista, e tenho aqui a minha esquerda um outro igual. Isso agora, não estou falando de cinquenta anos atrás, estou falando de agora. Sabe, não tem nada uma coisa com a outra.

GGN: Mas enquanto a pessoa ocupa a função de editorialista, ela pode emitir opiniões pessoais, vamos dizer, em redes sociais, em eventos...?

ACP: Eu desencorajo. Não, em eventos tudo bem, quer fazer palestra, vai fazer palestra. Aqui você tem um chefe de departamento na faculdade de direito de São Paulo, você tem um livre-docente aqui do lado, e daí por diante. E gente que faz palestra. Eu vivo fazendo palestra, agora faço pouco porque não tenho mais tempo de sair daqui, mas passei uma boa parte da minha vida dando palestra e falando o que eu queria. Eu nunca fui dar palestra dizendo...

GGN: Falando pelo jornal...

ACP: Não. Ao contrário, ao contrário. Primeira ressalva: quem está aqui é o Antonio Carlos Pereira. Nada impede. O que eu não gosto é esse negócio de *blog*, porque o *blog* compromete. Aí eu desencorajo, mas desencorajo energicamente. Não proíbo, por que a troco do que vou proibir? Mas eu sei que isso dará trabalho no futuro e como o trabalho vai cair no meu colo – e eu sou um sujeito vagabundo, preguiçoso, relapso, não gosto de trabalho por definição –, então eu digo “olha, para, a menos que você queira arcar com todas as consequências, aí são todas mesmo. Se tiver problema, adeus e pronto, vá resolva os problemas noutro lugar”. Como as pessoas não querem...

GGN: Na formação da opinião da empresa ou do jornal, como o senhor falou, têm certas diretrizes que são praticamente pétreas, que se mantêm, como é o caso da liberdade que o senhor citou. Mas, na formação diária, quer dizer, de temas da atualidade, que forças atuam no sentido de

formar essa opinião? Forças no sentido de posicionamentos do diretor, do editor, posicionamentos que estão na sociedade?

ACP: Você quer saber se tem influência externa, é isso?

GGN: Não só externa. Influências sociais. Também externas, influências de opiniões que estão na sociedade.

ACP: A gente não liga para isso não.

GGN: Não?

ACP: Não.

GGN: Quer dizer, a formação da opinião da empresa não leva em conta outras opiniões que possam estar em discussão?

ACP: Começa que a opinião não é da empresa, a opinião é do jornal. O jornal é parte da empresa. Mas a opinião é do jornal, não é da empresa. O presidente da empresa jamais chegou para mim e disse “olha, vocês precisam cuidar desse assunto, cuidar daquele assunto, dessa ou daquela maneira”. Jamais! Nem em brincadeira, nem em conversas sociais, de cunho social, “vamos beber um uísque juntos”. Jamais. Isso não existe. Há um respeito absoluto pelas funções aqui. E a gente não dá muita importância a isso não. “Ah, tal assunto, assim, assim, assim, está em moda, vamos fazer alguma coisa.” E daí que está em moda? Está em moda hoje, vai deixar de estar amanhã. É de interesse público? Não, é de curiosidade pública. Não tenho nada com isso, não vou perder meu tempo cuidando disso. “Ah, agora está na moda o casamento homossexual”, como é que é, homo não-sei-o-quê aí. Tudo bem, está na moda então casem, sejam felizes, o que eu tenho com isso? “Ah, mas o jornal não vai se pronunciar a respeito da família de um único sexo?” Se surgir alguma coisa que exija algum tipo de pronunciamento a gente se pronuncia. Até lá, me desculpe, mas não. A troco do quê? Só porque é moda? É moda? Tudo bem, divirtam-se. O que eu tenho com isso? “Ah, mas vocês se pronunciaram a respeito do divórcio.” Claro. O divórcio é de interesse público. O divórcio é um problema institucional que foi introduzido na anistia e que ia produzir, como de fato tem produzido, profundas mudanças na sociedade. Então, isso é de interesse público. Aí fizemos lá o nosso editorial a respeito do divórcio. Agora, homem com homem vai casar, mulher com mulher vai casar, ninguém tem nada a ver com isso. Não tenho nada com isso. Era nesse sentido que você queria saber?

GGN: Agora me ocorreu: os temas comportamentais não têm tanta relevância para o editorial?

