

# FAZENDO GÊNERO EM JORNALISMO

OS PROJETOS EDITORIAIS  
DA FOLHA DE S.PAULO  
EM PERSPECTIVA DIALÓGICA

**ASSUNÇÃO CRISTÓVÃO**

**FAZENDO GÊNERO EM  
JORNALISMO**

Conselho Editorial Acadêmico  
Responsável pela publicação desta obra

Alessandra Del Ré  
Anise de Abreu Gonçalves D'Orange Ferreira  
Arnaldo Cortina  
Cristina Martins Fargetti  
Renata Maria Facuri Coelho Marchezan  
Rosane Andrade Berlinck

ASSUNÇÃO CRISTÓVÃO

**FAZENDO GÊNERO  
EM JORNALISMO**

OS PROJETOS EDITORIAIS DA *FOLHA DE  
S. PAULO* EM PERSPECTIVA DIALÓGICA

**CULTURA  
ACADÊMICA**   
*Editora*



© 2012 Editora Unesp

Cultura Acadêmica

Praça da Sé, 108

01001-900 – São Paulo – SP

Tel.: (0xx11) 3242-7171

Fax: (0xx11) 3242-7172

www.editoraunesp.com.br

feu@editora.unesp.br

CIP– Brasil. Catalogação na fonte  
Sindicato Nacional dos Editores de Livros, RJ

---

C951f

Cristóvão, Assunção

Fazendo gênero em jornalismo: os projetos editoriais da Folha de S. Paulo em perspectiva dialógica/Assunção Cristóvão. – São Paulo: Cultura Acadêmica, 2012.

344 p.: il.

Apêndice

Inclui bibliografia

ISBN 978-85-7983-375-5

1. Jornalismo 2. Comunicação - Aspectos sociais I. Título.

12-9174.

CDD: 070

CDU: 07

041592

---

Este livro é publicado pelo Programa de Publicações Digitais da Pró-Reitoria de Pós-Graduação da Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho" (Unesp)



Asociación de Editoriales Universitarias  
de América Latina y el Caribe



Associação Brasileira de  
Editoras Universitárias

*Para Maria, minha mãe.*  
(In memoriam)



# AGRADECIMENTOS

À profa. Renata Marchezan, sempre, por tudo.

Ao João, meu marido, ao Arthur, meu filho, aos meus irmãos, cunhados e sobrinhos.

Pela generosidade: Federico Pellizzi, Eugênio Bucci, Carlos Eduardo Lins da Silva, Alfredo Ogawa, Editora Abril, Revista Superinteressante, Folha de S. Paulo, Programa de Pós-Graduação em Linguística e Língua Portuguesa da Unesp, Editora Unesp, Capes e a todos que contribuíram com esta pesquisa.



# SUMÁRIO

Introdução	11
1 Mapeando um gênero: conceitos operatórios	25
2 O jornalismo e alguns de seus gêneros	51
3 O gênero projeto editorial (PE)	77
4 Percurso dos PE	113
5 O jornalista, a <i>Folha</i> , o leitor	187
6 Discurso verbal e não verbal: o projeto gráfico	215
Considerações finais	235
Referências bibliográficas	239
Anexos	245



# INTRODUÇÃO

Os exemplares de texto que podem ser considerados pertencentes ao gênero **projeto editorial**, pelo menos no caso dos grandes veículos de comunicação, não são de acesso público. O leitor do veículo quase sempre desconhece sua existência, e não é incomum que, ao ouvir falar em “projeto editorial”, equivocadamente pense em outro gênero do discurso, como o “editorial”.

Os projetos editoriais (PE) são textos estratégicos, geralmente não assinados, de autoria da cúpula da empresa jornalística e de circulação restrita (mesmo dentro do universo do jornalismo diário, poucos profissionais têm contato com um exemplar desse gênero). Como exemplo, será apresentada aqui uma breve transcrição de uma sequência cinematográfica, a fim de permitir uma rápida identificação desse gênero, conforme pode ser visto em *Cidadão Kane*:<sup>1</sup> por ser um clássico da sétima arte, esse filme pode contribuir com o objetivo de fornecer repertório eficientemente contextualizado, de modo a aclarar o fim precípua dos textos pertencentes àquele gênero.

