

ERIKA PETTERMANN DA SILVA

ELEIÇÃO PRESIDENCIAL 2006: ANÁLISE DISCURSIVA DOS JORNAIS
IMPRESSOS FOLHA DE S. PAULO E O GLOBO

TAUBATÉ – SP
2007
ERIKA PETTERMANN DA SILVA

ELEIÇÃO PRESIDENCIAL 2006: ANÁLISE DISCURSIVA DOS JORNAIS
IMPRESSOS FOLHA DE S.PAULO E O GLOBO

Dissertação apresentada para obtenção
do Título de mestre pelo Curso de
Linguística Aplicada, do departamento
de Ciências Sociais e Letras da
Universidade de Taubaté.

Área de concentração: Língua Materna

Orientador: Prof. Dr. Robson Bastos da
Silva

TAUBATÉ – SP
2007

FICHA CATALOGRÁFICA

SILVA, Erika Pettermann

Eleição Presidencial 2006: Análise discursiva dos jornas impressos Folha de S. Paulo e O Globo/Erika Pettermann da Silva. – Taubaté – SP. UNITAU, 2007.

119 p. ilu.

1. Dissertação de Mestrado, Programa de Pós-Graduação em Linguística Aplicada da Universidade de Taubaté.
- II. Orientador: Robson Bastos da Silva.
- III. Linguística.
- IV. Título

ERIKA PETTERMANN DA SILVA

EEIÇÃO PRESIDENCIAL 2006: ANÁLISE DISCURSIVA DOS JORNAIS
IMPRESSOS FOLHA DE S. PAULO E O GLOBO

Data: _____

Resultado: _____

COMISSÃO JULGADORA

Profª Drª: _____ INSTITUIÇÃO

Assinatura _____

Profª Drª: _____ INSTITUIÇÃO

Assinatura _____

Profª Drª: _____ INSTITUIÇÃO

Assinatura _____

Profª Drª: _____ INSTITUIÇÃO

Assinatura _____

Ao meu filho, Cauê, minha fonte maior de inspiração. Ao meu noivo, Adriano, quem me incentivou e incentiva bastante a continuar estudando para me tornar uma grande pesquisadora.

AGRADECIMENTOS

Aos meus pais, que sempre me apoiaram e financiaram praticamente toda a educação que adquiri;

Ao meu querido orientador, professor Dr. Robson Bastos, com quem pude aprender muito desde a faculdade de Jornalismo;

Às professoras Elzira Yoko Uyeno e Márcia Mascias, que me apresentaram a Análise do Discurso de Linha Francesa e despertaram em mim a paixão por esta linha de pesquisa;

Aos meus amigos do curso de mestrado, com quem pude, de verdade, dar boas risadas e compartilhar bastante conhecimento;

A todos os funcionários do Curso de Mestrado de Lingüística Aplicada da UNITAU, principalmente à querida Patrícia Nunes Dovigo, pela paciência, amizade e competência;

Aos meus queridos alunos, que são grandes amigos e me ensinam muito;

A todos que, de alguma maneira, colaboraram na realização deste trabalho.

RESUMO

SILVA, Erika Pettermann. Eleição Presidencial 2006: Análise discursiva dos jornais impressos Folha de S. Paulo e O Globo. 2007. Dissertação de Mestrado – Curso de Mestrado em Linguística Aplicada do Departamento de Ciências Sociais e Letras da Universidade de Taubaté, Taubaté SP

Este trabalho propõe-se a apresentar uma análise discursiva dos jornais Folha de S. Paulo e O Globo, durante a eleição presidencial de 2006, para verificar como esses meios de comunicação construíram o seu jogo discursivo nesse período. Para isso, foram analisadas 50 capas do O Globo e 80 da Folha de S. Paulo, de agosto a outubro. Porém, foram separadas 10 edições de cada impresso de forma aleatória devido à quantidade excessiva dos periódicos. A escolha desses jornais ocorreu pelo fato de serem considerados os mais vendidos do país e por pertencerem aos estados de maior influência nacional: Rio e São Paulo. A análise foi feita nas primeiras páginas, pois são vistas não só por leitores dessas mídias, mas por várias pessoas que passam pelas bancas diariamente. Esta pesquisa se fundamenta, principalmente, na teoria da ADF (Análise de Discurso de Linha Francesa), pois esclarece como ocorre o funcionamento dos veículos de comunicação. É, também, a partir da história da imprensa, dos jornais O Globo e Folha, que é possível compreender a relação desses veículos com a verdade, como esses a produzem. Os jornais, aparelhos ideológicos de Estado, divulgam a verdade construída, permitida, por uma classe sempre dominante. Os resultados comprovaram que os dois impressos construíram um discurso para beneficiar determinado candidato e prejudicar outro. Para isso, mascararam os aspectos negativos de um e evidenciaram os do oponente.

Palavras-chave: discurso, ideologia, ADF, aparelhos ideológicos de Estado, classe dominante.

ABSTRACT

SILVA, Erika Pettermann. 2006 - Presidential Election: Discursive analysis of Folha de S. Paulo and O Globo newspapers. 2007. Dissertation of Marter's degree. Course of Master's degree in Applied Linguistics of the Department of Social Sciences and Letters of the University of Taubaté, Taubaté SP.

This work intend to show a discursive analysis of Folha de S. Paulo and O Globo, in the course of presidential election of 2006, to verify how these media built a discursive game in this time. Then 50 cape of Globo and 80 of Folha de S. Paulo was analyzed, between august and October. However, 10 editions were a random separated. The choice of these newspapers is because of these presses are considerate the most sold of Brasil and belong of the bigger importance states of nation: Rio and S. Paulo. This analysis was made in the first page of newspapers, because it can be seen only not its readers, any kind of people that goes to the newsstand everyday. This research use ADF tool (French line of Discourse Analysis), because it can explain how can be performance of these media. Trough press history could be possible understand better the relationship between media and truth, how these presses build this. The newspapers, ideological instrument of State, propagate the built truth, allowed, for always dominant class. The resulted showed that these newspapers built a discourse to benefit a candidate and prejudice the other. Then, these media masked negative aspects about one and evidenced these of opponent concurrent.

Key-words: discourse, ideology, ADF, ideological instrument of State, dominant class.

SUMÁRIO

Introdução.....	11
Capítulo 1 - O discurso.....	13
1.1 Apresentação do capítulo.....	13
1.2 O discurso – sob a perspectiva da ADF (Análise de Discurso de Linha Francesa).....	13
1.3 Ideologia no jornalismo.....	18
1.4 O discurso jornalístico.....	21
Capítulo 2 - Gêneros do discurso.....	25
2.1 Apresentação do capítulo.....	25
2.2 O conceito de Gênero do discurso.....	25
2.3 1ª página do jornal (Capa).....	28
Capítulo 3 - Imprensa – História.....	31
3.1 Apresentação do capítulo.....	31
3.2 História da Imprensa.....	31
3.3 Imprensa Nacional.....	34
3.4 Imprensa Nacional – século XX.....	37
3.5 O Globo e Folha de S. Paulo – História.....	42
Capítulo 4 -Análise e Metodologia.....	48
4.1 Apresentação do capítulo.....	48
4.2 Análise das capas do jornal Folha de S. Paulo.....	50
4.3 Análise das capas do jornal O Globo.....	73
Conclusão.....	94
Referências.....	96
Anexos	99

LISTA DE TABELAS E GRÁFICOS

Tabela 1 – Os maiores jornais brasileiros em circulação – 2005-----48

Gráfico 1 - Resultado estatístico das edições analisadas do jornal Folha de S.
Paulo-----51

Gráfico 2 – Resultado estatístico das edições analisadas do jornal O Globo---73

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Capa da Folha de S. Paulo do dia 8 de agosto.....	53
Figura 2 – Capa da Folha de S. Paulo do dia 9 de agosto.....	55
Figura 3 – Capa da Folha de S. Paulo do dia 28 de agosto.....	57
Figura 4 – Capa da Folha de S. Paulo do dia 9 de setembro.....	59
Figura 5 – Capa da Folha de S. Paulo do dia 11 de setembro.....	61
Figura 6 – Capa da Folha de S. Paulo do dia 23 de setembro.....	63
Figura 7 – Capa da Folha de S. Paulo do dia 26 de setembro.....	65
Figura 8 – Capa da Folha de S. Paulo do dia 27 de outubro.....	67
Figura 9 – Capa da Folha de S. Paulo do dia 02 de outubro.....	69
Figura 10 – Capa da Folha de S. Paulo do dia 11 de outubro.....	71
Figura 11 – Capa do O Globo do dia 01 de agosto.....	75
Figura 12 – Capa do O Globo do dia 11 de agosto.....	77
Figura 13 – Capa do O Globo do dia 12 de agosto.....	79
Figura 14 – Capa do O Globo do dia 29 de agosto.....	81
Figura 15 – Capa do O Globo do dia 02 de setembro.....	83
Figura 16 – Capa do O Globo do dia 6 de setembro.....	85
Figura 17 – Capa do O Globo do dia 30 de setembro.....	87
Figura 18 – Capa do O Globo do dia 23 de outubro.....	89
Figura 19 – Capa do O Globo do dia 24 de outubro.....	91
Figura 20 – Capa do O Globo do dia 28 de outubro.....	92

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 – FOLHA – 8 de agosto.....	100
Anexo 2 – FOLHA – 9 de agosto.....	101
Anexo 3 – FOLHA – 28 de agosto.....	102
Anexo 4 – FOLHA – 9 de setembro	103
Anexo 5 – FOLHA - 11 de setembro.....	104
Anexo 6 – FOLHA- 23 de setembro.....	105
Anexo 7 – FOLHA – 26 de setembro.....	106
Anexo 8 – FOLHA – 27 de setembro.....	107
Anexo 9 – FOLHA – 02 de outubro.....	108
Anexo 10 – FOLHA – 11 de outubro.....	109
Anexo 11 – O GLOBO – 01 de agosto.....	110
Anexo 12 – O GLOBO – 11 de agosto.....	111
Anexo 13 – O GLOBO – 12 de agosto.....	112
Anexo 14 – O GLOBO – 29 de agosto.....	113
Anexo 15 – O GLOBO – 02 de setembro.....	114
Anexo 16 – O GLOBO- 6 de setembro.....	115
Anexo 17 – O GLOBO – 30 de setembro.....	116
Anexo 18 – O GLOBO – 23 de outubro.....	117
Anexo 19 – O GLOBO – 24 de outubro.....	118
Anexo 20 – O GLOBO – 28 de outubro.....	119

1. INTRODUÇÃO

Os meios de informação têm sido, cada vez mais, tema de importantes discussões na sociedade contemporânea. Por isso, os veículos de comunicação têm norteado diversas pesquisas a fim de compreender seus efeitos junto à massa receptiva, ou seja, seus interlocutores. No que tange, especificamente, ao jornalismo, há uma tendência em analisá-lo em vários aspectos, desde seu formato, discurso, à empresa na qual está inserido.

De acordo com vários pesquisadores, como Karam (2004), Melo (2003), Hernandez (2006), Guareschi (2004), isso ocorre por causa de os jornais, sejam eles impressos, televisivos, auditivos, digitais, atenderem aos seus interesses como empresa jornalística. Assim, muitas vezes, a ética desses meios midiáticos é até questionada.

Cada jornal impresso tem uma linha editorial e os jornalistas precisam segui-la na prática do seu trabalho. Na verdade, o repórter corre pela busca de informações, pesquisa em diversas fontes, mas segue uma pauta, a qual lhe foi destinada para a realização das notícias e reportagens. No entanto, o que pretende publicar tem que passar pelo editor de redação e este dá consentimento ou não da publicação do material que deverá circular na mídia.

De acordo com Mattos (2005), o motivo disso está atrelado aos interesses do jornal como empresa, e se isso ocorre, a linha editorial está preocupada com seus anunciantes e “patrocinadores”. Afinal, não conseguiriam sobreviver somente com as assinaturas dos leitores e as vendas nas bancas, pois o Brasil ocupa a 55ª posição no que diz respeito ao índice de exemplares por mil habitantes, atrás de países como Grécia Equador, Bulgária e Hungria.

Assim, se cada jornal atende a uma linha editorial e esta pode estar presa a interesses também políticos, é importante verificar o jogo discursivo que os impressos Folha de S. Paulo e O Globo construíram durante o período eleitoral.

Dessa forma, o objetivo desta pesquisa é analisar a construção do jogo discursivo das 1^{as} páginas (capas) dos jornais impressos de maior circulação do país, Folha de S. Paulo e O Globo, durante o período de eleição presidencial de 2006, sob a perspectiva da Análise de Discurso de linha francesa. Foram analisadas 80 edições da Folha de S. Paulo no período de agosto a outubro e 50 do O Globo no mesmo período.

No entanto, para este trabalho foram selecionados de forma aleatória somente dez impressos de cada empresa jornalística, devido ao excesso de informação coletada. Preferiu-se observar as primeiras páginas, pois são vistas não só por leitores dessas mídias, mas por várias pessoas que passam pelas bancas diariamente.

Escolher a análise do discurso de linha francesa para investigar o *corpus* da pesquisa foi necessário, pois, por essa, é possível analisar os jornais Folha de S. Paulo e O Globo pela ótica da lingüística, história e psicanálise. Afinal, essa teoria é uma das mais indicadas para analisar um discurso com profundidade.

A divisão da pesquisa foi feita em quatro capítulos. O primeiro é sobre a fundamentação teórica e foi dividido da seguinte maneira: O discurso; Apresentação do capítulo; O discurso – sob a perspectiva da ADF (Análise de Discurso de linha Francesa); Ideologia no jornalismo; O discurso jornalístico.

O segundo, sobre gênero discursivo, foi elaborado em três partes: Apresentação do capítulo; O conceito de Gênero do Discurso; 1ª página do jornal (Capa).

O terceiro foi construído para mostrar a história do jornalismo. Assim, essa está dividida em quatro partes: A história da imprensa; A história da imprensa nacional; A história da imprensa no século XX, O Globo e Folha de S. Paulo - história. A escolha de elaborar esse capítulo a partir da história é por que “a constituição de uma lingüística do discurso se inscreve na história” (ROBIN, apud PÊCHEUX, 1997, p. 69).

No quarto capítulo, foi feita a análise do *corpus* da pesquisa. Esta foi dividida em: Análise e Metodologia; Apresentação do capítulo; Análise das primeiras páginas dos jornais Folha de S. Paulo; Análise das primeiras páginas dos jornais O Globo. Os resultados comprovaram que, a partir do que foi exposto nas capas desses jornais, os dois impressos construíram um discurso para beneficiar determinado candidato e prejudicar outro. Para isso, mascararam os aspectos negativos de um e evidenciaram os do oponente.

CAPÍTULO 1 -O DISCURSO

1.1. APRESENTAÇÃO DO CAPÍTULO

Este capítulo pretende mostrar como ocorre o funcionamento de um discurso a partir da ADF (Análise de Discurso de linha Francesa). Essa linha de pesquisa se propõe a explicar: como acontece o processo de elaboração de um discurso; como o sujeito é interpelado por esse; como as formações discursivas interferem na construção do que é dito (ORLANDI, 2005); como o sujeito é assujeitado por uma *Ideologia* (PÊCHEUX, 1988). Além disso, o estudo da genealogia da história, dos regimes de verdade e das classes dominantes (FOUCAULT, 2004), possibilita na compreensão de como funcionam os aparelhos ideológicos de Estado (ALTHUSSER, 2003), como o jornal, por exemplo, que é material dessa pesquisa. Esse item propõe mostrar também como a ideologia interfere no mecanismo do jornalismo e como é construído o discurso jornalístico.

1.2 O DISCURSO – SOB A PERSPECTIVA DA ADF (Análise De Discurso De Linha Francesa)

O estudo do discurso, segundo Orlandi (2005, p.43), está relacionado à maneira como a linguagem e a ideologia se articulam. O discurso se constitui a partir do que o sujeito diz. Esse dizer “se inscreve numa formação discursiva, e não em outra, para ter um sentido, e não, outro”. Assim as palavras só produzem sentido porque estão inscritas nas formações discursivas. Na verdade, o sujeito, aquele que produz o discurso, é constituído de diversas formações discursivas. Essas representam no discurso várias formações ideológicas. Dessa forma, os sentidos são sempre determinados ideologicamente. Tudo o que o sujeito fala apresenta um traço ideológico em relação a outros traços ideológicos. Isto, de fato, não está nas

palavras, e sim, na discursividade. Isto implica que a ideologia produz seus efeitos no discurso, pois ela se materializa nele.

Orlandi (2005) ainda afirma que o discurso é considerado como um estado de um processo discursivo mais amplo, ininterrupto. Não há desse modo, começo absoluto nem ponto final para o discurso. Um dizer é imbricado aos dizeres realizados, imaginados ou possíveis.

O sujeito, de acordo com Orlandi (2005, p.40), diz a partir de como é constituído e o discurso que produz está diretamente relacionado a uma conjuntura sócio-histórica. Assim, o que é dito, só pode ser dito se seguir regras, pois são essas que permitem ao sujeito passar da situação para a posição. Afinal, as condições de produção discursiva “implicam o que é material (a língua sujeita a equívoco e a historicidade), o que é institucional (a formação social, em sua ordem) e o mecanismo imaginário”.

Pêcheux (1988, p.123) fala sobre o conceito que formulou sobre formações imaginárias. Esse mostra que o sujeito que fala tem dois horizontes imaginários se deslocando na enunciação dirigida a outro sujeito, refletindo sobre ele mesmo e sobre o outro. Primeiro, pergunta-se “quem sou eu para lhe falar assim?” (“que posição ocupo”), depois “quem é ele para que eu lhe fale assim?” (“que lugar ele ocupa”). O próprio sujeito lida com outros dois horizontes sobre si mesmo e sobre quem lhe fala, perguntando-se “quem sou eu para que ele fale assim?”

A regra do discurso, para Foucault (2006), se define a partir dos indivíduos que falam, pois esses ocupam determinadas posições e formulam determinado tipo de enunciados. Essa regra define os gestos, os comportamentos, as circunstâncias, e todo o conjunto de signos que devem acompanhar o discurso. Ela fixa a eficácia suposta ou imposta das palavras, seu efeito sobre aqueles aos quais os discursos são direcionados, os limites de seu valor de coerção. O que é dito não pode ser separado da regra, pois esta determina para os sujeitos que falam propriedades singulares e papéis pré-estabelecidos.