ACP: Não. Não. Porque são comportamentais. Porque do mesmo jeito que está na moda, sai da moda. A única coisa que a gente protesta, de

vez em quando a gente faz isso, é quando alguém resolve transformar certas coisas, certos costumes em hábitos compulsórios. Aí não, aí entra na minha esfera de liberdade.

GGN: Então, quer dizer, esses diversos discursos sociais que podem estar convergindo ou divergindo sobre determinadas situações não necessariamente influem ou interferem no modo como a empresa ou o jornal vai...

ACP: Não, não. Veja bem, se os efeitos dele param nele mesmo, não. Não temos nada com isso. Os efeitos da tua vida pessoal, de qualquer ato da tua vida pessoal, se esgotam em você mesmo ou dentro da sua família, do seu âmbito familiar. Eu não tenho nada com isso. Entendeu?

GGN: Tudo bem. Mas no caso de debates que são públicos...

ACP: Dá um exemplo.

GGN: Eu quero dizer no sentido de que autoridades, pessoas representativas ou até entidades se posicionam, e esses posicionamentos de entidades de relevância nacional ou de pessoas que tem alguma importância de serem ouvidas... Vamos dizer, um debate sobre a criação dos Tribunais Regionais aí.

ACP: Isso nós temos opinião. O segundo editorial de hoje trata disso.

GGN: Pois é, mas o que eu digo é o seguinte: se essas opiniões que circulam na sociedade, se de alguma forma elas influenciam a opinião que o jornal vai dar sobre aquele tema.

ACP: Não. Não. Você está dizendo se nós somos maria-vai-com-as-outras?

GGN: Não necessariamente maria-vai-com-as-outras, mas se tem uma entidade que diz uma coisa, outra que diz outra coisa...

ACP: Não. Nenhuma entidade tem voz soberana aqui dentro, nenhuma. “Não, vocês ouvem a Igreja”. Não é verdade, a gente já cansou de receber espinafração da Igreja. Não é verdade. “Vocês ouvem não o sei o quê”. Não, não é verdade. Cada caso é um caso, é examinado à luz dos seus próprios merecimentos. Nós já apoiamos a OAB durante muito tempo. Hoje é difícil a gente apoiar a OAB, ao contrário. A OAB mudou muito. Nós já fomos grandes críticos da Igreja Católica durante muito tempo. Nós já fomos grandes críticos da Maçonaria durante muito, quando a Maçonaria existia politicamente. Fomos também a favor dela durante muito tempo. Sabe, não tem...

GGN: Nesse sentido a opinião do jornal é cambiável.

ACP: Não, não é opinião, não. É o objetivo. Durante o período em que a OAB lutou pelo retorno da liberdade, nós fomos a favor da OAB. Na

hora em que a OAB virou um “sindicatozinho” de quinta categoria, a gente não pode ser a favor da OAB. Porque a OAB, tendo os privilégios que tem, não pode ser um “sindicatozinho” de quinta categoria, entendeu? É isto. A opinião não mudou, não. A opinião é a mesma. O que mudou foi a OAB.

GGN: Entendi. Aí é um caso em que mudam posicionamentos de uma entidade. Mas não há um problema no caso de a sociedade mudar e a opinião permanecer a mesma, quer dizer, ela não acompanhar certas mudanças...

ACP: Certas evoluções da sociedade? Em primeiro lugar eu preciso definir o que é sociedade. Eu tenho uma certa dificuldade em fazer essa definição. Eu não sei o que é isso. Você sabe? Você consegue me dizer?

GGN: É difícil.

ACP: É difícil, né? Então a gente tem que encontrar outra maneira de botar, de predispor o problema.

GGN: A opinião do jornal ainda impacta no debate público?

ACP: Impacta fortemente. Impacta.

GGN: Como é que vocês conseguem perceber ou dimensionar esse impacto?

ACP: Dimensionar a gente não dimensiona a não ser em termos muito gerais. Mas a gente percebe pelas reações dos atores. A gente recebe visitas, a gente recebe telefonemas, a gente recebe cartas, a gente recebe apelos. Os atores reagem, e reagem muito. A favor e contra.

GGN: Não é de qualquer jornal que interessa saber a opinião, nem todos os jornais têm editoriais. A que se deve a importância da opinião do *Estado*?