Na cena a seguir, a personagem principal, Charles Foster Kane (uma alusão ao magnata das comunicações William Randolph Hearst),

---

1 WELLES, Orson. Cidadão Kane. In: WELLES, Orson. Cidadão Kane (CD1); A Batalha por Cidadão Kane (CD2). DVD Duplo remasterizado. Manaus: Videolar, 2009 (Citizen Kane: RKO Pictures, 1941; The battle over Citizen Kane: WGBH Education Foundation; demais materiais: Turner Entertainment Co. e AOL Time Warner Co.).



dono do *Examiner Inquirer*,<sup>2</sup> conversa com seus amigos e colaboradores Leland e Mr. Bernstein, revelando-lhes seus planos para o jornal:

— Preciso tornar o *Inquirer* tão importante para Nova York quanto o gás para esta lâmpada – diz ele.

— E o que vai fazer, Charlie? – pergunta Leland.

— Uma declaração de princípios – responde, acrescentando: – Não ria, Jediah! Está tudo aqui escrito.

— Não vá fazer nenhuma promessa que não possa cumprir – alerta o amigo.

— Estas vou cumprir – diz, e passa a ler o texto:

“Eu darei ao povo desta cidade um jornal diário que mostrará as notícias com sinceridade. Eu também farei...”

— É a segunda frase com “eu” – nota Leland.

— As pessoas saberão quem é o responsável – diz Kane. E continuou:

“Eu também farei uma luta sem trégua pelos seus direitos como cidadãos e seres humanos. Assinado: Charles Foster Kane.”

— Posso ficar com ela? – pede Leland.

— Eu vou publicá-la.

— Solly. – [*Charlie Kane chama um ajudante do jornal.*]

— Sim, Sr. Kane.

— Eis o editorial, Solly. Coloque num boxe na primeira página.

— No jornal de hoje?

— Exato, Solly...

Diz então Leland:

— Solly, quando você terminar, eu quero isso de volta. Eu quero guardar esse pedaço de papel. Algo me diz que ele pode se tornar muito importante. Um documento... como a Declaração da Independência e a Constituição...<sup>3</sup>

2 *The New York Inquirer*, no roteiro original em inglês. Ver nota seguinte.

3 O texto acima foi transcrito das legendas do filme *Cidadão Kane*. O roteiro publicado na internet é interrompido no ponto em que, na cena da película já montada e editada, Kane encerra dizendo “Assinado: Charles Foster Kane”.

Talvez esse diálogo do filme *Cidadão Kane* seja um ótimo exemplo de situação que envolve a criação de um PE (Projeto Editorial), ali chamado “declaração de princípios”. Ao longo do filme, entretanto, Kane usa o *Inquirer* como uma extensão de si mesmo, manipulando a verdade para fins pessoais. Além de ter interpretado o documento e tomado a atitude descrita, Leland, ao pedir para guardar a declaração de princípios, também teve um vislumbre do que o *Inquirer* se tornaria: “É a segunda frase com ‘eu’”.

Por declararem seus princípios, os projetos editoriais se prestam a esse tipo de revelação, e é com essa perspectiva que este livro analisa os oito projetos editoriais do jornal *Folha de S. Paulo*, produzidos a partir da década de 1970.

As intensas transformações tecnológicas no mercado das comunicações verificadas a partir desse período, em especial o advento e a popularização da televisão, afetaram o jornalismo impresso, obrigando-o a se modificar profundamente.

Mais recentemente, ao som e à imagem em movimento da televisão, vieram se somar a agilidade, o baixo custo e a acessibilidade da internet no gerenciamento das informações.

Assim, restava à imprensa se modernizar, buscar caminhos alternativos que preenchessem as novas necessidades de seu público por informações atualizadas num ritmo cada vez mais intenso, com imagens cada vez maiores e mais bem definidas, movimento, rapidez, velocidade e dinamismo. O desafio era assimilar as novas características e, ao mesmo tempo, preservar (nos casos em que já existissem) ou desenvolver aspectos como confiabilidade, seriedade, credibilidade e análise aprofundada dos acontecimentos e dos processos que os envolvem.