O que há no discurso são as relações de forças, pois o sujeito fala a partir do lugar que ocupa. Os discursos são hierarquizados, “são relações de força, sustentadas no poder desses diferentes lugares, que se fazem valer na comunicação”. (Orlandi, 2005,p.40)

Dessa forma, o discurso é dito por sujeitos, esses são constituídos por várias formações discursivas, e quando ele é produzido, precisa seguir regras, que estão relacionadas com a posição que o sujeito ocupa. Além disso, segundo Pêcheux (1988), o sujeito é sujeito de uma classe dominante, na verdade, ele é interpelado pela ideologia desta, para que se produza o dizer, não há como aquele se separar dessa.

O conceito de ideologia, para Pêcheux (1988, p.152), está intrinsecamente relacionado com a história da luta de classes. Dessa forma, afirma que o significado dessa história “é a reprodução/transformação das relações de classes – com os caracteres infra-estruturais (econômicos) e superestruturais (jurídico-políticos e ideológicos) que lhes correspondem. É no interior desse processo “natural – humano” da história que a Ideologia é eterna.”

Já que o sujeito é incondicionalmente interpelado pela Ideologia, e esta se refere à história da luta de classes, ela está diretamente, então, ligada à classe dominante. Segundo Foucault (2004), as classes dominam as classes e é assim que nasce a idéia de liberdade. Em cada momento da história, a dominação se fixa por uma regra; aquela impõe obrigações e direitos.

Foucault (2004, p.7) utiliza o conceito de genealogia, a partir do estudo que fez dos textos de Nietzsche, para explicar o jogo casual das dominações. Assim, denomina que aquela é “uma forma de história que dê conta da constituição dos saberes, dos discursos, do domínio de objeto (...)”.

Os dominadores podem ser dominados pelas próprias regras que criaram, acrescenta Foucault (2004, p.25), pois “o grande jogo da história será de quem se apoderar das regras, de quem tomar o lugar daqueles que a utilizam, de quem se disfarçar para pervertê-las, utilizá-las ao inverso (...)”.

A partir disso, pode-se afirmar que a classe dominante não é para sempre dominante, ela pode inverter de papel com a dominada. Apesar das mudanças de posição, nunca deixará de existir uma classe que domina e outra que é dominada.

O sujeito é dominado pela Ideologia, já se sabe que esta é a da classe dominante, mas é, ao mesmo tempo, “assujeitado” não só por essa, mas também pelo seu inconsciente, de acordo com Pêcheux (1989). Na verdade, o discurso que o sujeito reproduz pode ser um interdiscurso ou um intradiscurso.

Para Pêcheux (1988) e Orlandi (2005), o sujeito é atravessado pela linguagem e pela história. O discurso que produz está diretamente relacionado com as suas formações discursivas, ou seja, com as suas memórias discursivas. Isso é um interdiscurso. Na verdade, o que o sujeito discursa é “já-dito”, ele repete, reproduz a partir de paráfrases. Além disso, no que diz, há um discurso polissêmico. O que ocorre é que o sujeito tem a ilusão de que o que está discursando é algo que está dizendo pela primeira vez, mas, na verdade, é repetição. O interdiscurso também pode ser chamado de esquecimento nº1, que, segundo Pêcheux (1988, p.162), é “todo complexo com dominante das formações discursivas”.

Já o esquecimento nº2, também chamado de intradiscurso, de acordo com Pêcheux (1988), é o discurso do inconsciente, afinal o indivíduo é interpelado como sujeito pela Ideologia e também pelo inconsciente.

Com a afirmação de Althusser (2003, p. 104): “(...) o indivíduo é interpelado como sujeito (livre) para livremente submeter-se às ordens do Sujeito, para aceitar, portanto (livremente) sua submissão (...)”, Pêcheux (1988, p. 133) observa que:

Se acrescentarmos, de um lado, que esse sujeito, com S maiúsculo – sujeito absoluto e universal -, é precisamente o que J. Lacan designa com o Outro (Autre, com A maiúsculo) e; de outro lado, que sempre de acordo com a formulação de Lacan. “O inconsciente é o discurso do Outro”, podemos discernir de que modo o recalque inconsciente e o assujeitamento ideológico estão materialmente ligados, sem estar confundidos, no interior do que se poderia designar como o processo Significante na interpelação e na identificação, processo pelo qual se realiza o que chamamos as condições ideológicas da reprodução/transformação das relações de produção.

Dessa forma, é possível afirmar que a ideologia está para o sujeito assim como o inconsciente também está para o sujeito. A importância do inconsciente, de acordo com Pêcheux (1988), é que o sujeito também está diretamente relacionado com esse, pois o intradiscurso, ou esquecimento nº2, é o discurso do inconsciente lacaniano, que é expresso por significantes lingüísticos.

O discurso do inconsciente se manifesta por chistes, atos falhos, escapes, sintomas, parapraxias, afirma Longo (2006). Além disso, o sujeito-falante é sempre sujeito a ele, não há como controlar a sua forma de se expressar. O inconsciente, para Lacan (apud VARNIER 2005), é, na verdade, o Real. A este, o sujeito não tem acesso totalmente, e sim, à parte deste. Isso ocorre somente quando

o sujeito-falante discursa a partir dos deslizes. Dessa forma, o discurso do inconsciente, ou intradiscurso, não é controlado pelo sujeito.

O discurso do inconsciente que o sujeito reproduz é o discurso do Outro (PÊCHEUX, 1988). Esse discurso, de acordo com Elia (2004) está relacionado com o Outro da psicanálise, que mora no inconsciente e se instaura no sujeito desde que é bebê. Segundo Lacan (apud ELIA, 2004, p.39), o Outro (com “o” maiúsculo) é para “designar não apenas o adulto próximo de que fala Freud, mas também a ordem de que este adulto encarna para o recém-aparecido na cena de um mundo já humano”.

Assim, o intradiscurso é o discurso do inconsciente e o interdiscurso é o discurso que é reproduzido conforme as formações discursivas do sujeito. O sujeito, quando produz o esquecimento nº 1, faz isso seguindo sempre a regra referente à posição ocupada por ele. Esse sujeito-falante, também produz seu discurso a partir da ideologia que o interpela, que é a da classe dominante.

O discurso está relacionado também com o poder. Esse é representado por uma classe dominante. Assim, essa classe controla o discurso da sociedade de um modo geral. Ela utiliza os aparelhos ideológicos de Estado para difundir a sua ideologia, o seu discurso, afirma Foucault (2004).

Assim, segundo Foucault (2004, p.12), a verdade produzida pelos intelectuais, pelos cientistas, por homens de saber, é aquela permitida pela classe dominante. Dessa forma, “a verdade não existe fora do poder (...). Cada sociedade tem seu regime de verdade, sua “política geral” de verdade: isto é, os tipos de discursos que ela acolhe e faz funcionar como verdadeiros”.

Ainda Foucault (2004, p.14) afirma que a verdade é o poder, o que há é um jogo de verdade/poder. “A “verdade” está circularmente ligada a sistemas de poder, que a produzem e apóiam, e a efeitos de poder que ela induz e que a reproduzem. “Regime” de verdade”.

A verdade, como já dita por Foucault, é inerente ao poder, pois a classe dominante a controla e a reproduz nos aparelhos ideológicos de Estado (ALTHUSSER, 2003). Se isso ocorre, o jornal, como é um aparelho ideológico de Estado, é também responsável pela reprodução do saber/ verdade/poder.

1.3 IDEOLOGIA NO JORNALISMO

Os jornais, independente de serem impressos, televisivos, auditivos, digitais, funcionam como empresa, isto é, trabalham para produzir um produto que será vendido para um público específico. No caso da imprensa, o seu produto é a informação, que será veiculada para um determinado “target”. No entanto, o público quem usufruirá desse bem, não paga diretamente à empresa. Na verdade, quem gera recursos financeiros para a mídia são os anunciantes e os patrocinadores.

De acordo com Mattos (2005), no Brasil, não apenas objetivos econômicos, mas também as considerações e as práticas políticas do Estado têm exercido, ao longo da história, uma função dominante no desenvolvimento dos meios de comunicação de massa e da indústria publicitária, bem como na seleção e tratamento dos conteúdos que veiculam.

Na verdade, os jornais estão presos a uma ideologia. Essa, de acordo com Pêcheux (1997, p24), “é um processo que produz e mantém as diferenças necessárias ao funcionamento das relações sociais de produção em uma sociedade dividida em classes”. Afinal, a ideologia está atrelada à luta de classes, ela é a da classe dominante.

Quem trabalha no meio jornalístico, de acordo com Melo (2003), sabe que os profissionais dessa área não escapam ao controle da linha editorial do veículo ao qual prestam serviço. Esta é uma política predeterminada pela direção do veículo de comunicação. O que vai ser divulgado pelo jornal é selecionado, essa seleção é feita pela visão da empresa jornalística.

Como o sujeito jornalista trabalha numa empresa, ele tem de seguir a linha editorial dessa, que sempre está presa a uma ideologia e esta pode pertencer à da classe dominante. Assim, uma formação ideológica de acordo com Fiorin (2006, p.32), “impõe o que pensar, uma formação discursiva impõe o que dizer. Há uma formação social, tantas formações ideológicas. Não devemos esquecer-nos de que assim como a ideologia dominante, o discurso dominante é o da classe dominante”.

A imprensa pode ser considerada um Aparelho Ideológico de Estado, da classe dominante, assim, chega a sucumbir às imposições dessa. Segundo Althusser (2003,

p.71), se for considerada que a classe dominante detém o poder do Estado, (de forma clara ou, mais freqüentemente por alianças de classes ou frações de classes) e que dispõem, portanto, do Aparelho (repressivo) do Estado, pode-se, então, admitir que a mesma classe dominante seja ativa nos Aparelhos Ideológicos de Estado.

Seguindo o pensamento de Althusser, o jornal pode ser considerado um Aparelho Ideológico e estar preso à classe dominante, então, o veículo de informação não tem liberdade para divulgar o que quer.

(...) Não apenas o aparelho do Estado contribui para a sua própria reprodução (existem no Estado capitalista as dinastias políticas, as dinastias militares, etc) mas também, e sobretudo o Aparelho de Estado assegura pela repressão (da força física mais brutal às simples ordens e proibições administrativas, à censura explícita ou implícita, etc.) as condições políticas do exercício dos Aparelhos Ideológicos do Estado. (ALTHUSSER, 2003, p. 104)

De acordo com Pêcheux (1988, p.145), os aparelhos ideológicos de Estado constituem o lugar e as condições ideológicas de transformação das relações de produção, “é pela instalação dos aparelhos ideológicos de Estado, nos quais a ideologia da classe dominante é realizada e realiza-se, que ela se torna dominante...”.

Dessa forma, o público-alvo dos grandes meios de informação tem a ilusão de estar recebendo um produto sem filtro, sem interferências, ou seja, sem influências, sem censura, mas pode, de fato, estar sucumbindo também às ordens da classe dominante. Afinal, o interlocutor é um “indivíduo que é interpelado como sujeito (livre) para livremente submeter-se às ordens do Sujeito, para aceitar, portanto (livremente) sua submissão, para que ele “realize por si mesmo” os gestos e atos de sua submissão.” (ALTHUSSER, 2003, p.104)

Conforme a teoria dos Aparelhos Ideológicos do Estado (ALTHUSSER, 2003), o jornal atende à ideologia da classe dominante. Mas é possível transpor essa teoria para a atual sociedade capitalista, em que megaempresas fazem parte da ideologia dominante. Assim, os meios de comunicação têm o interesse em atender a essa classe, não se restringindo apenas ao apoio dos governos: municipal, estadual e federal.

A notícia ou reportagem podem sofrer modificações. Chareaudeau (2006, p. 242) mostra que o “acontecimento em estado bruto sofre uma série de transformações – desde o seu surgimento. Quer seja – na melhor das hipóteses – percebido diretamente por jornalistas ou relatado por intermediários (testemunhas, agências de

imprensa, documentos), já é objeto de uma interpretação”. Além disso, após a informação entrar na empresa noticiosa, há ainda de passar por um processo de filtragem, que “ao entrar na máquina de informar, passa por uma série de filtros construtores de sentidos, e o relato resultante, assim como seu comentário, escapam à intencionalidade de seu autor.”

O jornalista, sujeito do discurso que produz, precisa transmitir informações de acordo com a linha editorial da empresa que representa. Quando isso não acontece, “são inevitáveis as soluções cirúrgicas (demissões, punições), além do rápido acionamento de mecanismo de retificação”. (MELO, 2003, p.77)

A partir das palavras de Orlandi (2005, p.53), pode-se compreender como o sujeito se posiciona diante do seu discurso:

Ao dizer, o sujeito significa em condições determinadas, impelido, de um lado, pela língua e, de outro, pelo mundo, pela sua experiência, por fatos que reclamam sentidos, e também por sua memória discursiva, por um saber/poder/dever dizer, em que os fatos fazem sentido por se inscreverem em formações discursivas que representam no discurso as injunções ideológicas. (ORLANDI, 2005, p. 53)

Dessa forma, o autor-sujeito não é transparente, há nele diversas formações discursivas, e muitas vezes este tem a ilusão de estar falando como quer, mas na verdade, está repetindo o que pode dizer, pois ocupa sempre um lugar. No caso do jornalista, dentro da empresa em que trabalha, é um sujeito-assujeitado dessa, pois “o Sujeito “se faz lembrar” aos sujeitos e os determina a ser o que são, a agir como agem (e em particular, a falar como falam)” (PÊCHEUX, 1988, p. 272).

Segundo Carmagnani (1996), o sujeito tem a ilusão de ser a única fonte do seu dizer, tem a ilusão da objetividade da linguagem, acreditando que, ao separar suas palavras das do outro, confirma o controle sobre o seu dizer, bem como é consciente dos limites entre o que lhe pertence e o que pertence ao outro.

No caso do jornal, Carmagnani (1996, p.334) ainda afirma que impõem-se regras, homogeneízam-se as formas de apresentação, registros lingüísticos, proíbem-se “certas” palavras consideradas inadequadas (ou “politicamente incorretas”) e assim por adiante. Porém, por ser constitutiva a heterogeneidade não pode ser eliminada, apenas mascarada.

A teoria de Althusser sobre Aparelhos Ideológicos de Estado mostra como o jornal atende às ordens da classe dominante. Na verdade, a mídia, de um modo geral, segue uma ideologia e esta pode estar presa à do Estado. Assim, o jornalista, sujeito que transmite informações, que produz um discurso controlado pela linha editorial do jornal, pode estar sucumbindo à ideologia de uma classe dominante.

1.4 O DISCURSO JORNALÍSTICO

Os meios de comunicação de massa, de acordo com Bahia (1990, p.1997), têm um compromisso com a sociedade: de transmitir fatos que sejam verdadeiros. Este é o papel da imprensa. “A imprensa deve ser tão exata quanto responsável. Em ambas as condutas costuma repousar a qualidade da informação. Quanto maior a exatidão da notícia e quanto mais for responsável o veículo, maior será a credibilidade de quem a emite”.

Para Traquina (1993, p. 168), as pessoas lêem as notícias como índice do real, elas acreditam que os jornalistas não produzirão um texto que irá violar a fronteira que separa o que é real do que é fictício. Na verdade, “é a existência de um “acordo de cavalheiros” entre jornalistas e leitores pelo respeito dessa fronteira que torna possível a leitura das notícias enquanto índice do real e, condena qualquer transgressão como crime”.

Conforme o que colocaram os dois teóricos da área jornalística, o que os veículos de comunicação transmitem precisa ser verdade, pois esses meios têm um compromisso com a sociedade. Caso não cumpram com o seu principal objetivo, que é o de transmitir a verdade, os jornais correm o risco de perder a credibilidade.

No entanto, segundo Hernandez (2006, p.27), os jornais sempre retratam realidades filtradas, resultado de um processo com três fases: “pinçamento ou escolha do que é considerado “relevante”; remontagem dos pontos que interessam para criar uma sensação de realidade e verdade; e esquecimento ou negação do que é notado como

inoportuno ou desimportante na situação retratada”. Dessa forma, não existe nenhuma forma de falar de fatos de maneira isenta.

Observando o que foi dito acima, é inegável a existência de filtragem, de isenção na confecção do que será veiculado no jornal. Há uma seleção, de acordo com Melo (2003), para a montagem do produto que será vendido: a opção das fontes (pauta de um jornal), o que essas afirmam; a imagem, fotografia escolhida, entre outras escolhas. Para isso sempre há uma intenção.

Seguindo o mesmo pensamento, Karam (2004, p. 179) a parte significativa da compreensão dos fatos está não apenas em seu relato, mas na seleção das fontes, dos porta-vozes, na escolha de parte das declarações sobre um acontecimento. É assim que a retórica jornalística está indissolivelmente ligada à semântica e à ideologia. “A objetividade, que realmente existe, é subsidiada pela intervenção subjetiva, seja na cobertura do fato, seja na versão do acontecimento”.

Acreditando também na impossibilidade de um discurso de produção da verdade sem processo de seleção, filtragem, Lopes (2004, p. 117) revela que os fatos noticiados são selecionados a partir do conjunto de crenças e desejos que o jornalista apresenta. Na verdade, não se trata de um trabalho individual, “como se sabe, o jornalista moderno trabalha com equipes hierarquizadas que resselecionam e reconstróem o produto do trabalho jornalístico, decidindo o quê e como deve ser noticiado”. Esse trabalho, que vai da coleta da informação até a sua divulgação, consiste em uma construção social, em que emissores terão de considerar os receptores, sob a pena de produzirem notícias sem qualquer aprovação do público. “Isto não é muito distinto do mito da isenção, neutralidade e objetividade dos ‘bons jornalistas’”.

Assim, o que os jornalistas fazem, na verdade, é um recorte da realidade, pois “os jornais também procuram persuadir o público-alvo de que o recorte da realidade que efetuam ao noticiar é a própria realidade, lançando mãos de diálogos, fotografias, filmagens e outras possibilidades de concretude discursiva”. (HERNANDES, 2006, p. 32)

Melo (2003) afirma que o jornal não produz um discurso totalmente real, e sim, parte da realidade. Afinal, a empresa tem sempre uma linha editorial, cujos profissionais não podem escapar daquilo que a instituição determina, pois podem se

comprometer. Dessa forma, os proprietários dos meios de comunicação são quem controlam o que vai ser divulgado em cada edição.

De acordo com Hernandes (2006, p.29), o que as empresas de jornalismo atual fazem é determinar o que é importante saber e dar presença a certos aspectos da realidade, e não, a outros. Além disso, essas apresentam sobre situações, atos e seus personagens, uma versão sobre certos acontecimentos. Assim, “um jornal pode ser entendido como um texto que materializa e congela, numa coordenada espaço temporal específica, o recorte da realidade que um grupo social faz e julga mais conveniente legitimar para uma camada social mais ampla”.