ACP: É isso. É tudo isso que eu te falei. Primeiro lugar porque é um jornal que, aconteça o que acontecer, a nossa preocupação é com a liberdade. Você vai dizer “não, mas vocês cometeram, ao longo da história, vocês cometeram vários equívocos graves.” Não estou dizendo que não. Cometemos vários equívocos graves. Vários. Não é nem um nem dois nem três, não. Vários. Mas tudo bem, isso faz parte da vida. Agora, o nosso objetivo nunca deixou de ser esse, continua sendo. E tem mais, o nosso conceito de liberdade não é exatamente o conceito de liberdade que andou prevalecendo aqui por este país durante algum tempo, que era a liberdade de empreender. Não. A gente defende a liberdade de empreender, mas antes dela vem a liberdade a liberdade individual e a liberdade política, sem as quais você não tem as demais. É

um pouquinho diferente. Não é uma coisa para defender o direito do empresário tubarão enfiar a mão no bolso do pobre do consumidor. Não, é um pouquinho diferente. Você pode dizer “ah, mas no final dá na mesma”. Não sei. No final dá tudo na mesma, no final a gente vai tudo para a cova. No final morremos todos. O problema não é esse. O problema é que há sutilezas nessa coisa que precisam ser vistas. Você tem o problema de método, que é a maneira como você faz as coisas. Você faz as coisas didaticamente. No fundo, no fundo, porque desde sempre nós acreditamos que jornal é um processo de educação, é um processo iluminista. Através do jornal você educa.

GGN: Essa é uma coisa em que o *Estadão* acredita?

ACP: Essa é uma coisa que o jornal a vida inteira fez. A vida inteira fez. Não se esqueça que a Universidade de São Paulo nasceu aqui. Não se esqueça que o voto da mulher nasceu aqui. E mais um monte de coisas. Enfim, são tradições que vêm dessa carga iluminista aqui. Agora, o Iluminismo tem os seus graves defeitos, um deles é o de agir muito lentamente. E as vezes que este jornal resolveu acelerar o processo, pode ser que nessas vezes tenha cometido graves equívocos. Não escreve isso, não. Enfim... Nós não estamos discutindo a história do jornal. O que é mais? Tem o problema da mecânica, da carpintaria, que eu acho que é importante. Porque é essa carpintaria que permite que as pessoas ditas comuns leiam e passem a entender aquele assunto que está discutido aqui. Porque às vezes as pessoas não entendem, tem isso. Sabe, ouve aquela coisa, principalmente aqueles três minutos no rádio e na televisão, e aqueles três minutos não dão a informação essencial, isso está cada vez mais comum. Inclusive os jornais estão fazendo isso. Eu acho isso um crime. O jornal não está mais noticiando o fato, o jornal está dando a repercussão, está dando versões, você procura o fato e não encontra. Então aqui a gente tenta dar o fato. É o relatório, aquela primeira parte, é o relatório. “No dia tal, fulano de tal fez isso, isso, isso, isso...” E a pessoa lê e aí a pessoa começa “mas bom, isso aqui junta ali, aqui junta acolá”. A pessoa forma a sua própria opinião. Ou, se você quiser, formar sua convicção – opinião, no fundo, no fundo ela sempre já tem. Isso dá respeitabilidade. O problema da conduta também. Entra ano, sai ano, a linha é a mesma. A economia melhora, a economia piora, a conduta é a mesma. A empresa prospera, a empresa tropeça, a conduta é a mesma. O banco não passa a ter direitos porque emprestou dinheiro para o jornal.

GGN: Em relação à posição sobre jornalismo: em alguns momentos o jornal sente necessidade de reforçar, defender a legitimidade social do jornalismo nesse espaço, nos editoriais. Em que momentos? Por que há essa necessidade, vez ou outra?

ACP: Sempre que a liberdade é ameaçada. Sempre. Jornalismo é uma profissão como outra qualquer. O único problema é que a matéria-prima dele é a liberdade. Então toda vez que a liberdade é ameaçada a gente põe a boca no trombone. E quando ela é ameaçada dentro da própria profissão, pior ainda. Na hora em que você estabelece regulamentos que são constrangedores à própria profissão, aí a gente põe a boca no trombone. Por exemplo, a história do diploma, só pode exercer a profissão quem for diplomado. Isso é um absurdo. Isso não é uma profissão que exija diploma. Eu costumo dizer que um sujeito medianamente inteligente aprende a ser jornalista em um mês. Um sujeito que for muito burro aprende em três meses. E eu não estou brincando, é verdade. Isso é uma das profissões mais simples do mundo. Ela só vai se tornando complexa à medida que você vai exercendo. Ela não necessita de faculdade e de diploma para ser exercida. Isso é uma brincadeira! E isso é uma brincadeira que constrange, porque priva a gente de liberdade. Por que um engenheiro muito bem dotado em várias coisas, que consegue escrever bem e que faz as coisas direitinho, por que ele não podia ser jornalista? Simplesmente porque alguém resolveu que jornalismo é caça privada de quem fez uma determinada faculdade? Isso é um erro. Um erro fundamental e um erro que afeta a liberdade. “Ah, mas a escola prepara.” Não, a escola não prepara nada. Me desculpa, mas a escola não prepara nada. A escola é uma piada. É uma piada de mau gosto. Até porque aquelas que não são pagas, a não ser pelos contribuintes, elas são muito caras.