Foi justamente a partir da década de 1970 que o jornal *Folha de S. Paulo*, a exemplo de outros veículos de comunicação em todo o mundo, iniciou uma série de reformulações editoriais e gráficas. O pioneirismo e a ousadia dessa iniciativa renderam ao jornal a liderança no mercado brasileiro de veículos impressos, posição que seria abalada apenas em curto período de 2010.

Segundo dados do Instituto Verificador de Circulação (IVC),<sup>4</sup> os líderes de venda no início de 2010 eram jornais populares e pouco tradicionais:<sup>5</sup> *Super Notícia* (MG), com 303.269 exemplares diários, e *Extra* (RJ), com 302.697 exemplares. Em São Paulo, a *Folha* aparecia em terceiro lugar em circulação, com 292.626 exemplares diários, seguida pelo *O Globo*, com 251.525, e *O Estado de S. Paulo*, com 230.051 exemplares.

Em fevereiro de 2011, a *Folha* publicaria matéria anunciando a retomada de sua liderança:<sup>6</sup> “Pelo terceiro mês consecutivo, a *Folha* manteve a média diária de vendas acima dos 300 mil exemplares, consolidando-se na liderança do mercado de jornais. Nenhum outro rompeu essa marca”.

A matéria considerou o fenômeno ocorrido no início de 2010, com o *Super Notícia* na liderança, como uma “expansão” dos jornais populares durante a crise, num momento em que os títulos “nacionais” “pisaram no freio”, segundo o jornal, ou seja, ocasião que, em consequência da crise econômica, houve contenção de despesas. “Naquele momento”, afirmou a *Folha*, “os ‘populares’ apostaram na venda do jornal atrelada a brindes. Os analistas do IVC previam que essa estratégia seria insustentável”.<sup>7</sup>

Independentemente dos rumos e das oscilações do mercado, não há como negar: o jornal *Folha de S. Paulo* marcou, de forma indelével, o jornalismo brasileiro desde seu nascimento, em 1921, e mais fortemente nos últimos quarenta anos, num processo que se iniciou com o fim da ditadura militar no Brasil e que se mantém: apesar da crise por que passa o jornalismo impresso, a *Folha* continua sendo o veículo de maior circulação no país, com uma média diária de ven-

---

4 O Instituto divulga esses dados apenas para seus clientes, e nem todos têm interesse de divulgá-los publicamente. Por isso, os resultados aqui citados não são oficiais, ou seja, não foram extraídos diretamente das fontes que os geraram.

5 Para mais informações, consultar: <<http://jornale.com.br/zebeito/2010/05/07/os-maiores-jornais/>> ou <[www.advivo.com.br/blog/flipe/inacreditavel-super-noticia-e-o-maior-jornal-do-pais](http://www.advivo.com.br/blog/flipe/inacreditavel-super-noticia-e-o-maior-jornal-do-pais)>. Acesso em: mar. 2011.

6 *Folha de S. Paulo*, 2011, p.B4.

7 Idem.

das de 300 mil exemplares, seguido pelo *O Globo*, com 277,6 mil, e pelo *O Estado de S. Paulo*, com 253,6 mil.<sup>8</sup>

Assim como a *Folha*, todo o jornalismo mundial vive uma fase de incertezas. A revolução digital, que inicialmente se imaginou fazendo uma transposição do meio papel para o universo on-line, criando o webjornalismo, jornalismo on-line ou jornalismo cibernético, acabou tendo consequências devastadoras para a imprensa como a conhecíamos até o início do século XXI.

As conquistas obtidas com os modernos sistemas de impressão deixaram de ser páreo para aquelas alcançadas pelos meios digitais, embora a revolução on-line esteja apenas começando. Os recursos visuais e gráficos oferecidos pelo suporte digital são praticamente infinitos, assim como são infinitas as suas possibilidades de modificação: a notícia pode ser ampliada, os sistemas de som e imagem podem ser inseridos para dar forma e conteúdo à informação. Com isso, a transmissão da notícia em primeira mão – o “furo de reportagem” – virou objeto de utopia jornalística e matéria de livros de curiosidades acerca da história dessa atividade.