Apesar de o público-alvo não perceber esse recorte, há sempre, então, profissionais que sabem da necessidade deste. Enxergam que a informação veiculada é um produto, em que os anunciantes se interessam pelo espaço midiático devido à grande potência de circulação daquele. Diante desse aspecto, Sá (apud DINES, 1997, p. 159) afirma que “a imprensa que temos hoje é muito ruim, erra demais, é bastante tendenciosa”.

Para Guareschi (2004, p.19), em uma sociedade como atual, perpassada pelos conflitos de classes sociais em constante confronto para a promoção, defesa e manutenção de interesses, é ingenuidade pensar numa verdade abstrata ou numa informação objetiva que obedecem às regras da verdade moral. “O que existe é uma verdade parcial, alicerçada em evidências e interesses partidários e classistas. Como consequência, a comunicação e a informação que se recebem são expressões de poder”.

Segundo Pêcheux (apud ORLANDI, 1999), o discurso pertence a um sistema de normas nem puramente individuais nem globalmente universais, mas que deriva da estrutura de uma ideologia política. O que o sujeito diz corresponde a um certo lugar no interior de uma formação social dada. Assim, o jornalista, falando do local que ocupa, precisa atender às regras da empresa em que trabalha. O discurso que irá transmitir, isto é, reproduzir, segue uma estrutura, uma norma. Afinal, não se pode dizer o que não é permitido. O saber do sujeito-jornalista e a sua verdade são controlados pelo poder da instituição jornalística que atende a uma classe dominante.

O discurso que o jornalista transmite obviamente deve ser inerente à linha editorial do jornal. O que o jornalista produz é um recorte da realidade, de acordo com

o que os pesquisadores afirmaram acima. A verdade, então, produzida pelos meios de comunicação é parcial, controlada, recortada e distribuída. Afinal, o jornal, segundo a teoria da análise de discurso de linha francesa, é um aparelho ideológico de Estado. Assim, de acordo com Foucault (2004), a verdade que esses aparelhos transmitem é a que interessa à classe dominante, essa é a sua própria ideologia. Isso lhe assegura mais poder. Assim, a verdade é sempre controlada.

CAPÍTULO 2 - GÊNEROS DO DISCURSO

2.1 APRESENTAÇÃO DO CAPÍTULO

Neste item, há a apresentação do que são gêneros do discurso, sob uma perspectiva de que esses não se reduzem somente a formas e estruturas. Afinal, Bakhtin (2003) mostra que esses são complexos, pois envolvem aspectos lingüísticos, discursivos, sócio- interacionais, históricos, entre outros. Nesse capítulo, há outros lingüistas que mostram a definição de gêneros, que é construída a partir dos propósitos de Bakhtin, como Rodrigues (2005), Marcuschi (2005), Bonini (2002), Faraco. Seguindo essa conceituação de gêneros discursivos, há ainda nesse item, os gêneros que são encontrados no jornalismo, evidenciando quais desses compõem a primeira página de um jornal (capa).

2.2 O CONCEITO DE GÊNERO DO DISCURSO

De acordo com Bonini (2002), uma concepção inovadora sobre identidade dos textos passou a surgir em meados do século XX, o responsável por isso foi Mikhail Bakhtin. Este filósofo da linguagem passa a utilizar o conceito de gênero do discurso para mostrar que os textos possuem identidades específicas. Segundo Bakhtin (2003, p.282), “todos os enunciados possuem formas relativamente estáveis e típicas de construção do todo”.

O gênero do discurso, conforme Bonini (2002, p.15), é, na verdade, apresentado como a forma do enunciado, que é uma unidade básica da comunicação,

delimitada pelas trocas comunicativas entre os interlocutores. O enunciado, “embora apresente regras de estruturação, não é, para o autor, uma forma lingüística, dado que só existe como função do ato comunicativo considerado no seu todo pela íntima relação com o falante”.

Bakhtin (2003) afirma que os enunciados, isto é, gêneros do discurso, são produzidos por inúmeros falantes pertencentes às diversas esferas sociais, em diferentes situações. O conteúdo, o estilo, a construção composicional estão intrinsecamente ligados no todo do enunciado e são determinados pela exclusividade de um determinado campo da comunicação.

Bonini (2002, p. 169) considera que o conceito de gênero diz respeito à forma e aos conteúdos característicos de um texto, aos propósitos comunicativos que encerram e ao seu percurso social. Este apresenta algumas características para definir gênero discursivo: “representar eventos comunicativos; servir a certo conjunto de propósitos comunicativos; apresentar variação de prototipicidade entre seus exemplares; apresentar um nome específico dentro de uma comunidade discursiva”.

É possível identificar um gênero pela sua estrutura, de acordo com Marcuschi (2005, p. 19), porém não se deve dizer que os gêneros possuem características inflexíveis, invariáveis. Afinal, estão dentro de uma estrutura cultural, social e histórica, e essas dimensões estão em constantes transformações. Dessa forma, “como a língua varia, também os gêneros variam, adaptam-se, renovam-se e multiplicam-se”.

Há infinitas possibilidades, de gêneros do discurso, ou seja, de enunciados que um falante pode produzir, de acordo com Bakhtin (2003). Estes podem ser orais ou escritos, se tornam mais ou menos complexos de acordo como se manifestam. Os gêneros do discurso, na verdade, podem ser primários ou secundários. O primeiro é referente à natureza de enunciados mais simples, se constituem na comunicação discursiva imediata, no âmbito da ideologia do cotidiano. Já os secundários surgem nas condições de uma comunicação mais complexa, “no âmbito das ideologias formalizadas e especializadas, que uma vez constituídas, medeiam as interações sociais: na esfera artística, científica religiosa, jornalística, escolar, etc”, como afirma Rodrigues (2005, p. 169).

Alguns gêneros apresentam uma organização e funções bastante estáveis, aqueles que estão relacionados à esfera da vida, como Marcuschi (2005), por exemplo

mostra: entrevistas políticas, sermão, arguição de tese. Outros, ligados à esfera privada, possuem menor estabilidade formal, como notícias jornalísticas, reportagens.

Quando Bakhtin se refere aos enunciados, Rodrigues (2005, p.164) afirma que esses não são simplesmente seqüências textuais, nem o resultado de uma taxionomia ou princípio de classificação científica, e sim, apresentam traços comuns, que se constituíram historicamente, pelos falantes, em uma interação relativamente estável. Na verdade, “cada gênero está vinculado a uma situação social de interação, dentro de uma esfera social; tem sua finalidade discursiva, sua própria concepção de autor e destinatário”. Assim, não dá para separar o que o falante diz de como ele é constituído historicamente. Por isso, o conceito de enunciado não pode estar desvinculado do que o falante produz, sem enxergá-lo como uma pessoa que também é constituída historicamente, em que esfera produz o enunciado e para quem este é produzido. Afinal, “cada esfera, com sua função socioideológica particular e suas condições concretas específicas, historicamente formula na/para a interação verbal dos gêneros discursivos que lhe são próprios.

Considerar os gêneros do discurso simplesmente pelas teorias que se preocupam em defini-los a partir da sua forma ou estrutura não é certo, afirma Marcuschi (2005), deve-se evitar esse reducionismo. Afinal, os gêneros são bastante complexos para serem reduzidos a essas análises, pois apresentam aspectos lingüísticos, discursivos, sócio-interacionais, históricos, pragmáticos, entre outros, que não podem ser excluídos.

Faraco (apud Marcuschi, 2005, p.23) afirma que:

Para Bakhtin, gêneros do discurso e atividades são mutuamente constitutivos. Em outras palavras, o pressuposto básico da elaboração de Bakhtin é que o agir humano não se dá independente da interação; nem o dizer fora do agir. Numa síntese, podemos afirmar que, nessa teoria, estipula-se que falamos por meio de gêneros no interior de determinada esfera da atividade humana. Falar não é, portanto, apenas utilizar um código gramatical num vazio, mas moldar o nosso dizer às formas de um gênero no interior de uma atividade.

É impossível, na verdade, ignorar a existência das condições humanas na elaboração e reconhecimento de um gênero. Não se pode reduzir o que Bakhtin propõe sobre gêneros do discurso a formas e estrutura desses, pois eles são complexos,

sobretudo porque o falante interage com alguém, seu interlocutor. Nessa interação, não há como excluir que esses são constituídos historicamente, politicamente, ideologicamente. O enunciado e uma série desses que o falante irá produzir estão imbricados com a sua constituição, com o momento em que irá falar, onde irá circular a sua fala e para quem falará. Isso apresenta um fluxo incessante e verdadeiramente complexo de dizeres e de situações da produção destes.

2.3 1ª PÁGINA DO JORNAL (CAPA)

Como foi exposto anteriormente, os gêneros “são enunciados relativamente estáveis” (BAKHTIN, 2003). Essa denominação se encaixa nos tipos de gêneros encontrados nos jornais. Há vários desses, como notícia, reportagem, editorial, artigo de opinião, charge, manchete, entre outros. Esses, na verdade, de acordo com Marcuschi (2005) podem ser considerados como gêneros da vida privada, possuem menor estabilidade formal, pois podem renovar. Além disso, eles também são constituídos sofrendo variações lingüísticas devido ao meio em que circulam, pois o público, não é sempre o mesmo, esse pertence a diferentes esferas sociais.

Nas primeiras páginas dos jornais, por exemplo, são encontrados diversos gêneros, como: chamadas, manchetes, fotomanchetes, charge, no caso do O Globo. A 1ª página de um jornal é considerada a mais lida deste. Isto é bastante evidente, mesmo não sendo leitor de um determinado jornal, uma pessoa pode entrar numa banca, passar por ela e, então, ser fisgado. A verdade é que “uma matéria que aparece na primeira página de um jornal ou tem chamada na capa de uma revista, ou ainda merece um flash na apresentação dos radiojornais ou telejornais, sem dúvida provoca maior impacto. E exerce maior influência”. (MELO, 2003, p.86)

Freqüentemente, os jornais ficam dobrados, até mesmo nas bancas. Assim, na primeira parte da primeira página, esses meios de comunicação sempre colocam nesse espaço o que julgam mais importante para o público, como a manchete principal, as

foto-manchetes e outras, “não tão importantes”, que dividem o mesmo ambiente, de acordo com Melo (2003).

No caso específico dos jornais diários, a organização da primeira página tem sentido determinante, ainda afirma Melo (2003). Esses utilizam um recurso narrativo que Francisco Morel chamou de “anúncio da notícia”.

A chamada, gênero bastante utilizado na primeira página do jornal, pode ser considerada um dos textos mais importantes do jornal, segundo Garcia (1992, p.42). Ela é considerada a vitrine de cada seção, tem o maior índice de leitura. “A chamada precisa ao mesmo tempo atrair a atenção do leitor para as páginas internas e constituir formação completa em si.” Esse texto segue a estrutura de um lead, que é um resumo completo de um fato, de acordo com Martins (1997). Este precisa responder às questões fundamentais do jornalismo: o que, quem, quando, onde, como e por quê.

Segundo, Bahia (1990), a manchete e o subtítulo são também uma forma de título, que deve atrair a atenção e dar uma idéia geral dos fatos que precede. Na verdade, é comum encontrar esse mesmo conceito em manuais de redação. Porém, de acordo com Melo (2003), além de a manchete ser um título, ela é o das notícias ou reportagens principais de cada jornal, o espaço que ocupa é sempre acima da dobra do jornal standard, lugar também chamado de 1ª parte da 1ª página. O pesquisador na área de comunicação, Luiz Beltrão (apud MELO, 2003, P.89) afirma que “o exame das manchetes de primeira página permite discernir a “personalidade política” dos jornais”.

Ainda na primeira página encontra-se o gênero fotojornalismo, que muitas vezes aparece como fotomanchete. Esta é diagramada de um modo que o leitor passa a ter concretude da verdade, sem duvidar do fato. “Esta objetividade positivista creditada à fotografia tornou-se uma instituição alicerçada na aparência, no iconográfico enquanto expressão da verdade; um equívoco fundamental que ainda hoje persiste”. (KOSSOY, apud HERNANDES, 2006, p. 216)

As fotomanchetes encontradas nos jornais nem sempre estão relacionadas com a manchete principal do jornal, essas, de acordo com Melo (2003), são a fotografia da notícia ou reportagem de maior destaque. Abaixo dessas estão o texto- legenda, “que é a legenda referente a uma foto seguida de informações que lhe permitem ter existência independente como notícia”. (GARCIA, 1992, p.36)

Hernandes (2006, p.211) afirma que os jornalistas, na capa dos jornais, exploram vários recursos para chamar a atenção do leitor, como:

“o formato da letra – os traços mais finos ou mais grossos, inclinados ou não, com ou sem serifa – cria um simulacro de um tom da voz mais sério ou mais leve, mais elegante ou mais austero. Convencionou-se, pelo menos na comunicação ocidental, que as letras mais grossas, densas, estão ligadas a assuntos mais sérios. Do mesmo modo, os tipos mais finos vinculam-se a questões mais leves, alegres”.

Na primeira capa do jornal, há vários gêneros do discurso utilizados de forma estratégica para atrair a atenção do leitor. É importante lembrar que esse espaço é visto por vários leitores de um veículo impresso, como também por qualquer pessoa que passar por uma banca, pois esse meio de comunicação fica neste local exposto. Sabendo disso, os profissionais de comunicação desenvolvem uma diagramação bem elaborada para atingir o seu público-alvo e, conseqüentemente, qualquer um que entrar numa área de venda do impresso.

CAPÍTULO 3 - IMPRENSA - HISTÓRIA

3.1 APRESENTAÇÃO DO CAPÍTULO

Neste capítulo, há uma apresentação histórica da imprensa, desde quando surgiu até os dias atuais. Sob a ótica de Burke (2003), o conhecimento, ou seja, a informação, sempre esteve sob o controle de alguém. Na Idade Média, por exemplo, era a igreja quem controlava o saber, mais tarde, eram os primeiros Estados modernos e especialmente os impérios. Este pesquisador mostra o que quem detinha o poder fazia para controlar a informação. Nesse item, a história da imprensa nacional também é mostrada, desde o seu surgimento até os dias atuais, pelos pesquisadores: Sodré, Bahia, Melo, Mattos, Polacow, Silva. Pela história dos jornais nacionais, também se comprova a existência da censura e do controle de informações.

3.2 HISTÓRIA DA IMPRENSA

De acordo com Burke (2003), o conhecimento sempre foi controlado por uma classe dominante. Utiliza, inclusive, os estudos de Foucault para reforçar a sua pesquisa. Na Idade Média, aquele mostra como a igreja controlava todo saber científico, impedindo, dessa forma, que esse fosse divulgado. Os cientistas quando faziam alguma descoberta, ou eram controlados ou condenados como hereges. Já no Renascimento, a igreja criou o Índice para controlar o que os protestantes imprimiam em seus livros: a sua teologia. “O índice modelo, de 1564, começava com um conjunto de regras gerais proibindo três tipos principais de livros: os heréticos, os imorais e os de magia.” (*ibidem*, p. 130)

A censura do conhecimento não era feita somente pela igreja, mas os Estados dos primórdios da Europa moderna também organizaram sistemas de censura da palavra impressa, afirma Burke (2003). Veneza, a República Holandesa e a Inglaterra

impunham limites à liberdade de expressão. Um dos livros de Spinoza, em 1674, foi proibido de ser divulgado pelo Estado holandês.

Até mesmo os jornais eram censurados, o *Gazette de Paris*, por exemplo, do século XVII, passava pelo controle do governo. Burke (2003, p. 133) afirma que esse impresso tinha que fazer “observações favoráveis aos reis da Suécia, aliado aos franceses na época”.

Durante os séculos XV e XVI Veneza foi considerada a mais importante agência de informações, segundo Burke (2003). Ela chegou a publicar cerca de 4.500 títulos, aproximadamente dois milhões de cópias. Os livros impressos lá ou eram presenteados ou vendidos. Na época, constantemente os autores das obras presentavam seus patrocinadores. Na verdade, as dedicatórias que esses faziam eram muitas vezes comercializadas. Apesar de todo o domínio de editoração, esse grande centro de informação da Europa sofreu censura do Estado e da Igreja.

A Holanda acabou substituindo Veneza com relação ao domínio de informação, pois tinha a VOC, conhecida como Companhia das Índias Orientais holandesa. Conforme Burke (2003), essa companhia, no século XVII, podia até ser considerada como uma “multinacional”. Essa estava interessada em mapear seus territórios. Havia nos mapas informações secretas que não apareciam nos atlas. Todos os que produziam os informes eram proibidos de revelar os segredos a quem não fazia parte da companhia. Os mapas eram utilizados pelos pilotos, que tinham que devolvê-los, no entanto, muitas vezes aproveitavam para vendê-los durante as viagens. Os seus maiores rivais também foram a Igreja e o Estado, como ocorreu com Veneza.

As grandes navegações propiciaram o enriquecimento de vários países europeus, dando a esses a soberania econômica e política. Isso contribuiu para o surgimento do jornalismo. Segundo Melo (2003, p.19), as primeiras manifestações do jornalismo: as relações, os avisos, as gazetas, circulam no século XV e ampliam-se no século XVI devido à necessidade social de informação das cidades dos súditos e governantes.

Segundo Mattos (200, p.50), a informação era controlada, o ano de 1644, John Milton, escritor inglês, já se manifestava em defesa da liberdade da palavra: “Matar uma pessoa significa destruir uma criatura dotada de razão, mas reprimir um bom livro significa destruir a própria razão”. O controle permanecia em todo o ocidente, várias

obras de escritores consagrados, como Flaubert, Oscar Wilde, Walt Whitman foram consideradas impróprias para a leitura.

Esse autor ainda afirma que na época vitoriana até os textos de Shakespeare sofreram cortes, assim foram eliminados trechos inadequados à leitura. Tanto na Inglaterra como nos Estados o livro *Family Shakespeare*, de Thomas Bowdler, atingiu grande popularidade porque excluía tudo o que não pudesse ser lido.

Com a ascensão da burguesia ao poder, Melo (2003) afirma que, no século XVIII, os impressos deixam de ser repreendidos pela censura prévia e passam a ter um pouco mais de autonomia, chegando até a atingir um público maior. Por um lado, a burguesia, classe dominante quem detinha os jornais, conseguiu se libertar da censura absolutista. Por outro lado, foi instaurado outro poder, em que essa própria classe controlava o conhecimento que poderia ser divulgado.