GGN: Quando se trata do jornalismo ou de algo relacionado ao jornal ou ao jornalismo é porque se entende que aquele tema é de interesse público, é nesse sentido?

ACP: É lógico. É nesse sentido. Não estou preocupado com mão de obra para empresa, nunca faltou e não vai faltar. O problema não é esse. Eu já vi esse tipo de argumento “ah não, vocês querem assim, porque assim vocês vão ter mão de obra barata”. Não, a mão de obra nunca esteve tão barata desde que criaram a obrigatoriedade do diploma. Ao contrário. Fosse por isso, viva o diploma. Quando eu comecei a trabalhar em jornal, no meu primeiro dia, eu saí do jornal e fui beber uísque escocês. Eu podia. Pega um sujeito recém-admitido num jornal e

põe ele para beber uísque escocês trinta dias por mês para você ver uma coisa o que vai acontecer com ele. E eu fazia.

GGN: No caso em que o jornalismo sofre alguma ameaça, é nesse sentido que há necessidade, se for o caso, de tê-lo como tema de um editorial...? Ou então no sentido de informar sobre um projeto gráfico...?

ACP: Sim. Lógico. Veja, o jornalismo, como está intrinsecamente vinculado às coisas da liberdade... O exercício da liberdade se dá de que forma? O exercício da liberdade se dá através de escolha. Como é que você pode escolher? Você pode escolher conhecendo. Como é que você obtém o conhecimento cotidiano das coisas? Não estou falando o conhecimento escolar, estou falando o conhecimento cotidiano das coisas. Como é que se obtém isso? É através do jornalismo. Não tem outra forma. A outra forma é a comunicação boca-a-boca, mas essa você sabe que hoje em dia principalmente... Se antes funcionava razoavelmente mal, hoje simplesmente não funciona mais. Você conhece os teus vizinhos? Entende? Hoje não funciona mais. Então o que funciona, as tuas escolhas se dão através daquilo que você conhece através dos jornais, da rádio, da televisão, enfim, através do jornalismo. Então, o jornalismo é peça chave de qualquer sistema democrático. Qualquer sistema democrático liberal. Na democracia da Coreia do Norte você não precisa disso, evidentemente.

GGN: Qual é a tua opinião sobre possíveis novos formatos de fazer jornalismo?

ACP: Ah, isso tudo é bobagem. Isso tudo é bobagem. Que importa isso? Vai deixar de ter papel? Não vai. Vai ter mudanças no papel? Vai, claro que vai. Evidente que vai. O problema é que está todo mundo discutindo se vai ter ou se não vai ter, isso é uma discussão tola. O problema é o seguinte, eu quero o seguinte: como é que vai ser o jornal do futuro. Ele vai continuar existindo. Isso aqui vai continuar existindo. Agora, como é que ele vai existir? Eu tenho minha opinião formada sobre isso. Eu não quero saber se ele vai ser assim, assim, assim, ou assado. O que eu tenho certeza é o seguinte: se ele não for de muito boa qualidade, ele não sobrevive. A chave é uma palavra só: qualidade. Não adianta você vir dizendo “não, porque ele terá que ter mais esporte. Ele terá que ter mais matérias analíticas a respeito disso e daquilo”. Isso tudo é um “punhetol” que não tem tamanho. O problema é o seguinte: ele tem que ter qualidade, cada vez qualidade maior. Aí ele sobrevive. Vai sobreviver com tiragem pequena? Vai sobreviver com tiragem pequena.

Vai sobreviver com formato reduzido? Vai sobreviver com formato reduzido, mas vai sobreviver.