Como se sabe, a globalização e o desenvolvimento tecnológico também subverteram as noções de espaço e tempo, e mais uma vez o jornalismo como empresa precisou se modificar. Num primeiro momento, os jornais diminuíram seu quadro de pessoal, pois a tecnologia permitiu reduzir os recursos humanos numa escala jamais vista antes. Exemplos de como esses aspectos interferiram/interferirão na dinâmica das redações são inúmeros:

- A introdução de máquinas fotográficas digitais possibilitou a muitos repórteres tirar suas próprias fotos, seja pela portabilidade do equipamento, seja pela possibilidade de avaliar a qualidade do material fotográfico sem necessidade da revelação em papel.

---

8 Idem.

- Por sua dinâmica, e-mails e chats passaram a substituir entrevistas face a face, economizando tempo de transporte, uso de táxis e contratação de motoristas.
- Acabou sendo suprimida a figura do copidesque, profissional responsável pela revisão de textos.
- Alguns diagramadores ou profissionais de Design Gráfico foram substituídos por repórteres que dominavam a edição eletrônica.
- Muitos jornais acabaram com a função de correspondente internacional, porque as agências de notícias cuidavam de abastecer as redações de todo o mundo.
- Certamente, uma vez aperfeiçoados, os tradutores instantâneos, como o Google Translator, disponível no navegador Google Chrome, serão capazes de eliminar ainda mais as barreiras espaciais, linguísticas e de informação em todo o mundo, já que hoje é possível ler jornais on-line em qualquer língua e a qualquer momento.

Como os jornais impressos estão se preparando para enfrentar as novidades que surgem diariamente e um futuro ainda mais nebuloso? Como arcar com os altos custos de um complexo sistema de produção, vendas de publicidade e distribuição, lucrando com isso num universo em que, teoricamente, qualquer pessoa pode produzir/gerar a notícia e distribuí-la com apenas um clique a um universo de milhares de pessoas a um custo ao menos pensado como zero? Como o jornalismo vem se adaptando às circunstâncias históricas e às mudanças tecnológicas do país para chegar ao estágio em que se encontra hoje?

Os jornais do mundo todo e também do Brasil, entre eles a *Folha*, vêm tentando responder a essas perguntas, inclusive em seus projetos editoriais. Até hoje o jornal produziu oito projetos, eleitos como *córpus*<sup>9</sup> de estudo desta obra. Os projetos de

---

9 Adota-se aqui a grafia portuguesa *córpus*, conforme prevê PRADO, J. B. T. Por uma normatização ortográfica de palavras latinas incorporadas ao português. In: *Caderno de Letras da UFF*, n.35 – “Patrimônio cultural e lati-

1981, 1984, 1985, 1986, 1988 e 1997 constam da seção **Anexos** deste livro e também podem ser encontrados no *site* do jornal na internet.<sup>10</sup>

Não será apresentado aqui o projeto de 1978 por termos dele apenas alguns trechos e referências, obtidos a partir da consulta a três publicações do jornalista Carlos Eduardo Lins da Silva.<sup>11</sup> O de 1982, igualmente extraído da publicação de Silva,<sup>12</sup> mas ausente do material disponibilizado pela *Folha* na internet, consta da seção **Anexos**. Também é objeto deste livro a análise dos projetos gráficos (PG) de 2000, 2006 e 2010 (ver **Anexos**) como matérias jornalísticas que foram publicadas pelo jornal e descrevem apenas suas linhas gerais (caso esses projetos existam, o jornal não os divulga nem os formaliza como documentos específicos).

Embora os projetos ou a análise desse material aqui apresentada não tenham gerado respostas definitivas para as perguntas acima, permitiram, ancorados na perspectiva sócio-histórica – incluindo-se aí os aspectos político, econômico e social observados nas fases em que os projetos foram produzidos –, identificar relações entre o jornal e seus leitores, seus funcionários, o mercado no qual está inserido, o panorama histórico e social do país, num processo que certamente determinou a concretização da estrutura que esse veículo de comunicação desfruta hoje.<sup>13</sup>

---

nidade”. Niterói, RJ: UFF-Instituto de Letras, 2008, p.37-48; e NEVES, M. H. M. O campus da discórdia. *Língua Portuguesa*, v.31, p.56-59.

10 Acessar <[www1.folha.uol.com.br/folha/conheca/linha\\_editorial.shtml](http://www1.folha.uol.com.br/folha/conheca/linha_editorial.shtml)>.