Na verdade, o fim da censura prévia, vivida no período absolutista, leva os jornais a assumirem um estilo opinativo. Porém, isso é bastante arriscado, pois se esses impressos passam a opinar, podem desagradar às pessoas ligadas diretamente ao poder, e foi isso o que aconteceu, afirma Melo (2003). Conforme, esses meios de comunicação faziam críticas, apontavam falhas no sistema, em seguida, vinham punições: aumento dos impostos para essas empresas, controles fiscais. Dessa forma, a imprensa enfrenta a censura a posteriori.

Segundo Mills (apud BELTRÃO, 1976, p.22), na sociedade democrática de públicos, pertencente ao século XVIII, o jornalismo é exercido por cada grupo organizado, interessado a defender seus pontos de vista, fortalecer e persuadir os demais de sua certeza para alcançar a vitória. “Essa é a fase áurea do jornalismo opinativo: situações ou fatos são como pano de fundo das ideologias dos grupos políticos, econômicos e familiares que controlam a maquinaria da imprensa.”

Assim, a saída para os jornais foi assumir uma postura de impresso informativo, e não, opinativo. Samuel Buckley foi o pioneiro a trabalhar com um jornalismo alternativo. Ele recebe o jornal da sua fundadora Elizabeth Mallet, introduzindo um “novo padrão na cobertura das notícias estrangeiras”. No julgamento de Kenneth Olson ele é o “primeiro jornalista inglês a mostrar uma preocupação real com os fatos”, optando por “imprimir notícias, sem comentários, para se manter longe da polêmica”. (MELO, 2003, p.24)

O jornalismo informativo, para Melo (2003), passa a ser considerado como categoria hegemônica, no século XIX, quando a imprensa norte-americana acelera seu ritmo produtivo, assumindo feição industrial e convertendo a informação de atualidade em mercadoria. A edição de jornais e revistas que, nos seus primórdios, possui o caráter de participação política, de influência na vida pública, transforma-se em negócio, em empreendimento rentável. O rádio e a televisão já nascem e se afirmam nesse contexto mercantil. Porém, não deixam de ser controlados.

O controle da informação sempre existiu. Na Idade Média, a Igreja censurava e controlava o saber. Nos séculos seguintes os Estados modernos europeus acabaram tomando a mesma postura. A imprensa jornalística surge nesse meio de censura. Porém, no século XIX procura mudar, criando um jornalismo chamado de informativo. O veículo de informação acaba, na verdade, assumindo um perfil industrial, tornando-se comercial. Isso tudo parece dar mais liberdade aos meios de comunicação, mas essa imagem não dura muito.

3.3 IMPRENSA NACIONAL

A imprensa nacional, conforme afirma Bahia (1972), surge com a vinda da Família Real Portuguesa para o Brasil. Esta veio rapidamente, pois as tropas francesas de Napoleão Bonaparte invadiram a Península Ibérica. Já que a Corte Portuguesa teve que vir rapidamente para a colônia brasileira, providenciou que fossem instalados os prelos e tipografias, permitindo, assim, a circulação do primeiro jornal em língua portuguesa na América, editada pelo Frei Tibúrcio José da Rocha.

Na verdade, por muitos anos, segundo Melo (2005) houve um impasse sobre quem seria o patrono da imprensa brasileira. Afinal, Hipólito José da Costa lançou o jornal Correio Brasiliense e enviou ao Brasil clandestinamente. Esse jornal teve seu primeiro número datado de 1º de junho de 1808, período em que ficou exilado em Londres, depois de Hipólito ser perseguido pela Inquisição Portuguesa.

No entanto, o presidente Getúlio Vargas oficializou o dia da imprensa na data de lançamento da primeira edição da Gazeta (10 de setembro de 1808). Dessa forma, o presidente dá a honra de fundador do jornalismo brasileiro ao Frei Tibúrcio José da Rocha. (MELO, 2005)

Somente em 2000, Hipólito José da Costa recebeu o título de patrono da imprensa brasileira, conforme afirma Melo (2005). A honraria lhe foi atribuída pelo Congresso Nacional, através de lei ordinária, sancionada pelo Presidente Fernando Henrique Cardoso.

Assim sendo, Hipólito é considerado o fundador do Jornalismo Brasileiro por sua atuação como editor do mensário “Correio Braziliense” (1808-1822). Trata-se de publicação essencialmente política, mas que abriu espaço para a natureza científica, quase sempre divulgando fatos e idéias gerados na Europa e considerados relevantes pelo jornalista para aplicação no Brasil, acrescenta Melo (2005)

Ainda o autor afirma que a família Real Portuguesa foi responsável pela implantação do jornal Gazeta no Rio de Janeiro, fica claro que esse impresso não poderia contrariar a Corte Portuguesa. Esse jornal, na verdade, informava somente sobre a vida administrativa e a movimentação social do Reino. Afinal, enfrentava todo tipo de censura pelo Ministério das Relações Exteriores.

Após a instalação da Gazeta no Rio de Janeiro, de acordo com Sodré (1977), começaram a surgir na Bahia os primeiros jornais e revistas do Brasil, não oficiais. Assim, o espírito pela criação de impressos independentes pulverizou por todo o país. Afinal, as pessoas passaram a descobrir a força que os impressos possuíam, além de atingir as classes com um poder aquisitivo maior, também chegavam a um público mais popular.

Na década de 1820, conforme afirma Sodré (1977), o conteúdo dos impressos era geralmente de revolta com relação às atitudes da Corte Portuguesa, D. Pedro I, por exemplo, costumava promover orgias. Essa estava sempre envolvida em escândalos, por isso os jornais preconizavam a queda da Coroa e a implantação da República. Além disso, esses meios de comunicação também divulgavam que a igreja católica estava envolvida com fatos imorais. Por esse, motivo a censura aparece para punir os veículos impressos da época.

É importante destacar que durante esse período vários impressos tiveram vida efêmera. Mas é importante destacar que em 1825 foi fundado o jornal “Diário de Pernambuco”, o mais antigo jornal em circulação da América Latina. Nascendo nos dias mais difíceis da Imprensa, e da tipografia, segundo Bahia (1972, p.26) sua história testemunha as três fases do jornalismo brasileiro: a inicial, a da consolidação e a moderna. Em 1827, foi fundado o primeiro jornal de S. Paulo, O Farol Paulistano.

A gravura começa a ser utilizada na imprensa. Assim, de acordo com Bahia (1972), o desenho, a charge, a caricatura, imprimiram tonalidade diferente aos jornais. Bonecos animando o texto frio das folhas (ou colorindo a imaginação dos leitores) apareceram em simples pasquins de 1831, produção da Litografia Briggs.

No Rio de Janeiro, principalmente, os jornais passam a ter um público maior de leitores e ganham assim mais credibilidade. Dessa forma, os jornalistas passam a receber mais status e também a influenciar nas decisões e opiniões da massa, afirma Bahia (1972).

Em 1875, Bahia (1972) mostra que surgiu em São Paulo um impresso que merece destaque em termos de empreendimentos mais arrojados e, na época, estava entre os principais do mundo: Província de S. Paulo. Foi fundada por um grupo de republicanos com um programa não apenas para atender a determinado plano político-partidário, mas fundamentalmente para assegurar ao jornalismo novas conquistas. Com a proclamação da República, o jornal passou a chamar-se O Estado de S. Paulo.

A Segunda fase da imprensa brasileira é datada de 1880, aponta Bahia (1972), pois é o período em que o jornal passa a adquirir característica de uma empresa, a sua força também é decisiva no que tange às questões abolicionistas e republicanas. Depois de 1880 e no fim do século XIX até princípios do século XX, a imprensa adquire expressão no campo das atividades industriais, a tipografia perde o seu conteúdo artesanal, para conquistar a posição de indústria gráfica de definida capacidade econômica.

A vinda da família real para o Brasil, no século XIX, contribuiu para o surgimento da imprensa no país. Jornais e revistas aos poucos foram sendo fundados. Os meios de comunicação acompanharam a transição do país, que de colônia passou a

ser república. Já nesse período, os meios de comunicação passam a ganhar características como empresa, que no próximo século isso vem a se intensificar mais.

3.4 IMPRENSA NACIONAL – SÉCULO XX

A imprensa nacional, afirma Bahia (1990), do século XX é marcada por várias transições. O jornalismo impresso ganha espaço e aprimora cada vez mais suas técnicas junto à indústria gráfica. Na década de 20, aparece o rádio, que teve seu período áureo em 40. Em seguida, vem a TV, na década de 50, com o ousado plano do empresário Assis Chateauriand.

Segundo Bahia (1972), os meios impressos passaram a ganhar mais popularidade e, ao mesmo tempo, credibilidade, pois tinham um perfil diferente dos jornais do século passado, esses funcionavam, agora, como empresa. Até 1925, nos principais centros – em São Paulo, no Rio, em Minas, no Rio Grande do Sul e em Pernambuco, a “Marinoni” era ainda a rotativa que garantia as maiores tiragens. Já cogitavam as empresas de regular a impressão a cores. Três anos depois, em 28, eram instaladas máquinas mais modernas de impressão: as rotativas “Man”, que facilitaram a produção dos cadernos especiais, suplementos e revistas para encarte no jornal do dia. Em 30, um jornal passa a utilizar as técnicas da rotogravura que se aproximava dos padrões offset, que mais tarde ficaria conhecido.

Como os impressos, o rádio também passou a ganhar popularidade e credibilidade, afirma Bahia (1990). Esse ficou conhecido por fornecer à população não somente informação, mas também, entretenimento, como programas de auditório, novelas, que eram antes mais comuns em folhetins. Essas passam a ser encenadas para os ouvintes.

Os meios de comunicação, de acordo com Sodré (1977), a partir da década de 30, começam a enfrentar problemas com o governo de Getúlio Vargas. Vários impressos que achavam que poderiam veicular qualquer tipo de informação estavam enganados. Assim, muitos sofreram pressão e desapareceram.

Com a ditadura instalada entre 1937 e 1945, de acordo com Sodré (1977), foi criado nesse período o Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP), chefiado por

Lourival Fontes, seguindo o modelo nazista. Esse órgão foi responsável por fechar vários jornais, revistas.

O DIP, segundo Mattos (2005, p. 105) era subordinado diretamente à presidência da República e sua direção, mais especificamente a divisão da imprensa, contava com a orientação de um conselho nacional de imprensa, composto por seis membros (três escolhidos e nomeados pelo presidente e três representantes das seguintes instituições: Associação Brasileira de Imprensa, Sindicato dos Proprietários de Jornais e Revistas do Rio de Janeiro e Sindicato dos jornalistas Profissionais do Rio de Janeiro). Entre as atribuições do conselho destacava-se a de punir publicação de “notícias ou comentários falsos, tendenciosos ou de intuito provocador, induzindo ao desrespeito e descrédito do país, suas instituições, esferas e autoridades representativas do poder público”.

Em 1937, o jornal *A Noite*, fundado em 1911 por Irineu Marinho, entra em declínio. Em 1940, Getúlio Vargas desapropria esse impresso, que na época pertencia a Geraldo Rocha. Na mesma época, O Estado de S. Paulo foi ocupado pela Polícia Militar e tomado de seus proprietários para obedecer ao DIP. Essa intervenção durou cinco anos, segundo Sodré (1977).

Na verdade, esse controle por parte do governo começou a perder forças a partir de uma entrevista publicada no *Correio da Manhã* pelo jornalista Carlos Lacerda. Essa foi determinante para a quebra da censura do DIP, afirma Sodré (1977).

Conforme Dulles (apud Mattos, 2005, p.106), a publicação da entrevista de Carlos Lacerda com José Américo marcou o início da represália por parte do DIP. Inimigos de Vargas rapidamente os jornais com seus pontos de vista e tumultuaram em favor da Candidatura de Eduardo Gomes. Vargas, após abrir o caminho para as eleições de deputados e de um novo presidente, “anunciou em 2 de março de 1945 a extinção da função de censura do DIP, a abertura das relações diplomáticas com a União soviética num futuro próximo, e um estudo da questão da dinastia”.

A postura corajosa de Lacerda foi importante, afirma Melo (2005). Isso o consagrou como jornalista durante este período de censura. Após a morte de Getúlio Vargas, Carlos Lacerda dedicou-se mais à política que ao jornalismo, chegando a governador do Estado da Guanabara, considerado até hoje um grande realizador de obras. E como governador, foi um dos principais articuladores do Golpe de Estado de

1964, que voltou-se contra ele. Em 1968 fez seu último artigo para a Tribuna da Imprensa, pouco antes de ser cassado e ter seus direitos políticos suspensos por 10 anos.

Após esse período, segundo Bahia (1972), o jornalismo brasileiro passou a receber influências da norte-americana Hearst, tornou-se o maior da América Latina. Além dos diários e das emissoras, funcionavam no país diferentes cadeias ou redes jornalísticas. Até os anos 50, o grupo de Chateaubriand dominou como cadeia. Outros grupos surgiram, muitas vezes, com o apoio direto ou indireto de cadeias internacionais e sempre ao arripio da legislação anterior a 1964, que proibia o acesso de estrangeiros ao controle da informação.

Assis Chateaubriand, em 1950 protagonizava acontecimento que iria marcar a fisionomia da moderna sociedade brasileira, afirma Melo (2005, p. 136). A inauguração da TV garantia ao Brasil a precedência sobre os demais países da América Latina no funcionamento de uma emissora destinada a difundir imagens em movimento: informação, entretenimento e anúncios comerciais. O empresário faz a seguinte declaração:

Se sentimos madura a televisão, nos Estados Unidos e na Inglaterra, pedimos àqueles quatro anunciantes nossos que, em vez de nos entregarem autorizações de publicidade por três meses, demonstrassem um pouco mais de confiança em nossa estabilidade. E eles nos deram suas ordens de inserção de anúncios por doze e dezoito meses. Unidos dessas ordens fomos aos bancos que trabalham conosco, descontando autorizações de publicidade, por antecipação, do Rio e São Paulo, dezesseis milhões de cruzeiros, o que não é ainda uma terça parte do custo do negócio.

Assis Chateaubriand criticava a criação da Rede Globo de televisão, conforme afirma Polacow (2002), que durante 1962 e 1965 teria recebido ajuda do grupo norte-americano Time-Life para a implantação da emissora. Para ele, o apoio tinha que vir TV Globo/Time-Life era uma conspiração patrocinada pelo capital privado norte-americano, que pretendia dominar a opinião pública brasileira, via controle dos meios nacionais de comunicação. O empresário defendia sempre a sua cadeia de transmissão que recebia apoio nacional.

De acordo com Sodré (1977), o acordo Time-Life com a TV Globo, gerou bastante polêmica, o deputado João Calmon, não se conformava que empresas

estrangeiras injetassem dinheiro na imprensa brasileira. Além disso, vários veículos de comunicação, além do grupo Chateaubriand, denunciaram a relação de Marinho com o grupo norte-americano.

Segundo Bahia (1972), os componentes da informação, no plano da indústria cultural, sugerem freqüentemente a imagem da organização econômica poderosa para explorar o seu mercado. Redes jornalísticas no Rio, São Paulo, Rio Grande do Sul, Pernambuco, Bahia, Minas Gerais, ao lado de empresas isoladas representativas de famílias, exercem o domínio da informação de massas no Brasil, abrangendo o jornal, o rádio, a revista, o cinema, o livro, a televisão e, em alguns casos, a propaganda, desde que o controle das grandes agências é estrangeiro.

Outro golpe de censura a mídia teve de enfrentar, de acordo com Mattos (2005), mas foi na década de 60. Novamente os meios de comunicação foram ameaçados, prejudicando, dessa forma, o seu crescimento e sua liberdade de expressão.

O exercício de censura no período pós-1964, conforme Selcher (apud Mattos), se caracterizou como um dos mais fortes elementos de controle do Estado sobre os veículos de comunicação de massa. Entre dezembro de 1968 e de junho de 1978, os meios de comunicação de massa estiveram sob censura. Durante esse período, essa foi usada para desencorajar o sensacionalismo na imprensa, bem como a divulgação, para o grande público, de temas como epidemia de meningite de 1974-1976, as freqüentes críticas feitas ao governo por setores da Igreja, rumores sobre abertura política, tortura de prisioneiros políticos, escândalos financeiros e sucessão presidencial, entre outros. Vale salientar que as proibições eram feitas de acordo com os critérios dos censores e em nome da segurança nacional.

A ditadura, segundo Sodré (1977), durou praticamente vinte anos, nesse período a imprensa recebeu bastante pressão por parte do AI-5. Vários jornais tanto grandes como pequenos eram invadidos, repreendidos. Muitos diretores foram presos ou perseguidos. Por esse motivo, vários jornalistas passaram a modificar o seu estilo nas transmissões das notícias. Esses usavam de recursos lingüísticos, como duplo sentido, linguagem metaforizada, fazendo, assim, as suas críticas ao sistema nas entrelinhas.

Na década de 80, a situação caótica vivida sob regime ditatorial começou a mudar, comenta Bahia (1990). Os meios de comunicação de massa adquiriram mais liberdade e passaram por transformações essenciais, para não correrem o risco de desaparecer, devido ao progresso tecnológico. Esse período pela informatização dos jornais. O computador torna-se a principal ferramenta dos novos processos gráficos, colaborando para a introdução de grande número de suplementos e da cadernização, a divisão do jornal em cadernos temáticos.

Grandes inovações tecnológicas ocorreram na década de 90, afirma Mattos (2005). Em 92, o Ministério da educação instalou a internet nas principais academias brasileiras. Em maio de 1995, o Jornal do Brasil lançou o primeiro jornal eletrônico do país, o JB On-line. Em dezembro do mesmo ano, O Estado de São Paulo colocou na rede o NetEstado. Em 1996, a Folha, O Globo, O Dia, também criaram a sua versão on-line. O crescimento da mídia digital balançou vários meios de comunicação, principalmente os impressos. Por isso, houve o interesse desses em terem também sua versão digital.

Diante das transformações que ocorreram na década de 90, vários empresários na área de comunicação impressa ficaram preocupados e sentiram-se ameaçados com a mídia digital. Rodrigo Mesquita (apud DINES 1997, p.62), diretor da agência Estado, comenta que indústria da informação está na frente em função da revolução que a informática e as telecomunicações estão sofrendo. A informática permite ler, numa mesma base digitalizada, toda a informação que um grupo como o Estado, Abril ou Folha levantam em um dia. E não só isso, mas todo o seu passado também; e ainda ter acesso a outras bases de informação. A telecomunicação permite, já hoje, fazer uma conexão instantânea com qualquer ponto do mundo, em tempo real. Embora esses meios ainda não atinjam o público que o jornal atinge, este irá passar por uma transformação profunda e dramática. “Não acredito que o jornal continue sobrevivendo nos próximos 50 anos. Já existem algumas experiências no mundo, testes restritos a regiões high tech, de jornais que têm a sua versão em papel e eletrônica, e com grande sucesso.”