GGN: E a opinião do jornal deve também seguir com a importância que tem, com a relevância que tem?

ACP: Cada vez mais. Na minha opinião, cada vez mais. Por uma razão muito simples, na medida em que você está acabando com a intermediação... Toda vez que você cria um *blog*, você acaba com a intermediação dos jornais. O jornal é intermediário entre você, leitor, e o resto do mundo. Na medida em que você cria um *blog*, você reduz uma parte dessa intermediação. Entendeste? Na medida em que você multiplica a desintermediação, você passa a ter uma tal banalização que... Isso aqui é a opinião do jornal, é uma opinião abalizada, construída com base em fatos, tem substância, atrás dela tem formação. O *blog* o que é? O *blog* é a opinião pessoal de um sujeito que não tem nenhum tipo de compromisso. Onde é que o blogueiro obtém notícia? As pessoas não param para pensar nisso. Como é que o blogueiro consegue obter notícia? Ele não obtém notícia, é tudo chupado. E ele não pode garantir nada daquilo. Eu posso garantir o que está aqui. Ele não pode, ele não tem como. A menos que ele me chupe. Essa banalização vai acabar tendo consequências. O público é tudo, menos burro. Um belo dia o público chega e diz “não, espera um pouco, por quê? Como? Espera um pouco, eu não tinha parado pra pensar, como é que esse sujeito encontra tempo pra fazer um blog enorme desse, em que todas as matérias são substituídas praticamente na hora, e ele não tem empregado, tem um ou dois *freela* que trabalham com ele, ele faz o blog sozinho, de onde é que ele tira isso? Ele está me enganando”. Já tem coisas desse tipo acontecendo na praça, já tem blogs aí que antes eram respeitadíssimos e que hoje estão... Você sabe disso. E o motivo é um só, milagre ninguém faz. Depois tem outra, a troco de que eu vou querer conhecer a opinião pessoal do seu José das Couves? A troco do quê? Se é para conhecer a opinião pessoal do seu Zé das Couves, eu ligo para a casa do meu sogro e pergunto a opinião dele, porra. Pelo menos ele eu sei quem é, eu conheço. É isso que acaba acontecendo. Então é muito cedo para gente começar com essas coisas de “não, é inexorável”. É inexorável o cacete. É inexorável o seguinte, vai ter mudança porque essa transformação aqui é revolucionária. Isso aqui é de fato revolucionário. É mais revolucionário do que televisão e o rádio. A televisão e o rádio até hoje não te permitem uma interação instantânea. Essa porcaria aqui infelizmente permite. Você se lembra quando, na

década de 1970, começo dos 1980, disseram que através da televisão você ia fazer a comunicação instantânea, você não lembra disso, não?

GGN: Não.

ACP: O teletexto, aquelas coisas todas, você não lembra disso, não?

GGN: Não.

ACP: Porra, você é muito jovem.

GGN: Ainda um pouco.

AC: É muito jovem. Pois é. Teve uns espertos aí que chegaram a ganhar algum dinheiro com isso. Vendiam programas aí que você instalava na sua televisão, tinha lá um teclado, você podia fazer um negócio... Não deu para saída. E era o sistema do Flash Gordon, era o século 25 que tinha chegado de repente. Vamos com calma, vamos devagar. Vamos devagar. Tem mudança? Vai ter mudança sim. Elas vão ser radicais? Algumas vão ser radicais. Agora vão ser mais radicais para dentro do que para fora. Ah, eu acho. É isso. O jornal vai ser pequeno. E vai ser caro. Esse negócio de vender jornal aí a cinquenta centavos na rua não vai acabar.

GGN: Mas é um fenômeno aí, alguns jornais populares assim com uma tiragem incrível.

ACP: É. E também são de uma enfermidade. Se você vir um jornal que está tirando sete milhões de exemplares, cinco meses depois você pergunta “e o jornal, cadê?”. “Ah, não sai mais, fecharam.” Sabe por que isso não é?

GGN: Por quê?

ACP: Porque é um jornal que depende basicamente de anúncio e só tem despesa, a única receita dele é um determinado tipo de anúncio. Na hora em que aquele tipo de anunciante perde o interesse pelo negócio, ele faz assim, *pufft*, cai duro para baixo.

GGN: Hoje a produção do jornal e especificamente da opinião, ela diz respeito apenas ao jornal ou ela está numa lógica de uma empresa que tem diversos meios de chegar ao seu público? Isso de alguma forma reverbera no trabalho de vocês?