11 SILVA, C.E.L. *Mil dias: os bastidores da revolução em um grande jornal*. Tese (livre-docência). Escola de Comunicações e Artes, USP, São Paulo, 1987; *Mil dias: os bastidores da revolução em um grande jornal*. São Paulo: Trajetória Cultural, 1988; *Mil dias: seis mil dias depois*. São Paulo: Publi-folha, 2005.

12 SILVA, 1987, p.254.

13 Vale salientar que este livro baseia-se na tese que representou uma retomada da dissertação de mestrado “O projeto editorial da *Folha de S.Paulo* sob a perspectiva do Círculo de Bakhtin”, defendida em 2005, sob orientação da Profa. Dra. Renata Coelho Marchezan. Desta vez, a análise recaiu so-

O objetivo da análise do material produzido nos últimos 40 anos é mostrar que, apesar das estabilidades verificáveis em sua estrutura como **gênero discursivo**, segundo Mikhail Bakhtin e seu círculo de estudos,<sup>14</sup> por reproduzir elementos como o conteúdo temático, os traços formais e de estilo verbal, houve uma transformação nesses mesmos elementos, provavelmente em função da relação dialógica mantida pelo jornal com o universo mutável que o circunda e com seus interlocutores diretos e indiretos, entre eles seu leitor, seus anunciantes, os sucessivos governos, a situação mundial, o desenvolvimento da concepção de jornalismo e até o desenvolvimento tecnológico.

A escolha dos projetos editoriais e gráficos como material da pesquisa que originou este livro deu-se em função de esse gênero de discurso apresentar aspectos peculiares e reveladores dos métodos, processos e atitudes que o jornal declara esperar transmitir ao seu público e, mais do que isso, reveladores da visão que o veículo tem de seu leitor, de sua atividade – o jornalismo – e do mundo.

Esses textos, geralmente formulados pela cúpula dos veículos de comunicação e não divulgados ao público, como se verá mais adiante, podem ser considerados jornalísticos; afinal, pertencem ao universo do jornalismo e, na maioria das vezes, são produzidos por jornalistas. Apesar disso, não cumprem uma das metas fundamentais que caracterizam o texto jornalístico: a informatividade como função primordial. Em vez de informar, sua principal finalidade é a de prescrever condutas, formas de atuação editorial e posturas ideológicas, utilizando para isso recursos de persuasão e de argu-

---

bre todos os projetos editoriais e gráficos do jornal, e não apenas sobre o de 1997, cópula principal daquele trabalho e referência deste, uma vez que é um projeto ainda em vigor. Para isso, muito do que foi analisado está aqui recuperado.

14 **Círculo de Bakhtin** é o nome que se dá ao pensamento constituído não só pela obra do filósofo Mikhail Bakhtin, mas também pelos intelectuais de áreas diversas que com ele participaram de discussões entre as décadas de 1920 e 1970. Sobre o assunto, ver: BRAIT, B. (Org.). *Bakhtin e o círculo*. São Paulo: Contexto, 2009.

mentação. Vale lembrar que esses textos têm como público-alvo declarado os próprios jornalistas, e não os públicos usuais dos veículos de comunicação.

Os projetos editoriais visam determinar as feições ideológicas do jornal, ou seja, a maneira como ele deseja ser reconhecido. Da mesma forma, influenciam outros gêneros, a começar pelos “manuais de redação e estilo”, que determinam as feições dos textos de gênero jornalístico. Aliadas ao fato de serem documentos restritos, tais características fazem dos projetos editoriais um terreno fértil para a análise discursiva. Entretanto, permanecem desconhecidos da Academia, o que lhes confere o ineditismo desejável para uma investigação científica.

Este livro pretende mostrar o quanto os projetos editoriais e gráficos da *Folha* – assim como qualquer discurso – estão impregnados de uma interlocução dialógica com seus públicos diretos e indiretos. Assim é que os variados projetos analisados, sejam editoriais, sejam gráficos, sempre aparecem aqui como uma resposta, um aparte, um recuo, uma adaptação, uma manifestação em relação a algo, nunca como um avanço isolado – um ato responsivo, portanto.