A história da imprensa do século XX mostra o crescimento dessa e o período caótico que viveu durante a ditadura. Foi nesse momento em que vários veículos de informação foram fechados. Há também o surgimento de outros meios de

comunicação nessa mesma época, o que evidencia o seu vínculo com o governo. Isso compromete, então, a sua “liberdade”. Além disso, o crescimento da mídia como indústria deixa dúvidas sobre a continuidade de veículos impressos, devido à era digital.

2.3 O GLOBO E FOLHA DE S. PAULO – HISTÓRIA

Conforme Sodré (1977), tanto o jornal impresso O Globo quanto a Folha de S. Paulo surgiram na primeira metade do século passado. A empresa Folha da manhã, que atualmente edita a Folha de S. Paulo, foi fundada como o jornal Folha da noite em 1921. A cadeia jornalística Diários Associados foi criada com a aquisição de O jornal de Assis Chateaubriand em 1924. As Organizações Globo surgem com a aquisição do jornal O Globo dos Diários Associados, pelo jornalista Irineu Marinho em 1925. Os Diários Associados lançam O Cruzeiro, primeira revista de circulação nacional publicada semanalmente em 1928.

O jornal O Globo sempre pertenceu a um mesmo grupo empresarial, que sempre esteve atento às principais mudanças para não se perder e ter vida efêmera, como vários jornais impressos, de acordo com Bahia (1972). A Folha de S. Paulo durante 66 anos de existência chegou a pertencer a quatro grupos diferentes de empresários e alterou a sua política editorial inúmeras vezes. Porém, isso não a prejudicou como meio de comunicação, a Folha é o primeiro jornal a surgir organizado como empresa no país, afirma Silva (2005).

A Folha da Noite foi fundada por Olival Costa, Pedro Cunha e outros jornalistas que saíram dos quadros de O Estado de S. Paulo, conforme Silva (2005), decidiram criar um jornal para atrair um público diferente dos concorrentes. Seria então um veículo vespertino, que atenderia aos leitores das classes urbanas e de repente até a classe operária. Em 1925, lançaram o matutino Folha da manhã. Os dois jornais recebiam orientação editorial voltada para problemas urbanos e rurais. Esses impressos faziam oposição aos governos da Primeira República, mas após a saída de Cunha, passam a apoiar Washington Luís, por isso foram repreendidos pelo DIP.

Em função do que ocorreu, a organização precisou mudar a sua razão social e mudou para Folha da Manhã Limitada, afirma Silva (2005). Os seus novos proprietários eram Octaviano Lima, Diógenes de Lemos e Guilherme de Almeida, que se posicionavam favoráveis aos interesses dos cafeicultores paulistas.

Ocorre nova venda em 1945, o grupo passa a ser Folha da Manhã S/A. Os diretores eram José Nabantino Ramos, Alcides Ribeiro Meirelles e Clóvis Medeiros Queiroga. O primeiro tinha liderança no jornal e tinha bastante interesse pela modernização. Foi ele quem criou uma linha para o jornal e em 1944 teve a idéia de criar a Folha da Tarde, afirma Silva (2005).

Em 1960, houve a fusão dos três jornais, assim surgiu a Folha de S. Paulo, afirma Silva (2005). A preocupação com os cafeicultores da administração passada foi substituída pela defesa da classe média urbana de São Paulo. Porém, esse sério e grande empresário frustrou-se em 61 com a greve dos jornalistas, principalmente pelo fato de seus leais servidores terem aderido a essa. Assim, vende em 1962 o jornal para Otavio Frias de Oliveira e Carlos Caldeira Filho.

De acordo com Sodré (1977, p.506), a compra do jornal Folha de S. Paulo por Otávio Fria “ocorreu como passe de mágica”, pois era criador de aves e ovos e arrumou dinheiro muito rápido para compra do impresso. Isso ocorreu no mesmo período em que empresas estrangeiras costumavam patrocinar os veículos ou a compra desses.

Os empresários que assumiram o grupo, de acordo com Silva (2005), enfrentaram dificuldades financeira e administrativa. Levaram praticamente 5 anos para organizar a empresa. Já no período de 68 a 74, a Folha passa por uma revolução tecnológica. A partir de 1974, para competir com o maior diário de São Paulo, O Estado de S. Paulo. Dessa forma, Otávio Frias decide dirigir a linha editorial, com uma postura mais aberta, preocupado com problemas das desigualdades sociais.

No entanto, em 1977, o jornal publicou uma matéria que as Forças Armadas não gostaram, comenta Silva (2005), por isso prendeu o jornalista quem a escreveu e ameaçou de suspender o jornal por um mês. Dessa forma, Frias decidiu tirar o seu nome do expediente e sair da presidência da empresa. Nesse período, os editoriais deixam de ser publicados.

Um ano depois, surgiu a seção Tendências/Debates, na página 3, afirma Silva (2005). As pessoas que ali escreviam eram vários cientistas sociais, economistas e políticos que foram afastados por causa do regime militar e voltaram a ter influências. Já na década de 80 o jornal passa por várias mudanças, inclusive com relação à direção da Redação, pois em 84, Otavio Frias Filho assume. O jornal torna-se livre das influências militares e por vários projetos de reestruturação.

A campanha das Diretas-já, em 1984, ainda afirma Silva (2005, p.77), leva o jornal a mais um momento de decisão. Em maio, Otavio Frias Filho assume a direção da Redação. Boris Casoy passa a editar a coluna “Painel” e a assessorar a direção da empresa. Em junho, o documento do Conselho Editorial “A Folha depois das Diretas-já” consolida o projeto editorial do jornal e define questões técnicas e organizacionais como prioridade da Redação. Fala dos problemas de estrutura jornalística, faz críticas ao fluxo interno, demonstra preocupação com o cumprimento dos cronogramas industriais, reclama das faltas de mecanismo de controle, lamenta a ausência de critérios homogêneos para as tomadas de decisões jornalísticas, pede “intransigência técnica” aos jornalistas, exige desenvolvimento profissional. Em suma, pode ser considerado como um marco de uma nova fase na vida do jornal. Uma fase de menos proselitismo político e de maior preocupação com a técnica da atividade; de menos dedicação à ideologia política e de uma formulação de uma ideologia jornalística.

O jornal O Globo surgiu em 1925, como O Globo dos diários Associados, foi fundado por Irineu Marinho, de acordo com Sodré (1977). Esse impresso foi um dos pioneiros que resistiram ao tempo. Na verdade, o grupo Marinho passou a ganhar bastante notoriedade a partir do surgimento da TV Globo. Este período foi entre 1962 e 1965. A criação dessa emissora causou bastantes polêmicas, principalmente por parte do empresário concorrente, Assis Chateaubriand.

A TV Globo passou por um longo período sendo questionada sobre a sua existência, pois havia hipóteses de essa estar ligada ao grupo norte-americano Time-life. A controvérsia ocorria, pois “os acordos Time-Life eram ilegais, conforme o artigo 160 da constituição brasileira de 1946, que vetava estrangeiros à participação na orientação intelectual e administrativa em empresas jornalísticas e de radiodifusão do Brasil. Este dispositivo constitucional foi burlado pelo Acordo de Assistência Técnica,

que possibilitou a entrada do dinheiro do Time-Life no Brasil”, como afirma Herz (apud, POLACOW, 2002, p.50)

Como era naquela época anticonstitucional a participação de empresas estrangeiras no mercado, houve, de acordo com Sodré (1977), muita briga e investigação sobre a ligação da Globo com a Time-Life. O que se sabe é que Roberto Marinho conseguiu concessão para a TV em plena época da ditadura. O governo militar, sob o comando de Castelo Branco, não hesitou em lhe atribuir o direito de comandar uma rede televisiva.

A sociedade da Globo com a Time-Life foi desfeita em 1969. A emissora, em dificuldades nos primeiros anos, apesar do auxílio prestado por Time-Life, não cumpriu todas as exigências do acordo, afirma Polacow (2002, p.51). “Isto e o escândalo produzido pelas denúncias na imprensa e pela CPI fizeram com que os americanos decidissem sair do negócio, vendendo sua parte a Roberto Marinho”.

Durante o período militar, vários meios de comunicação, conforme Polacow (2002), foram fechados pelas Forças Armadas ou até mesmo não sobreviveram, pois não conseguiram se modernizar. Os veículos que conseguiram sobreviver, como O Globo, eram infinitamente mais identificados com a modernização e com os interesses políticos dos militares. Estes passaram, nas próximas décadas, a comandar tudo o que se relacionava com produção cultural nos meios de comunicação, através da censura – do entretenimento à informação.

A imprensa nacional passou por diversos problemas, desde a censura a dificuldades de ordem financeira. Uma das dificuldades que mais preocupam a mídia impressa é a questão do papel utilizado na sua produção. Este geralmente é importado e não é barato, afirma Mattos (2005).

Entre 1995 e 1997 houve uma crise mundial do papel, por esse motivo, vários jornais tiveram que limitar o número de páginas de suas edições e o total das tiragens. Em abril de 1995, segundo Matos (2005), a tonelada de papel de imprensa já atingia 1.200 dólares no mercado spot contra os 450 cobrados em dezembro de 1994. Em novembro de 1995, segundo especialistas do setor vinculados à ANJ, a crise do papel já estava sob controle, e nos contratos a longo prazo a tonelada de papel era vendida por 700 a 800 dólares, ao passo que nas compras spot a tonelada variava de 950 a 1500 dólares.

Na década de 1990, as empresas de comunicação decidiram desenvolver vários megaprojetos para a modernização gráfica, então acabaram ficando endividadas no capital estrangeiro. Essa postura acabou comprometendo vários jornais impressos no início deste século, de acordo com Carta Capital (2003).

Em 2001, foram demitidos 6.877 jornalistas em todo o Brasil, segundo dados divulgados pela Federação Nacional dos jornalistas (Fenaj), afirma Carta Capital (2003). No ano passado, o quadro se repetiu, com 2.726 dispensas computadas até junho. Neste ano, novas demissões atrasos de salários e acordos para adiamento no pagamento de dissídio coletivo. A alta do dólar em 2002 levou ao aumento de custos (de papel, equipamentos, softwares e programações de televisão importadas) sem a contrapartida do aumento da receita publicitária.

Matos (2005) afirma que as empresas de comunicação no final do século passado apresentavam-se em um quadro de prejuízo e no começo deste já registram uma queda na circulação da mídia impressa, retratação no bolo publicitário e uma dívida acumulada de 10 bilhões de reais, e as Organizações Globo respondem por 60% desse total. Segundo dados divulgados pela Folha de S. Paulo, a circulação das revistas caiu 17,1 milhões para 16,2 milhões de exemplares/mês no período de 2000 a 2002, ao passo que a de jornais caiu de 7,9 milhões de exemplares/dia para 7 milhões.

As alternativas de sobrevivência e de crescimento da mídia impressa, neste século, segundo Matos (2005), apontam para parcerias e fusões, isso porque o patrimônio das empresas não possui a liquidez necessária para novos investimentos, e uma das saídas é buscar a realização de parcerias com outros grupos de mídia, com o governo, e até mesmo o aporte de capital estrangeiro para enfrentar as mudanças, que serão impostas pelo próprio mercado.

Os grupos Globo e Folha, por exemplo, fizeram parceria para lançar o jornal Valor Econômico, ainda afirma Matos (2005). O dia e o Jornal do Brasil firmaram parceria para impressão de seus jornais no mesmo parque gráfico. Além disso, as empresas O Globo, O Estado de S. Paulo, Estado de Minas, Zero Hora e Correio Braziliense fizeram um acordo de um projeto grandioso de publicidade comercial simultânea, permitindo ao cliente veicular o mesmo anúncio na edição dominical desses cinco impressos.

O passado da empresa Globo mostra claramente a sua relação com o governo, até mesmo a compra da Folha de S. Paulo por Otávio Frias deixa dúvidas sobre o impresso. Além disso, após a ditadura, a imprensa passa a enfrentar outro desafio: de sobreviver, devido à crise do papel na década de 90 e aos altos investimentos dos megaprojetos de modernização gráfica. A saída que encontrou foi a fusão das empresas jornalísticas. Porém, há dúvidas sobre as ajudas recebidas pelos meios de comunicação para a sua sobrevivência, principalmente porque toda a sua história está relacionada ao seu controle, à sua censura declarada e, ao mesmo tempo, velada.

CAPÍTULO 4 - ANÁLISE E METODOLOGIA

4.1 APRESENTAÇÃO DO CAPÍTULO

Os meios de comunicação de massa, considerados, inclusive pelo senso comum, como 4^o poder, proporcionam uma variedade imensa de temas que podem ser analisados por diversas linhas de pesquisa. Este trabalho é apenas uma das vertentes de possíveis leituras sobre jornalismo. Assim, esse capítulo tem por objetivo analisar o *corpus* da pesquisa. Para isso, foram coletadas e analisadas 80 1^{as} páginas (capas) do jornal Folha de S. Paulo e 50 do O Globo, durante o período de eleição presidencial, de agosto a outubro. A escolha desses jornais ocorreu pelo fato de serem os impressos de maior circulação do país.

Os maiores jornais brasileiros em circulação - 2005

	TÍTULO	EDITORA	CIRCULAÇÃO	FORMATO
1	FOLHA DE S.PAULO	EMPRESA FOLHA DA AMANHÃ	307.937	Standard
2	O GLOBO	INFOGLOBO COMUNICAÇÕES SA	274.934	Standard
3	EXTRA	INFOGLOBO COMUNICAÇÕES SA	274.015	Standard
4	O ESTADO DE S.PAULO	S/A O ESTADO DE S.PAULO	230.859	Standard
5	ZERO HORA	ZERO HORA EDITORA JORNALISTICA S/A	178.234	Tablóide
6	CORREIO DO POVO	EMPRESA JORNALISTICA CALDAS JUNIOR	167.723	Tablóide
7	DIÁRIO GAÚCHO	ZERO HORA EDITORA JORNALISTICA S/A	152.495	Tablóide
8	O DIA	EDITORA O DIA S/A	151.835	Standard
9	LANCE	ARETÉ EDITORIAL S/A	116.478	Tablóide
10	AGORA SÃO PAULO	EMPRESA FOLHA DA AMANHÃ	80.574	Standard

TABELA 1 - Fonte: Instituto Verificador de Circulação (IVC) - circulação média em jan a dez de 2005

Porém, foi feito um recorte desse *corpus*, assim, essa pesquisa se limitou a analisar somente as manchetes, fotomanchetes e subtítulos de 10 edições de cada

veículo impresso, devido à quantidade excessiva do material. A escolha ocorreu de forma aleatória. No entanto, foi feita uma estatística a partir das 130 edições coletadas para descobrir o jogo discursivo que é construído por esses impressos durante o período eleitoral.

O discurso, segundo Orlandi (2005), é o resultado da formação discursiva do sujeito. O que ele produz ou é um interdiscurso ou um intradiscurso. O primeiro está relacionado com a ideologia, com a importância desta na constituição do sujeito que produz um discurso. Este carrega a marca indelével dela. Já o segundo, é a voz produzida pelo inconsciente, que se manifesta por um discurso recalcado, completamente diferente do primeiro.

De acordo com Pêcheux (1988), o interdiscurso é o resultado de várias formações discursivas, que estão relacionadas com as pessoas com quem o sujeito se relaciona, diretamente e indiretamente. Como o sujeito é um complexo de formações discursivas, essas o constituem de acordo com sua vivência, com sua relação com o meio ao qual está inserido. Não importa quais são as formações discursivas que constituem o sujeito, se estão relacionadas com um meio ou com outro, o que há de igual em todas elas é a sua relação intrínseca com a ideologia. Afinal, esta nunca se separa do sujeito, este é sempre interpelado por ela, por isso que é um sujeito-assujeitado.

Como o sujeito não se separa nunca da ideologia, conseqüentemente a reproduz em seu ato discursivo. Conforme Foucault (2004), aquela é representada pelo discurso da classe dominante. Afinal, a ideologia está relacionada com a história da luta de classes. Pelo seu estudo sobre genealogia, percebe-se que, para o autor, a ideologia pertence à classe dominante, não há como ser diferente. O que existe é a mudança de classes, isto é, isso só ocorre com as lutas dessas. Assim, aquela que domina pode mudar de classe com a que é dominada. O que troca não é a ideologia, e sim, as posições das classes.

A ideologia de uma classe dominante política é difundida pelos Aparelhos ideológicos de Estado, de acordo com Foucault (2004) e Althusser (2003). As classes dominantes controlam o que esses aparelhos vão reproduzir, ou seja, a verdade que vão transmitir para a sociedade, explica Foucault. Afinal, essas classes estão diretamente relacionadas ao poder, pois são elas que o detêm. Dessa forma, verdade e poder não se separam, e sim, caminham na mesma direção.

Assim, como a verdade é controlada pelo poder, o conhecimento também, de acordo com Foucault (2004) e Burke (2003). O conhecimento (saber) só poderá ser transmitido se a classe dominante permitir. Esse só se tornará verdade se a classe dominante concordar. Portanto, o saber será reproduzido como verdade pelos aparelhos ideológicos de Estado. Dessa forma, saber, verdade e poder também não se separam, estão sempre juntos: saber/verdade/poder.

O conhecimento pode se tornar verdade ou não, de acordo com a classe dominante. Ele só vai ser transmitido com a autorização dessa e, então, será reproduzido como verdade. Esta é recortada de acordo com interesses da classe que domina e difundida pelos aparelhos ideológicos de Estado, como o jornal, por exemplo. Dessa forma, a informação reproduzida por esses aparelhos se transforma em discurso, esse é a reprodução fiel da ideologia da classe dominadora.

Assim, a partir da análise desta pesquisa, verificar-se-á, no período de eleições presidencial, durante os meses de agosto a outubro, como os dois meios de comunicação, Folha de S. Paulo e O Globo, construíram seu jogo discursivo, ou seja, seu discurso. Este é permitido, autorizado, sempre pela classe dominante.

Para a realização disso, optou-se por analisar as capas desses impressos, e não, por todo o jornal, ou outras partes, pois, de acordo com Pinto (2002), a primeira página de um jornal é o mais visto e lido por seus leitores e por outros. A linha de pesquisa seguida para a realização da análise foi a ADF (Análise de Discurso de Linha Francesa).