ACP: Para nós, não. Eu acho que isso aí é importante para saúde da empresa. Agora, também é a tal história... Aqui no Brasil essa coisa é desbragada. Isso não pode ser assim, é prejudicial. Isso não pode ser assim. Por exemplo, essa história da mudança do marco da comunicação, isso aí tem que fazer. Aliás, nós já dissemos em editorial que tem que fazer. O que você não pode fazer é, a pretexto de fazer isso, estabelecer o chamado controle social da mídia. Aí é outro problema, aí

a conversa é outra. Aí o que eles querem é poder pegar o meu saco com a torquês. Não vão pegar, não. Mudar o marco, mudar o regime de propriedade de concessão? Ah, tem que mudar. No Brasil é um escândalo isso. Aqui não tem lei, a lei não é respeitada. Qualquer um pode montar um pequeno império e ser um pequeno imperador em qualquer lugar. Basta ter um pouco de dinheiro, não ter nenhum escrúpulo e ter ligação política. Isso é um absurdo. Não pode ter o chamado meio de comunicação cruzado. Esse é o fim e é contra a liberdade. Porque eu pasteurizo o pensamento, pasteurizo a opinião. Isso é perigoso, é realmente perigoso.

GGN: O *Estadão* mantém uma posição de opinar e de tratar de temas nacionais, quer dizer, de ser um jornal que ultrapassa as fronteiras de um jornal estadual, isso se mantém?

ACP: Mantém. A nossa clientela básica está aqui na grande São Paulo. Aliás, isso é um problema de todos os jornais brasileiros, você não tem um único jornal nacional neste país. A *Folha* se diz nacional, mas espera um pouco, você vender cinco mil exemplares no resto do país não é bem ser nacional. O *Globo* nem isso fala porque *O Globo* é um pouquinho mais sério com essas coisas. E ele não precisa. Mas jornal nacional no Brasil não existe. O último que tentou a façanha foi a *Gazeta Mercantil* fazendo aquela brincadeira de impressão em sete, oito lugares diferentes e deu no que deu, faliu. Isso é um problema que se deve à geografia nacional. Geografia e economia, a geoeconomia nacional. E eu não vejo maneiras de se solucionar isso. Muitos e muitos anos atrás eu fiz parte de um grupo que foi montado aqui para tentar fazer um projeto de um jornal nacional. Chegou uma hora que nós tivemos que desistir do projeto. O país não te oferece meios de você fazer isso e você não pode criar esses meios, não tem como. Como é que vou criar meios de distribuição? Para criar meios de distribuição eu tenho que fazer uma companhia de distribuição. Como é que eu vou fazer uma companhia de distribuição desse tipo? Eu não posso fazer uma companhia de transporte aéreo só para transportar jornal. Não tem fortuna que aguento o prejuízo de uma coisa dessas. Então chega uma hora que você desiste. Agora, o que é mais que você queria saber mesmo daí...?

GGN: Em relação à postura, embora não se configure num jornal nacional...

ACP: Pelo seguinte, mesmo que você não tenha venda por atacado, alguns exemplares chegam nas pessoas que interessam, aquela minha brincadeira das oitocentas e tantas pessoas. Esse número, deixa eu te

explicar, você não entendeu a brincadeira, não era para entender mesmo, é o seguinte: é que houve uma ocasião aí que alguém resolveu fazer uma pesquisa para saber quantas pessoas mandavam no Brasil. Depois de feita a pesquisa, descobriram que eram oitocentas e não-sei-quantas pessoas que mandavam no Brasil, era isso. A brincadeira é essa. A gente sabe que essas oitocentas pessoas vão ler o jornal, estejam elas onde estiverem. Ou vão ler no papel ou vão ler na tela. De um jeito ou do outro, elas vão ler. Então é por isso que tem que ter uma “plomb” nacional. E ele tem a preocupação de ser um jornal que represente algo mais do que São Paulo, de fato. Agora não, porque agora tudo isso avacalhou. Mas o *Estadão* já teve uma editoria internacional que era respeitada no mundo inteiro. E não é brincadeira, era no mundo inteiro. O pessoal do *New York Times* chegava aqui, olhava o noticiário internacional do *Estado* e dizia “porra, num país como esse, vocês têm um noticiário internacional desse tipo, e nós não conseguimos fazer isso lá”. Enfim, os tempos mudaram. Hoje você não consegue mais manter correspondente em lugar nenhum, de tão caro que é.

GGN: Imagino. É uma coisa muito melhor pensada, são muito poucos. Você pode ter em lugares estratégicos, não é?

ACP: Escuta, a gente tinha correspondente em todo lugar. Você mencionava um lugar no mundo, a gente tinha correspondente. América Latina inteira, as principais capitais da Europa, nos Estados Unidos três ou quatro, Canadá, Japão. Falava, tinha lá um cara. Hoje uma brincadeira dessa não custa menos do que trinta, quarenta mil dólares por cabeça por mês. Você não pode ter, não tem como. E na hora de você mandar esses trinta, quarenta mil dólares, você tem que pagar o imposto de renda aqui, porque renda é cinquenta por cento no ato. Faz as contas. Não dá. E seja onde for. Pode ser em Hong Kong, pode ser aqui na Argentina. Cinquenta por cento de qualquer jeito. Não dá.

ANEXOS

Os editoriais de *Folha de S.Paulo* e *O Estado de S.Paulo* que compõem o *corpus* seguem em CD. Abaixo, a lista dos textos:

Folha de S.Paulo

- Vítima farsesca 7/3/2010
- Devaneio autocrático 25/3/2010
- Regras demais 25/4/2010
- Espelho do mundo 23/5/2010
- Pai e mãe 19/8/2010
- Tela, rede, papel 20/8/2010
- Censura chavista 20/8/2010
- Abusos da imprensa 23/8/2010
- Escalada persecutória 26/8/2010
- Mistérios de Dilma 27/8/2010
- Lula e a imprensa 1/9/2010
- Debate sem debate 12/9/2010
- Arrogância de sempre 14/9/2010
- A mesma síndrome 19/9/2010
- Todo poder tem limite 26/9/2010
- Mordança 28/9/2010
- Sigiloso tribunal militar 8/10/2010
- Não é boa 10/10/2010
- A fé nos boatos 12/10/2010
- Debate mais claro 14/10/2010
- Sob controle 24/10/2010
- Na reta final 28/10/2010

- Caça ao WikiLeaks 10/12/2010
- Nove décadas 19/2/2011
- Democracia ao contrário 22/2/2011
- TV companheira 25/2/2011

O Estado de S.Paulo

- Ameaça à liberdade de imprensa 3/3/2010
- O que muda e o que permanece 14/3/2010
- Uma obsessão de Lula 26/3/2010
- Lula fala, Chávez faz 28/3/2010
- A mídia entre duas culturas 5/5/2010
- Afastamento tardio 13/5/2010
- Mais censura prévia 15/5/2010
- A Venezuela sob censura 10/6/2010
- Se pegar, pegou 7/7/2010
- Contrabando eleitoral 17/7/2010
- Um ano sob censura 31/7/2010
- O arrocho de Chávez 21/8/2010
- A arma do papel-jornal 26/8/2010
- Republicuetização do país 14/9/2010
- Todo poder ao PT 17/9/2010
- A elite que Lula não suporta 21/9/2010
- O desmanche da democracia 23/9/2010
- O México amedrontado 23/9/2010
- Cerco à imprensa argentina 24/9/2010
- A imprensa no pós-Lula 25/9/2010

- O mal a evitar 26/9/2010
- Mordança por atacado 28/9/2010
- Que, bem ou mal, falem as urnas 3/10/2010
- A implosão do plebiscito 5/10/2010
- Texto, contexto, subtexto 9/10/2010
- A caça ao voto religioso 15/10/2010
- A compulsão fala mais alto 16/10/2010
- As digitais do ‘estilo K’ 19/10/2010
- Uma questão de caráter 22/10/2010
- O aperto dos cravelhas 22/10/2010
- O assédio petista à mídia 24/10/2010
- Agência das versões oficiais 28/10/2010
- A eleição de Dilma Rousseff 2/11/2010
- Sobre regulações e controles 12/11/2010
- Vendendo gato por lebre 22/11/2010
- Afinal, uma boa notícia? 6/12/2010
- Liberdade de imprensa, porém... 11/12/2010
- O balanço de Lula 17/12/2010
- Balanço final 31/12/2010
- A presidente de todos os brasileiros 1/1/2011
- MST, a imagem do atraso 17/1/2011
- Barbárie no Egito 5/2/2011
- A caixa-preta da Petrobrás 7/2/2011
- Dilma e a imprensa livre 23/2/2011