4.2 ANÁLISE DAS CAPAS DO JORNAL FOLHA DE S. PAULO

Foram analisadas 80 1^{as} páginas do jornal Folha de S. Paulo durante o período de eleição presidencial, de agosto a outubro. Porém, a pesquisa se limitou a analisar somente 10 edições. A escolha ocorreu de forma aleatória. O objetivo do trabalho é de verificar o jogo discursivo que esse jornal construiu durante a eleição presidencial.

Assim, o gráfico abaixo foi feito com os dados das 80 edições. Esse aponta quantas vezes o jornal citou o nome do candidato Lula e de seu principal oponente,

Alckmin. É relevante destacar que nas edições analisadas nenhum outro candidato à presidência apareceu na manchete principal.

Gráfico 1 -

CANDIDATO LULA		CANDIDATO ALCKMIN	
GOV. FEDERAL		GOV. DO ESTADO SP	
NÃO		NÃO	
FAVORÁVEL	FAVORÁVEL	FAVORÁVEL	FAVORÁVEL
5	10	0	3
SANGUESSUGA		SANGUESSUGA	
NÃO		NÃO	
FAVORÁVEL	FAVORÁVEL	FAVORÁVEL	FAVORÁVEL
5	0	0	0
ORDEM DO NOME		ORDEM DO NOME	
NÃO		NÃO	
FAVORÁVEL	FAVORÁVEL	FAVORÁVEL	FAVORÁVEL
4	1	1	4
DOSSIÊ		DOSSIÊ	
NÃO		NÃO	
FAVORÁVEL	FAVORÁVEL	FAVORÁVEL	FAVORÁVEL
17	1	0	0
ATENTADO EM SP		ATENTADO EM SP	
NÃO		NÃO	
FAVORÁVEL	FAVORÁVEL	FAVORÁVEL	FAVORÁVEL
0	0	0	4
ELEIÇÃO		ELEIÇÃO	
NÃO		NÃO	
FAVORÁVEL	FAVORÁVEL	FAVORÁVEL	FAVORÁVEL
13	0	0	4
TOTAL		TOTAL	
NÃO		NÃO	
FAVORÁVEL	FAVORÁVEL	FAVORÁVEL	FAVORÁVEL
44 (78,57%)	12 (21,43%)	1 (6,25%)	15 (93,75%)
TOTAL DE CITAÇÕES		TOTAL DE CITAÇÕES	

Lula foi citado 56 vezes na manchete principal, enquanto que Alckmin, 16 vezes. Somente oito manchetes não envolviam os dois candidatos. Cinco Manchetes principais relacionadas ao governo federal trouxeram informações favoráveis a este e dez eram negativas, porém dividiam espaço com outras manchetes que mostravam aspectos positivos relacionados ao governo.

Houve quatro manchetes principais sobre o crime organizado em S. Paulo. Cinco informações estavam relacionadas ao caso dos sanguessugas, porém essas não estavam sozinhas, dividiam espaço com outras manchetes. Praticamente a mesma situação aconteceu com as matérias sobre a compra do dossiê, 17 manchetes principais dividiam espaço com outras, somente uma ocupava toda a primeira parte da página.

Todas as vezes em que apareceram juntos os nomes dos candidatos do PSDB e do PT, a ordem quase sempre era: Lula e Alckmin, somente em uma edição apareceu Alckmin e Lula. Treze manchetes falavam sobre a eleição e apontava Lula como vitorioso. Quatro edições trouxeram a queda de Alckmin na eleição comparando-o ao oponente. Além disso, as fotos em que o candidato do PSDB aparecia, quase sempre eram distorcidas, satirizadas.

Durante o período de eleição, o candidato Lula passou por várias acusações, entre elas, de seu partido estar envolvido com a compra do dossiê que incriminava os candidatos Alckmin e Serra e com a máfia dos sanguessugas.

Foi bastante interessante notar que na maioria das vezes em que a manchete principal usava um tom negativo sobre algo relacionado ao candidato Lula ou sobre o Governo Federal, sempre havia outras informações na primeira parte da primeira página, que chamavam bastante atenção, às vezes, mais que a própria manchete.

É importante destacar que a análise foi feita a partir da perspectiva da análise de discurso de linha francesa, pois essa mostra a relação do discurso com a ideologia. Assim, o discurso é transmitido pelo jornal com a permissão da classe dominante. Além disso, avalia todos os fatores históricos que estão sempre relacionados com a formação discursiva de qualquer sujeito.

Outro dado necessário de frisar é que o jornal sempre chega para o seu público-alvo dobrado. Essa parte é diagramada sempre com a relação de importância das notícias. Até, muitas vezes, nas bancas o impresso também fica nessa disposição.

Figura 1 – 8 de agosto



MANCHETE PRINCIPAL: PCC FAZ 96 ATAQUES EM 17 CIDADES

SUBTÍTULO DA MANCHETE PRINCIPAL (1): Nova onda de atentados atinge, pela primeira vez, o Ministério Público; 2 suspeitos morrem

SUBTÍTULO DA MANCHETE PRINCIPAL (2): Governo paulista recusa a ajuda das tropas do Exército e bate boca com o ministro da Justiça

FOTOMANCHETE – Texto-legenda: Carros da polícia incendiados em garagem na zona norte, usada pelo Departamento de Investigações sobre o Crime Organizado

É interessante observar que toda a primeira parte da primeira página evidencia os ataques do crime organizado. Além disso, 80% desse espaço é ocupado pela fotomanchete, que mostra dois carros incendiados e um policial cabisbaixo ao lado desses. Essa foto evidencia o enorme estrago que o Primeiro Comando da Capital estava cometendo.

No ano de 2006, foi bastante comum ataques do PCC no estado de S.Paulo. Houve várias discussões entre governo federal e estadual para tentar solucionar o problema. O discurso dos impressos sempre exaltava a falta de dinamismo por parte do governador de S. Paulo, Lembo, que assumiu o estado após Alckmin sair do governo para concorrer à presidência da República. Os incidentes do PCC em S.Paulo deixaram de ocorrer após a eleição presidencial.

O tema sobre os ataques do crime organizado chega a ocupar 50% de toda página. O jornal também evidencia, pelo subtítulo, que o governo estadual se recusa a aceitar o apoio do Exército, que representa o governo federal. Este subtítulo também ocupa um espaço bastante estratégico, por estar acima da fotomanchete.

É importante destacar também, que abaixo da manchete e ao lado da fotomanchete, foi criado um espaço para colocar falas polêmicas do ministro da Justiça, Márcio Thomas Bastos, do governador, Cláudio Lembo e do Secretário de Segurança Pública, Saulo de Castro Abreu Filho.

Figura 2 – 9 de agosto

CM JORNAL A SERVIÇO DO BRASIL WWW.FOLHA.COM.BR

FOLHA DE S. PAULO

SEMI-SEMANAL DE EDUCAÇÃO, CULTURA E SAÚDE QUARTA-FEIRA, 9 DE AGOSTO DE 2018 R\$ 1,50

Alckmin cai e Lula vence no 1º turno

Presidente amplia vantagem de 16 para 23 pontos percentuais e ganharia hoje com 55% dos votos válidos

DATAMETRIA 1) INTENÇÃO DE VOTO PARA PRESIDENTE

Candidato	1º Turno	2º Turno
Lula	47%	54%
Alckmin	24%	37%
Marcelo Crivellari	12%	5%
Outros	17%	4%

2º TURNO

Candidato	1º Turno	2º Turno
Lula	54%	54%
Alckmin	24%	37%
Marcelo Crivellari	12%	5%
Outros	17%	4%

FOR SÍMBOLO

1) O presidente Luiz Inácio Lula da Silva (PT) ampliou sua vantagem para 23 pontos percentuais em relação a Alckmin (PSDB) no primeiro turno das eleições presidenciais de domingo. Lula venceu com 47% dos votos válidos, contra 24% de Alckmin e 12% de Marcelo Crivellari (PSL). O segundo turno será disputado entre Lula e Alckmin em 17 de outubro. Lula precisa de 50% dos votos válidos para vencer o primeiro turno. Lula venceu o primeiro turno com 47% dos votos válidos, contra 24% de Alckmin e 12% de Marcelo Crivellari. O segundo turno será disputado entre Lula e Alckmin em 17 de outubro. Lula precisa de 50% dos votos válidos para vencer o primeiro turno.

2) A vitória de Lula no primeiro turno das eleições presidenciais de domingo ampliou sua vantagem para 23 pontos percentuais em relação a Alckmin (PSDB) no primeiro turno das eleições presidenciais de domingo. Lula venceu com 47% dos votos válidos, contra 24% de Alckmin e 12% de Marcelo Crivellari (PSL). O segundo turno será disputado entre Lula e Alckmin em 17 de outubro. Lula precisa de 50% dos votos válidos para vencer o primeiro turno.

PCC concentra novos ataques no interior

Montagens, emboscadas e ataques a ônibus da estrada de Wreccat

Polícia encontra granada no túnel Nove de Julho

Israel acha 'interessante' plano libanês para o sul

Ford promove recall de 102 mil Fiesta e EcoSport

Governo prepara novo pacote para reduzir impostos

Polícia encontra granada no túnel Nove de Julho

Um grama de pó de alumínio encontrado em pedras ao lado do túnel Nove de Julho, uma das principais artérias da cidade de São Paulo, levou a polícia a encontrar uma granada em um ponto de passagem de pedestres no túnel e a detonação por disparo de um tiro.

Um grama de pó de alumínio encontrado em pedras ao lado do túnel Nove de Julho, uma das principais artérias da cidade de São Paulo, levou a polícia a encontrar uma granada em um ponto de passagem de pedestres no túnel e a detonação por disparo de um tiro.

Um grama de pó de alumínio encontrado em pedras ao lado do túnel Nove de Julho, uma das principais artérias da cidade de São Paulo, levou a polícia a encontrar uma granada em um ponto de passagem de pedestres no túnel e a detonação por disparo de um tiro.

MANCHETE PRINCIPAL: ALCKMIN CAI E LULA VENCE NO 1º TURNO

SUBTÍTULO: Presidente amplia vantagem de 16 para 23 pontos percentuais e ganharia hoje com 55% dos votos válidos

MANCHETE (2): PCC CONCENTRA NOVOS ATAQUES NO INTERIOR

FOTOMANCHETE – Texto-legenda: Prédio da Câmara Municipal de Sumaré (SP); incêndio causado por coquetel molotov atirado de madrugada atingiu oito gabinetes

Essa página evidencia, na sua primeira parte, dois pontos negativos em relação ao candidato Alckmin: que este caiu nas pesquisas e novos ataques ocorrem no estado em que governava até pouco tempo. Dessa forma, se o leitor só tiver acesso a essa parte do jornal, pode ser que relacione os ataques com a imagem do candidato do PSDB, que deixou o governo de São Paulo para concorrer à presidência.

Na verdade, a diagramação desse impresso foi construída de forma a gerar grande impacto. Essa evidencia duas manchetes com tom negativo em relação ao candidato do PSDB. Além disso, chegam a ocupar aproximadamente 50% de todo o jornal e praticamente quase 100% da primeira parte da primeira página, foi elaborada para construir dois discursos de grande impacto que denotam aspectos prejudiciais em relação à Alckmin. É também importante mostrar que a segunda manchete, sobre os ataques do Primeiro Comando da Capital, está acima da dobra do jornal, foi justamente diagramada assim para destacar o fato.

Segundo Melo, (2003, p.86) “O contato com informações destacadas na primeira página de um jornal desempenha um papel decisivo na formação da visão de mundo que cotidianamente o cidadão obtém. Saber que determinados fatos aconteceram e outros não constitui referencial básico para moldar a atitude coletiva”.

Figura 3 – 28 de agosto



MANCHETE PRINCIPAL: GOVERNO DÁ BOLSAS PARA 237 CURSOS MAL AVALIADOS

SUBTÍTULO: Programa oferece vagas em 48% dos cursos com pior conceito do Enade

Toda essa página é composta de aproximadamente 40% de fotos relacionadas ao esporte. A sua primeira parte chega a apresentar cerca de 90% de imagem sobre esse assunto. Só a foto de Felipe Massa ocupa cerca de 70% da primeira parte da primeira página. Esta o mostra comemorando a sua vitória na Turquia. Há também uma fotomanchete da equipe de vôlei comemorando o sexto título na liga mundial.

Conforme foi produzida essa página, o diagramador deu destaque aos fatos esportivos. Inclusive acima da fotomanchete há um título, evidenciando o grau de importância que o jornal deu a esse evento. Isso fez com que a manchete principal que produz um discurso negativo sobre o governo não recebesse tanta importância como as fotomanchetes esportivas. Esse efeito de imagens e texto ameniza o impacto sobre os aspectos desfavoráveis ao governo Lula.

No jornalismo, segundo Santaella (2005, p. 55), as imagens são muito utilizadas por que causam enorme impacto. Essas complementam o texto, muitas vezes são esses próprios. “O texto dirige o leitor através dos significados da imagem e o leva a considerar alguns deles e a deixar de lado outros (...). A imagem dirige o leitor a um significado escolhido antecipadamente”.

SUBTÍTULO: Seleção brasileira de vôlei do Brasil bate a Rússia por 3 a 1 e conquista de forma invicta o sexto título do Grand Prix

A manchete principal não chega a ocupar nem dez por cento da página, pois ao lado há uma foto de dois jogadores do Corinthians e São Paulo, que ocupa quase 20% da página. Abaixo dessa, há a fotomanchete do corredor de Fórmula 1, Schumacher, praticamente essa ocupa a mesma quantidade de espaço que a foto anterior. Acima dos jogadores de futebol, há a imagem das jogadoras do vôlei do Brasil comemorando o sexto título do Grand Prix. Esta fotomanchete chega a ocupar praticamente 60% da primeira parte da página. Na verdade, cerca de 80% de toda a página é composta por fotomanchetes referentes ao esporte, tema considerado bastante apreciado pelo público brasileiro.

É interessante destacar, que a manchete principal, quase desaparece diante de tanta foto esportiva. Até mesmo a chamada desta, ocupa o espaço abaixo da dobra do jornal, não ganhando, assim, tanto destaque. A manchete principal juntamente com a chamada desta esclarecem que o candidato Lula está envolvido com liberação de verba ilegal. No entanto, acabam desaparecendo perto das imagens esportivas. Isso propicia uma amenizada no impacto sobre os fatos negativos que comprometem a imagem do petista.

Uma fotografia, afirma Hernandez, (2006, p. 214) deve ser uma das principais iscas para o olhar em uma página, ou seja, uma das mais importantes armas na estratégia de arrebatamento e sustentação. “Com suas cores, contrastes, ocupação espacial, a foto precisa atrair a atenção do leitor para a unidade noticiosa da qual faz parte. O olhar deve ser fisgado. É a estratégia de arrebatamento.”

A Manchete principal mostra um ponto negativo sobre o candidato Alckmin: nem mesmo o ex-presidente do Brasil, Fernando Henrique Cardoso, acredita que o tucano paulista possa ganhar as eleições. Além disso, esse afirma a vitória do seu oponente petista.

Ao lado dessa manchete, há uma fotomanchete que pode inclusive confundir o leitor no primeiro momento, pois é sobre atentado. Nesse período, o Estado de S. Paulo estava sofrendo vários atentados que eram praticados pelo Primeiro Comando do Crime. Assim, o leitor poderia associar essa imagem com a onda do crime em São Paulo.

Da forma como a primeira página foi diagramada, pode fazer com que o leitor relacione a falta de confiança que o próprio PSDB tem em Alckmin com a ausência de segurança que o Estado de S. Paulo estava passando naquele momento. É importante observar, também, que a letra utilizada na manchete a respeito do atentado no Afeganistão é bem menor do que a utilizada na manchete principal. Isso talvez possa dificultar a leitura sobre onde é o atentado. Outro aspecto que reforça o discurso negativo que o jornal parece construir em relação ao candidato do PSDB é o fato de a chamada da manchete principal ficar acima da dobra do impresso.

Figura 6 – 23 de setembro

UM JORNAL A SERVIÇO DO BRASIL • WWW.FOLHA.COM.BR

FOLHA DE S. PAULO

SÁBADO, 23 DE SETEMBRO DE 2006

Apesar de escândalo, Lula mantém vitória no 1º turno

Após uma semana do caso do dossiê contra tucanos, petista tem 55% dos votos válidos

Candidato	Partido	Porcentagem
Lula	PT	55%
Neves	PSDB	34%
Outros	-	11%

Presidente sugere golpismo da oposição

O presidente Luiz Inácio Lula da Silva sugeriu que a oposição esteja planejando um golpe para impedir sua reeleição. Ele afirmou que não acredita em um golpe e que a oposição não tem condições para isso.

PF afirma que Luiz Voldoin tem denúncias contra outros partidos

O Ministério Público Federal afirmou que o deputado Luiz Voldoin teria denunciado outros partidos políticos. A denúncia foi feita em um relatório enviado ao MPF.

Lorenzetti diz que dossiê era para campanha de Mercadante

O deputado Lorenzetti afirmou que o dossiê contra tucanos era uma estratégia para a campanha de Mercadante. Ele alega que o dossiê foi montado para prejudicar os tucanos e beneficiar Mercadante.

ATMOSFERA EDITORIAIS

TUCSON: O COLÍCADO EM QUALIDADE E Satisfação NO MUNDO

0800 55 95 45 HYUNDAI

MANCHETE PRINCIPAL: APESAR DE ESCÂNDALO, LULA MANTÉM VITÓRIA NO 1ºTURNO

SUBTÍTULO: Após uma semana do caso do dossiê contra tucanos, petista tem 55% dos votos válidos

MANCHETE: PRESIDENTE SUGERE GOLPISMO DA OPOSIÇÃO

Na primeira parte da primeira página do jornal cerca de 95% do conteúdo está relacionado com o candidato Lula. Esse apresenta um tom positivo. Na verdade, a data dessa capa é próxima do escândalo que envolvia o PT na compra do dossiê que poderia ser usado para destruir a imagem dos candidatos do PSDB. O escândalo tornou-se famoso entre as mídias devido ao alto valor que integrantes do PT teriam pago pelo documento.

O jornal construiu a frase da manchete principal da seguinte forma: APESAR DE ESCÂNDALO, LULA MANTÉM VITÓRIA NO 1^oTURNO. O uso da conjunção concessiva “apesar de” faz com que o argumento “Lula mantém vitória no 1^oturno” por último. Sempre o argumento principal fica por último quando se faz o emprego de uma conjunção concessiva.

É importante destacar também que além de a manchete principal ter sido construída sintaticamente para beneficiar Lula, a chamada desta também está antes da dobra do jornal. Isto reforça o peso que o assunto abordado nela - a vantagem de Lula nas pesquisas - dá para a primeira parte da primeira página do impresso. Outra questão é a outra manchete que aparece antes da dobra, esta apresenta um conteúdo que tenta justificar o escândalo que poderia envolver negativamente a imagem do petista.

A manchete principal apresenta um tom negativo a respeito de Lula. Abaixo desta, há uma foto que ocupa 80% da primeira parte da primeira página. Nela, estão Fernando Henrique, Serra e Alckmin e a fotolegenda traz: **FHC e os candidatos do governo de SP, José Serra, e ao Planalto, Geraldo Alckmin, no ato “Por um Brasil decente”, em SP.** Na fotomanchete aparece Fernando Henrique como se estivesse cochichando com Serra e Alckmin ao lado faz sinal de positivo. Porém, do ângulo em que este foi fotografado, aparece com o corpo e olhos meio caídos, dando a aparência de um deficiente mental. Na verdade, o candidato à presidência aparece ridicularizado na foto. Nesse período também a mídia focou que dentro do PSDB havia rixa, que Fernando Henrique e Serra, na verdade, não aceitavam muito a idéia de Alckmin ser candidato ao cargo de presidente.

A administração do espaço da página de um jornal, de acordo com Hernandes (2006, p. 190) está atrelada a conceitos, ao conteúdo. Existe um contrato pressuposto entre leitor e jornal para que os assuntos abordados apareçam hierarquizados por ordem de importância. A diagramação está informando, por meio da administração do espaço da página, o que é mais relevante e tem maior valor como informação. Isso “traduz, em termos de expressão, o que o leitor pode esperar da notícia no plano de conteúdo, seu valor ou importância em termos de impacto, ineditismo, interesse, atualidade, entre outros”.

Figura 8 – 27 de setembro



MANCHETE PRINCIPAL: DÓLARES DO DOSSIÊ VIERAM DE MIAMI, DIZ PF

SUBTÍTULO: US\$ 248 mil apreendidos com petistas foram enviados dos EUA para SP

MANCHETE: ALCKMIN DIXOU PARA LEMBO R\$ 1,2 BILHÃO DE ROMBO PARA LEMBO EM SP

Na primeira parte desta página, a manchete principal é sobre o caso do dossiê, assunto que coloca o candidato do PT em condições desfavoráveis. Acima desta há duas fotos: uma de Lula e outra de Alckmin, frente a frente. A posição como o jornalista que diagramou a página colocou as imagens, dá a impressão de que Lula está encarando o candidato do PSDB, e este parece estar em situação desconfortável.

No entanto, naquele momento político, quem deveria estar com aspecto de tensão deveria ser o petista, devido aos recentes escândalos do dinheiro usado na compra do dossiê. As Fotos chegam a ocupar 70% por cento da primeira parte da página. Além disso, próxima à manchete principal, há outra noticiando o valor da dívida do Estado de S. Paulo que Alckmin deixou para Lembo, seu vice. A quantia exposta é impactante: 1,2 bilhão de reais. É importante destacar também que o lead da chamada está antes da dobra do jornal, reforçando o conteúdo negativo à imagem do candidato do PSDB. No caso da chamada da manchete principal, fica abaixo da dobra do jornal.

Figura 9 – 2de outubro



MANCHETE PRINCIPAL: LULA E ALCKMIN DISPUTAM 2º TURNO; SERRA E AÉCIO SÃO ELEITOS EM SP E MG

SUBTÍTULO (1): Projeção do Data Folha indica que presidente e tucano vão se enfrentar novamente no dia 29

SUBTÍTULO (2) : 16 Estados já definiram os novos governadores no primeiro turno; abstenção no país foi de 16,81%

Nesta página, a primeira parte foi praticamente toda reservada para o candidato do PT. Do ângulo em que foi fotografado, dá a impressão de que estava no meio de centenas de fotógrafos e jornalistas. Já abaixo da dobra do jornal, aparece Alckmin de costas, cerceado de algumas dezenas de jornalistas. Isso dá a impressão de que o jornal construiu uma imagem bastante positiva de Lula, colocando-o como se fosse mais importante que seu principal oponente. Além disso, é necessário evidenciar que quando alguém é fotografado de costas, está sendo rebaixado, ofendido, de acordo com Pinto (2002).

É importante destacar também, a ordem do nome na manchete, pois o de Lula aparece na frente do de Alckmin. Outro fato que deve ser mencionado é que aproximadamente cerca de 50% da página toda evidencia mais o candidato Lula. Considerando somente a primeira parte da primeira página, cerca de 95% da diagramação dessa destaca o candidato petista. Além disso, a fotomanchete desse espaço chega a preencher cerca de 80% desse, e esta apresenta a imagem de Lula.

Figura 10 – 11 de outubro

UM JORNAL A SERVIÇO DO BRASIL • WWW.FOLHA.COM.BR

FOLHA DE S. PAULO

QUINTA-FEIRA, 11 DE OUTUBRO DE 2014

51% LULA 40% ALCKMIN

Lula amplia vantagem sobre Alckmin

Na primeira pesquisa após debate, diferença vai a 11 pontos; tucano perde apoio entre os mais ricos e instruídos

China pede punição à Coreia do Norte, mas veta ataque

Ministro quer mais liberdade na utilização de receita da União

Justiça manda quebrar sigilos fiscal e bancário de Abel Pereira

Morte de menina em resort de PE tem 5 indicados

Secretário é preso, acusado de torturar moradores de rua

Tom Zé faz 70 anos e responde a perguntas de seus fãs

Em SP, tucano arrecadou mais e gastou mais

TV digital vai começar no fim de 2007 em SP

MANCHETE PRINCIPAL: LULA AMPLIA VANTAGEM SOBRE ALCKMIN

SUBTÍTULO: Na primeira pesquisa após o debate, diferença vai a 11 pontos; tucano perde apoio entre os mais ricos e instruídos

Acima da manchete, a página é dividida com fotomanchetes dos dois candidatos à presidência. No espaço de Lula, este aparece em volta de vários eleitores, mas o fotógrafo deu evidência ao momento em que o candidato cumprimentava uma eleitora. Esta apresentava aparência de histeria misturada à felicidade ao ver o petista. Este chega a tocar no rosto da senhora, como se estivesse expressando carinho por esta. Já no espaço tucano, este aparece em volta de alguns eleitores. Há uma eleitora que parece se aproximar, mas do ângulo que o repórter bateu a foto, parece que o candidato joga o corpo para trás, como estivesse esquivando-se. Não querendo, dessa forma, contato físico com eleitores.

A manchete principal juntamente com o subtítulo e chamada mostram um dado bastante positivo sobre Lula: a vantagem que possui sobre Alckmin nas pesquisas. É interessante observar, também, que aproximadamente 95 % da primeira parte desse jornal beneficiavam a imagem de Alckmin.

Nas análises feitas a partir das dez capas do jornal Folha de S. Paulo, evidenciando, manchete, subtítulo, fotomanchete, texto-legenda, chegou-se à conclusão de que esse veículo de comunicação construiu uma imagem negativa para o candidato Alckmin, chegando até a ridicularizá-lo. Já para o seu principal oponente, Lula, apesar de aparecerem dados que pudessem comprometê-lo, esses eram sempre amenizados com outros dados que receberam maior destaque, como o rótulo negativo construído do candidato do PSDB.

Na verdade, o que se percebe é que esse veículo de comunicação fez um recorte da verdade, para amenizar os fatos negativos relacionados a Lula. Assim, o jogo discursivo que o veículo construiu beneficiou o petista e prejudicou Alckmin. Afinal, o discurso produzido por esse meio de informação, como é um aparelho ideológico de Estado (Althusser, 2003), reproduz o dizer da classe dominante. Pode-se concluir, então, que esta classe tem interesse na reeleição de Lula.

4.3 ANÁLISE DAS CAPAS DO JORNAL O GLOBO

Foram analisadas 50 primeiras páginas do O Globo, durante a eleição presidencial de 2006, no período de agosto a outubro. Porém, para a pesquisa foram utilizadas dez edições do jornal. A escolha foi de forma aleatória.

O gráfico abaixo mostra quantas vezes o jornal citou Lula e seu principal oponente político, Alckmin, nas cinquenta edições. É importante destacar que nenhum outro candidato apareceu na manchete principal nos impressos analisados.

Gráfico 2

CANDIDATO LULA		CANDIDATO ALCKMIN	
GOV. FEDERAL		GOV. DO ESTADO SP	
FAVORÁVEL	NÃO FAVORÁVEL	FAVORÁVEL	NÃO FAVORÁVEL
4	3	0	5
SANGUESSUGA		SANGUESSUGA	
FAVORÁVEL	NÃO FAVORÁVEL	FAVORÁVEL	NÃO FAVORÁVEL
6	1	0	0
ORDEM DO NOME		ORDEM DO NOME	
FAVORÁVEL	NÃO FAVORÁVEL	FAVORÁVEL	NÃO FAVORÁVEL
4	0	0	0
DOSSIÊ		DOSSIÊ	
FAVORÁVEL	NÃO FAVORÁVEL	FAVORÁVEL	NÃO FAVORÁVEL
6	5	0	0
IMAGEM		IMAGEM	
FAVORÁVEL	NÃO FAVORÁVEL	FAVORÁVEL	NÃO FAVORÁVEL
2	2	0	4
TOTAL		TOTAL	
FAVORÁVEL	NÃO FAVORÁVEL	FAVORÁVEL	NÃO FAVORÁVEL
22(66,6%)	11(34,4%)	0	9 (100%)
TOTAL DE CITAÇÕES		TOTAL DE CITAÇÕES	
33		9	

Lula foi citado 33 vezes na manchete principal, enquanto que Alckmin nove vezes. Somente oito manchetes não envolviam os dois candidatos. Quatro manchetes relacionadas ao governo federal trouxeram informações favoráveis a este e três eram

negativas. Houve cinco manchetes principais sobre o crime organizado em S. Paulo. Sete informações estavam relacionadas ao caso dos sanguessugas, porém seis não estavam sozinhas, dividiam espaço com outras manchetes; somente uma ocupava toda a primeira parte da página

Praticamente a mesma situação aconteceu com as matérias sobre a compra do dossiê, seis manchetes principais dividiam espaço com outras, cinco ocupavam o espaço sozinhas. Todas as vezes em que apareceram juntos os nomes dos candidatos do PSDB e do PT, a ordem sempre era: Lula e Alckmin e nunca Alckmin e Lula.

Duas reportagens beneficiavam diretamente a imagem de Lula e duas não. Quatro edições trouxeram a imagem negativa de Alckmin, três destas, as fotos eram distorcidas.

Durante o período de eleição, o candidato Lula passou por várias acusações. Duas delas eram sobre seu partido estar comprometido com a compra do dossiê que incriminava Serra e Lula e com a máfia dos sanguessugas.

No Globo, também, foi observado que a maioria das manchetes principais que mostravam informações negativas sobre Lula ou Governo Federal, sempre havia outras notícias, reportagens, imagens, que atraíam mais a atenção do leitor. Esse efeito ameniza o impacto do tom negativo exposto sobre o governo.

CRESCER COMPRA DE PRODUTOS BRASILEIROS NA AMÉRICA LATINA • PÁGINA 21

O GLOBO

MEGA LINE

Após o massacre, Israel amplia invasão por terra

Governo descarta cessar-fogo, convoca reservistas e surpreende Condoleezza

O cotidiano da guerra nos bairros

• Lufthansa e Transavia retomam voos para Israel...
 • O ministro Daniel Foa...
 • Sanguessugas vão disputar as eleições...
 • Mais cariocas morrem acima dos 80 anos...
 • Começa hoje uma nova era Dunga

Eleições
ESTÔMAGO DE CANDIDATO

121508 - O ministro da Saúde, Marcelo Freixo, comendo um sanduíche...
 121509 - O ministro da Saúde, Marcelo Freixo, comendo um sanduíche...
 121510 - O ministro da Saúde, Marcelo Freixo, comendo um sanduíche...
 121511 - O ministro da Saúde, Marcelo Freixo, comendo um sanduíche...

Lula fará comício na Argentina
Heloisa apela: 'Só não vale me matar'
Sirks promete: ser 'traidor na defesa do Rio'

• O PT prepara...
 • A briga de...
 • Candidato de...
 • O fim é...
 • O fim é...
 • O fim é...

MANCHETE PRINCIPAL: APÓS O MASSACRE, ISRAEL AMPLIA INVASÃO POR TERRA

SUBTÍTULO: Governo descarta cessar-fogo, convoca reservistas e surpreende Condoleezza

TÍTULO: ESTÔMAGO DE CANDIDATO

Abaixo da manchete principal, está um título: ESTÔMAGO DE CANDIDATO; antes da dobra do jornal, o que chama bastante a atenção do leitor,

por estar em posição estratégica de leitura. Depois dessa, quase até o fim da página há várias fotos do candidato do PSDB comendo. Os fotógrafos “escolhem momentos em que o político aparece de forma ridícula para apertar o disparador. Há uma preferência por flagrar políticos comendo (...)”. (FARIA, 2001, p. 215)

Nesta página cerca de 60% do conteúdo de toda ela mostra Alckmin comendo. Ao lado da foto acima da dobra, há uma manchete sobre os saguassugas que vão disputar a eleição, porém é pequena e sem destaque, além disso, a chamada dessa ocupa praticamente a parte debaixo da dobra.

A Manchete principal acaba ficando sem destaque, apesar de a letra ser grande. Afinal, as quatro fotos que estão no jornal, referentes ao Alckmin, chegam a atrair mais a atenção do leitor do que qualquer texto e imagem utilizados naquele espaço. Na verdade, o candidato do PSDB acabou sendo ridicularizado pelo momento escolhido pelo repórter fotografo.

DOMINGO, O GLOBO + R\$ 14,90 = DVD 'OS 3 MOSQUETEIROS'

O GLOBO

190 DE JUNHO DE 2014 • R\$ 14,90 • 11 DE AGOSTO DE 2014 • 400 COLAS • R\$ 14,90 • WWW.GLOBO.COM.BR

A globalização do medo



• A polícia brasileira atua em meio às tensões, com a prisão de 28 suspeitos, em parte para a execução de uma operação de segurança pública. Também há relatos de ataques a pontos de ônibus, pontes, metrô e outros locais de circulação de pessoas que continuam a ser alvo de ataques. Segundo o ministro da Justiça, Luiz Inácio Lula da Silva, a situação é grave e a polícia deve atuar com firmeza. De acordo com o ministro, a situação é grave e a polícia deve atuar com firmeza. De acordo com o ministro, a situação é grave e a polícia deve atuar com firmeza.

POPULARES PARTICIPAM A MARCHA DE PROTESTO, EM SÃO PAULO, A MARCHA É EM HOMENAGEM AO BOMBADEIRO DA BARRAGEM DE BRANCO NEVE

SP: facção tem 113 entre os indultados

• O levantamento da PF em São Paulo, com 113 presos que estão na lista dos 113 indultados, revela que a facção tem 113 entre os indultados. A PF está se movendo para evitar novas condenações, já em liberdade. No entanto, 113 presos foram indultados. Página 18.

Amanhã: Caderno Especial analisa o Bolsa Família

Eleições

CPI quer cassar 72, mas eleitor pode punir antes

Relatório aponta envolvimento de 69 deputados e 3 senadores com sanguessugas

• São mais as mais evidentes da lista de deputados envolvidos, a CPI da Sangue aponta relatório preliminar à Câmara de Deputados sobre o envolvimento de 69 deputados e 3 senadores com sanguessugas. O relatório aponta o envolvimento de 69 deputados e 3 senadores com sanguessugas. O relatório aponta o envolvimento de 69 deputados e 3 senadores com sanguessugas.

OS 33 DEPUTADOS DO BLOCO

Nervoso, Lula erra em entrevista

A única coisa que está caindo é o salário, disse o petista, que se atrapalhou ao falar sobre corrupção

• O presidente Lula parece nervoso em entrevista ao "Diário Notícias", afirmou à mídia. Segundo Lula, em entrevista ao "Diário Notícias", afirmou à mídia. Segundo Lula, em entrevista ao "Diário Notícias", afirmou à mídia.

CRUEL

TCE considera ilegal decreto das vans

• O presidente do Tribunal de Contas do Estado (TCE) considerou ilegal o decreto que prorroga a licença de operação das vans. O TCE considerou ilegal o decreto que prorroga a licença de operação das vans.

• O presidente do Tribunal de Contas do Estado (TCE) considerou ilegal o decreto que prorroga a licença de operação das vans. O TCE considerou ilegal o decreto que prorroga a licença de operação das vans.

MANCHETE PRINCIPAL: CPI QUER CASSAR 72, MAS ELEITOR PODE PUNIR ANTES

SUBTÍTULO: Relatório aponta envolvimento de 69 deputados e 3 senadores com sanguessugas

MANCHETE: A GLOBALIZAÇÃO DO MEDO

MANCHETE: SP: FACÇÃO TEM 113 ENTRE OS INDULTADOS

Na primeira parte da primeira página aparecem três assuntos diferentes: atentado terrorista, cassação de político corrupto e atentado envolvendo o PCC. De acordo como a página foi diagramada de forma que a imagem dos policiais armados em Londres pudesse ser confundida com os do Brasil.

Essa possível leitura poderia ser feita por causa da proximidade em relação ao espaço ocupada pela fotomanchete e a manchete. Além disso, nesse período os ataques terroristas em S. Paulo estavam freqüentes. A imagem e a manchete sobre o Primeiro Comando poderiam amenizar o impacto do conteúdo negativo sobre cassação de corruptos na política. Isso inclui principalmente o PT, pois vários nessa época estavam respondendo processo por corrupção.

No final da página, há a seguinte Manchete: NERVOSO, LULA ERRA EM ENTREVISTA. Este assunto deveria ter saído como destaque da primeira parte da primeira página, pois é o momento de campanha eleitoral. Uma manchete como essa produz um tom negativo, porém é amenizado pelo espaço que ocupa. Segundo Pinto (2002), os jornais sempre são diagramados de acordo com os interesses da empresa. Assim, assuntos que essa queira que seja destaque sempre os coloca na primeira parte da primeira página do impresso.

FOTOLEGENDA: Alunos beneficiados com o programa Bolsa Família em Araçuaí, no Vale do Jequitinhonha, em Minas

Depois da Manchete negativa sobre o governo e também a charge, logo abaixo, antes da dobra do jornal, há uma manchete: “Além de matar a fome” e um subtítulo: Resultados e desafios do Bolsa Família; ao lado há uma foto manchete também relacionada com o tema. Na verdade, na primeira parte do jornal, há informações muito negativas relacionadas ao partido do qual Lula faz parte. No entanto, no mesmo espaço, antes da dobra do impresso, há um de seus principais projetos expostos na página, o que dá um certo equilíbrio sobre a sua imagem.

No final da página, há a seguinte manchete: PLANALTO ADMITE QUE LULA ESTAVA VERVOSO. Esta é referente ao debate político que o candidato não participou. Ao lado dessa, há uma fotomanchete que não está relacionada com a manchete, mas pode dar ao leitor a sensação que sim, mesmo o conteúdo sendo diferente devido à proximidade da diagramação. O interessante é que a manchete afirma que Lula estava nervoso, porém a foto não mostra isso. Mesmo essa não pertencendo à manchete, parece que o fato de o petista estar nervoso é mentira, pois na foto parece estar bem tranquilo.

Figura 14 – 29 de agosto



MANCHETE PRINCIPAL: SANGUESSUGAS FAZEM SENADO ABRIR PROCESSOS DE CASSAÇÃO

SUBTÍTULO: Suassuna, Serys e Malta são os primeiros processados desde o mensalão

MANCHETE: A DESORDEM MORA AO LADO

MANCHETE: VOLKS SÓ TERÁ DINHEIRO DEPOIS DE FECHAR ACORDO

Apesar de aparecer uma manchete relacionada ao caso dos sanguessugas, acima dessa, há uma foto enorme de um bueiro com a manchete: **A desordem mora ao lado**. A chamada (pequeno texto que fica na primeira página) é referente ao descaso da prefeitura com a sua vizinhança, ou seja, com problemas típicos da desordem urbana. O local fica próximo ao prédio da prefeitura do Rio. Na verdade, esse é um assunto de pouco impacto para ser uma manchete, apresentar também uma fotomanchete e se posicionar na primeira parte do jornal. O espaço deveria ter sido explorado para a chamada da manchete principal, que se encontra abaixo da dobra do jornal. Outras reportagens como a situação de risco da empresa volkswagen teria um impacto maior, pois o assunto é de interesse nacional. A manchete sobre essa ocupa um pequeno espaço ao lado esquerdo do impresso. Além disso, o candidato à presidência Cristóvam Buarque aparece abaixo da dobra. A sua foto teria um impacto muito maior se estivesse em cima, pois em nenhuma das cinquenta edições analisadas ele aparece na primeira parte da primeira página.

Figura 15 – 2 de setembro



MANCHETE PRINCIPAL: PF PRENDE QUADRILHA DE 38 E EVITA ROUBO A BANCOS

SUBTÍTULO: Grupo roubou BC em Fortaleza e agia para financiar ações do crime em SP

Aproximadamente 80% da primeira parte da primeira desta página é referente ao assunto relacionado com o PCC, que nesse período estava agindo em S. Paulo, provocando vários atentados. Nesse espaço não há nenhuma reportagem direta com Lula nem com Alckmin. Porém, indiretamente, pois o Primeiro Comando da Capital está ligado à imagem ineficaz de segurança do estado de S. Paulo, ou seja, ao próprio candidato do PSDB. Afinal, é o que a mídia reproduziu bastante nesse período.

No final dessa página, há uma manchete que fala sobre política. Essa afirma que apesar de Alckmin ter subido nas pesquisas, Lula está na frente e com folga.

Figura 16 – 6 de setembro



MANCHETE PRINCIPAL: TSE ABRE CAMINHOS PARA CANDIDATOS SOB SUSPEITA

SUBTÍTULO: Marco Aurélio de Mello admite que sociedade não aceitará decisão

Em cima desta manchete, há a charge do Chico Caruso que é mais comum encontrá-la no final da página. Esta se refere ao técnico Dunga, ao lado desta há uma foto do Ronaldinho Gaúcho cumprimentando Marcelo. A legenda da foto é sobre o resultado do jogo: 2 a 0 para o Brasil. Este tipo de informação chama mais atenção do leitor do que matérias relacionadas a político envolvido com escândalos de corrupção, afirma Pinto (2002).

Abaixo da dobra, há uma grande imagem de ressaca na praia do Leblon. Mas voltando a primeira parte da página, a notícia sobre o governo divide o local com esporte, principalmente futebol, considerado “a paixão do brasileiro”. Assim, observa-se que a informação negativa ligada ao governo acaba sendo abafada pelo esporte.

Figura 17 - 30 de setembro



MANCHETE PRINCIPAL: DIVULGAÇÃO DE FOTOS DO DOSSIÊ ABRE NOVA GUERRA ENTRE PT E OPOSIÇÃO

SUBTÍTULO: Partido quis censurar a veiculação das imagens, mas TSE não aceitou o pedido

MANCHETE: AVIÃO DA GOL BATE E DESAPARECE COM 155

O jornal divulga a foto do dinheiro utilizado pelo PT para comprar o dossiê. Entretanto, a imagem do volume daquele fica mais exposto após a dobra do jornal. O impacto seria maior se utilizassem outra fotomanchete que aproveitasse o local reservado para a manchete principal. No mesmo dia, o veículo divulgou na primeira parte do jornal o acidente do avião da Gol 155.

O acidente divulgado pelo jornal divide o espaço da primeira parte da primeira página com a divulgação do dinheiro que foi usado para comprar o dossiê. Porém, se este assunto estivesse sozinho na primeira parte da primeira página talvez o impacto da imagem fosse maior.

Figura 18 -23 de outubro



MANCHETE: DÓLARES PARA COMPRA DE DOSSIÊ SAÍRAM DE CORRETORA EM CAXIAS

SUBTÍTULO: Investigações da PF mostram que saques foram feitos por laranjas

MANCHETE: UM GRANDE PRÊMIO PARA A HISTÓRIA

SUBTÍTULO: Massa vence a prova; Alonso é bicampeão e Schumacher dá adeus

Nesta edição, a manchete principal é sobre os dólares que foram utilizados para a compra do dossiê. Esta obviamente compromete a imagem de Lula para as eleições, porém cerca de 80% da primeira parte da página é usada para mostrar a vitória de Alonso, da Fórmula 1, em Interlagos. De um modo geral, na página inteira, aproximadamente 70% dela cobre matérias ligadas ao esporte.

Retratos atraem o olho, ganham a atenção, incitam a curiosidade. Retratos fazem o leitor ser receptivo à informação. Pessoas resistem ao esforço de ler: isso significa trabalho. Mas elas parecem não prestar atenção a isso quando olham retratos. Então, quanto mais informação puder ser acondicionada sem usar palavras, melhor. Retratos, ao substituir a descrição verbal por imagem visual, ajudam a diminuir o percurso do processo de leitura. (WHITE apud HERNANDES, 2006, p. 215)

Figura 19 24 de outubro



Abaixo da manchete, aparece o principal oponente de Lula, Alckmin. Este está ao lado do ex - presidente, Fernando Henrique Cardoso, segurando a bandeira do Brasil. No entanto, o fotógrafo fez questão de apertar o flash e publicar a imagem do candidato do PSDB segurando um dos principais símbolos nacionais de ponta cabeça.

(...) a produção do discurso é ao mesmo tempo controlada, selecionada, organizada e redistribuída por certo número de procedimentos que têm por função conjurar seus poderes e perigos, dominar seu acontecimento aleatório, esquivar na sua pesada e temível materialidade. (FOUCAULT, 2006, p.9)

Aproximadamente 90% da primeira parte do jornal foi reservada às informações sobre o debate de Lula e Alckmin. A foto do evento que chega a ocupar 70% da primeira parte mostra os dois candidatos cumprimentando o público que estava no estúdio da Rede Globo. Entretanto, do ângulo em que Alckmin aparece, dá a impressão de que ele está abobado, ou melhor, essa é a imagem que o jornal quer passar. Criando-lhe, assim, uma identidade de candidato que não possui perfil para comandar.

Uma vez que a identidade muda de acordo com a forma como o sujeito é interpelado, ou representado, a identificação não é automática, mas pode ser ganhada ou perdida. Ela tornou-se politizada. Esse processo é às vezes, descrito como constituindo uma mudança de política de identidade (de classe) para uma política de diferença. (HALL, 2005, p.21)

A partir das edições analisadas do jornal o Globo, pode-se detectar que nesse período e o jornal construiu uma imagem negativa em relação ao candidato Alckmin, como se este não fosse capaz de comandar uma nação. Este aprecia sempre nas primeiras páginas como uma pessoa abobada. Já Lula, apesar de seu partido estar ligado a vários escândalos, o impresso procurava amenizar as informações negativas.

Como no jornal Folha de S. Paulo, O Globo também construiu o seu discurso de acordo com a ideologia da classe dominante. A verdade que pode transmitir foi filtrada, recortada conforme o interesse da classe que domina. Dessa forma, a função dos aparelhos ideológicos de Estado, de acordo com Foucault (2004), é o de transmitir uma verdade que é sempre controlada.

CONCLUSÃO

A pesquisa sobre o jornal Folha de S. Paulo e O Globo, durante o período de eleição presidencial, foi feita nas primeiras páginas desses para verificar o jogo discursivo que esses meios de comunicação construíram nesse momento. Isso foi realizado sob a perspectiva da ADF (Análise de Discurso de Linha Francesa).

No primeiro capítulo há a apresentação dessa linha de pesquisa. Os teóricos, como Pêcheux (1988), Orlandi (2005), Althusser (2003), explicam a relação de sujeito com ideologia. Prova-se por esses autores e por Foucault (2004) que essa última é representada pela luta de classes, ou seja, uma classe domina a outra, é justamente nesse momento em que nasce o poder e este é inerente à ideologia da classe dominante.

Mostra-se nessa pesquisa, a partir de Foucault (2004), como a classe dominante é responsável por dominar a verdade. Esta é, de fato, construída e reproduzida pelos interesses dessa classe. A sua reprodução ocorre pelos aparelhos ideológicos de Estado. Dessa forma, as pessoas passam a receber desses aparelhos uma verdade recortada, filtrada, mascarada, que reafirma a ideologia da classe dominante.

No capítulo referente à história da imprensa, Burke (2003) é um dos pesquisadores que mostram como o conhecimento estava sempre atrelado à classe dominante. Ela o controlava, o censurava, e reproduzia, muitas vezes, só parte dele, a que pudesse beneficiá-la. Outros autores, também citados nesse trabalho, apontam que, pela história, é possível entender melhor os meios de comunicação, a sua postura diante da sociedade. O motivo que os levou, muitas vezes, a se aproximar do governo.

Segundo Mattos (2005, p.142), no século passado, a imprensa, para conseguir crescer, recebeu bastante ajuda do governo, principalmente durante o período da ditadura. A Rede Globo, por exemplo, conseguiu concessão para o seu funcionamento neste período, desde então passou a receber apoio do regime governamental. “O grupo dos Marinho sempre esteve próximo do poder político, beneficiando-se da situação privilegiada que o ajudou a construir e dominar o setor de comunicações”.

É possível entender pela teoria utilizada como ferramenta de pesquisa e pela análise do *corpus* o jogo discursivo que os meios impressos Folha de S. Paulo e o Globo

construíram durante o período eleitoral. Assim, a partir do que foi exposto nas capas desses jornais, conclui-se que esses dois reproduziram um discurso para beneficiar Lula e prejudicar Alckmin. De fato, esses impressos fizeram um recorte da verdade, amenizaram os fatos negativos que estavam relacionados a Lula. Para isso, utilizaram recursos imagéticos e de palavras. Já com relação ao candidato do PSDB, construíram uma imagem que pudesse comprometê-lo, chegando quase a desqualificá-lo para assumir um cargo de responsabilidade extrema.

Os dois impressos, então, valorizaram bastante os aspectos negativos de Alckmin e amenizaram os de Lula. Dessa forma, esses dois funcionaram como aparelhos ideológicos de Estado (ALTUSSER, 2003), reproduzindo a verdade permitida, controlada pela classe dominante: Lula é bem melhor do que Alckmin. Essa classe sempre transforma a informação de acordo com os seus interesses e divulga isso nos seus aparelhos. Essa é uma estratégia que utiliza para lhe assegurar o poder.

Assim, verificou-se, a partir da análise, que a classe dominante foi favorável à candidatura de Lula. Para isso, através de um jogo discursivo, criou uma imagem muito mais apropriada para o petista assumir o cargo de presidente do que a que construiu para o candidato do PSDB. Isso foi reproduzido em seus aparelhos ideológicos, Folha e O Globo, os de maior circulação nacional.

Esse trabalho mostra apenas uma das vertentes possíveis de leitura sobre o jornalismo, tendo em vista inúmeras outras linhas teóricas. Os resultados apresentados nessa pesquisa podem ser úteis para que os professores de Língua Portuguesa trabalhem esse conteúdo com seus alunos. Durante as aulas sobre leitura e produção de textos, o profissional pode mostrar quais são as estratégias que os veículos de comunicação utilizam para construir uma verdade.

REFERÊNCIAS

- ALTHUSSER, Louis. *Aparelhos Ideológicos de Estado*. São Paulo: Graal, 2003.
- BAHIA, Juarez. *Jornal, História e Técnica*. São Paulo: IBRASA, 1972.
- _____. *Jornal, História e Técnica 2*. São Paulo: Ática, 1990.
- BAKHTIN, Mikhail Mikhailovitch. *Estética da Criação Verbal*. São Paulo: Martins Fontes, 2003.
- BELTRÃO, Luiz. *Jornalismo Interpretativo: Filosofia e Técnica*. Porto Alegre: Sulina, 1976.
- BONINI, Aldair. *Gêneros Textuais e Cognição*. Forianópolis: Insular, 2002.
- BURKE, Peter. *Uma história social do conhecimento: de Gutenberg a Diderot*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2003.
- CARMAGNANI, Anna Maria Grammatico. *A Argumentação E O Discurso Jornalístico – A Questão da Heterogeneidade Em Jornais Ingleses e Brasileiros*. São Paulo: PUC, 1996.
- CARTA CAPITAL. *Mídia*, 12/02/2003, p-50.
- CHARAUDEAU, Patrick. *Discurso das Mídias*. São Paulo: Contexto, 2006.
- DINES, Alberto. *A Imprensa Em Questão*. Campinas: UNICAMP, 1997.
- ELIA, Luciano. *O conceito de Sujeito*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2004.

FARIA, Maria Alice. *A Leitura do Jornal e do Fotojornalismo*. In: MARINHO, M.(Org.) *Ler e navegar*. Campinas: Mercado de Letras: ALB, 2001.

FIORIN, José Luiz. *Linguagem E Ideologia*. São Paulo: Editora Ática, 2006.

FOUCAULT, Michel. *A Ordem Do Discurso*. São Paulo: Edições Loyola, 2006.

_____. *Microfísica do Poder*. Rio de Janeiro: Graal, 2004

GARCIA, Luiz. *O Globo. Manual de Redação e Estilo*. São Paulo: Globo, 1992.

GUARESCHI, Pedrinho. *Comunicação E Controle Social*. Petrópolis, RJ, Vozes, 2004.

HALL, Stuart. *A Identidade Cultural na Pós-Modernidade*. Rio de Janeiro RJ. 2005.

HERNANDES, Nilton. *A Mídia E Seus Truques: o que Jornal, Revista, TV, Rádio e Internet fazem para captar e manter atenção do público*. São Paulo: Editora Contexto, 2006.

KARAM, Francisco José. *A Ética Jornalística e o Interesse Público*. São Paulo: Summus, 2004.

LONGO, Leila. *Linguagem e psicanálise*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2006.

LOPES, Carlos Luís. *O Culto Às Mídias: Interpretação, Cultura E Contratos*. São Carlos: UFSCAR, 2004.

MARCUSCHI, Luiz Antônio. *Gêneros Textuais: Configuração, Dinamicidade e Circulação*. In: KARWOSKI, A. M.; GAYDECZKA, B.; BRITO, K.S. *Gêneros Textuais: reflexões e ensino*. Palmas e União da Vitória, PR: Kayganguê, 2005.

MARTINS, Eduardo. *Manual de Redação e Estilo de O Estado de S. Paulo*. São Paulo: O Estado de S. Paulo, 1997.

MATTOS, Sérgio. *Mídia Controlada: A História Da Censura No Brasil E No Mundo*. São Paulo: Paulus, 2005.

MELO, José Marques de. *Imprensa Brasileira: Personagens que fizeram historia, vol. 1*. São Paulo: Universidade Metodista de São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 2005.

_____. *Imprensa Brasileira: Personagens que fizeram historia, vol. 2*. São Paulo: Universidade Metodista de São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 2005.

_____. *Jornalismo Opinativo: Gêneros Opinativos no Jornalismo Brasileiro*. Campos do Jordão: Editora Mantiqueira, 2003.

ORLANDI, Eni P. *A produção da leitura e suas condições*. In: BARZOTTO, Valdir H. (org.) *Estado de leitura*. Campinas: Mercado de Letras, 1999.

_____. *Análise de discurso: princípios e procedimentos*. Campinas: Pontes, 2005.

PÊCHEUX, M. FUCHS, C. *A Propósito da Análise Automática do Discurso: Atualização e Perspectivas*. In: GADET, F.; Hak, T.(Orgs.) *Por Uma Análise Automática do Discurso: Uma Introdução A Obra de Michel Pêcheux*. Campinas, UNICAMP, 1997.

_____. *Semântica E Discurso: Uma Crítica À Afirmação do Óbvio*. Campinas: UNICAMP, 1988.

PINTO, Milton José. *Comunicação e Discurso: introdução à análise do discurso*. São Paulo: Hacker Editores, 2002.

POLACOW, Patrícia Ozores. *História da TV no Brasil: Assis Chateaubriand e os acordos Time-Life*. Petrópolis: Vozes, 2002.

RODRIGUES, Rosângela Hammes. *Os Gêneros do Discurso na Perspectiva Dialógica da Linguagem: A Abordagem de Bakhtin*. In: MEURER, J.L.; BONINI, A.; MOTTAROTH, D. (Org.) *Gêneros: teorias, métodos, debates*. São Paulo: Parábola, 2005.

SANTAELLA, Lucia; NÖTH, Winfried. *Imagem: Cognição, semiótica, mídia*. São Paulo: ILUMINURAS, 2005.

SILVA, Carlos Eduardo Lins da Silva. *Mil dias: seis mil dias depois*. São Paulo: Pubfolha, 2005.

SODRÉ, Nelson Werneck. *História da Imprensa no Brasil*. Rio de Janeiro: Graal, 1977.

TRAQUINA, Nelson. As notícias. In: TRAQUINA, Nelson (Org.). *Jornalismo: questões, teorias e "estórias"*. Revista Comunicação e Linguagem. Lisboa, Vega, 1993.

VANIER, Alain. *Lacan*. São Paulo: Estação Liberdade, 2005.