A ideia foi identificar nesses projetos uma resposta do jornal aos apelos de seu tempo para atender e antecipar o clamor popular pela abertura política (como no projeto de 1978), ou para contemplar a necessidade de preservação do veículo no mundo empresarial com os projetos subsequentes, num movimento dinâmico de manutenção ou alteração dos rumos anteriormente definidos. Isso fica ainda mais claro hoje, com o advento da internet e sua consolidação, num momento em que se nota, no mundo todo, um acentuado recuo na atividade jornalística (pelo menos em sua manifestação impressa).

Os projetos da *Folha* explicitam esse movimento, em especial pela opção ou pela priorização de lançamento de projetos gráficos em detrimento de projetos editoriais nos últimos anos – foram oito PE até a década de 1990 e, depois disso, pelo menos três projetos gráficos: 2000, 2006 e 2010. Note-se que os projetos eram lançados ano sim, ano não; houve uma pausa de nove anos entre o de 1988 e o



de 1997, e um hiato de quinze anos sem novas edições. Por sua vez, vêm-lhes sucedendo os projetos gráficos, com três grandes alterações nos últimos onze anos.

Uma das hipóteses, principalmente no que se refere às grandes alterações gráficas introduzidas pelo jornal, é a necessidade de o veículo em papel competir com o ambiente on-line, que subverteu o conhecimento de um leitor-padrão de jornal que se tinha até então. Então, os projetos estão ampliando o espaço das imagens para competir com o dinamismo da internet? O que esses projetos revelam sobre a visão do jornal a respeito de seu público?

O quadro teórico do dialogismo e, particularmente, a noção de gênero do discurso foram as principais ferramentas da análise que deu origem a este livro. À preocupação de analisar a constituição e o funcionamento do PE somou-se o cuidado especial de não limitar esta publicação à mera descrição das características desse discurso tão peculiar, uma vez que nenhum gênero pode ser dissociado da atividade humana, das relações sociais, históricas e ideológicas que lhe deram origem. É num cenário amplo, complexo e dialógico que os gêneros surgem e se modificam. Assim, o objetivo da análise aqui apresentada é opor, isto é, contrastar cada exemplar dos projetos editoriais da *Folha* para, então, poder captar não a forma cristalizada do veículo, mas o percurso adotado por ele, ou seja, seu dinamismo.

Por se tratar de uma análise de gênero consoante com o pensamento bakhtiniano, partiu-se de um pressuposto teórico segundo o qual o PE é visto como um gênero de discurso em constante mutação, apesar das estabilidades que o definem. Ou seja, assim como sugere a teoria, este livro se deteve nas estabilidades daquele gênero específico, para que pudessem ser identificadas suas finalidades e, a partir de suas constâncias, identificados os seus sentidos, porém sem esquecer que suas instabilidades e sua evolução temporal definem outros aspectos, tão importantes quanto os da estabilidade.

Buscou-se, ainda sob o viés teórico dialógico, identificar os traços de identidade do jornal, seu “eu”, sua autoria e, a partir

dela, seu “outro”, ou seja, seus múltiplos interlocutores, um estilo e variados sentidos que circulam nesses textos voltados ao público interno do jornal. Apesar de serem dirigidos aos funcionários internos, os PE da *Folha* foram os primeiros a ser divulgados oficialmente ao público, o que, de certa forma, altera a particularidade inicial desse gênero do discurso, uma vez que a condição de texto restrito é reveladora para sua caracterização e para a identificação dos sentidos expressos por esse gênero. Como se verá neste livro, ao se contrastarem os PE da *Folha* com o projeto editorial de outro veículo de comunicação que não tenha sido divulgado ao público, pode-se notar entre eles alterações substanciais na caracterização do gênero.

Os PE, pela singularidade e importância desse gênero particular de discurso, são ferramentas importantes e reveladoras para desvendar o tipo de veículo de comunicação impresso que é o jornal. Talvez isso seja ainda mais revelador nos tempos atuais, em que o desenvolvimento tecnológico provocou uma verdadeira revolução no comportamento do público que recebe a informação, revolução esta que poderá definir o futuro e a sobrevivência dos jornais impressos. Assim, considerou-se necessário o estudo dos PE e projetos gráficos da *Folha*, dados o ineditismo dessa análise na área desta publicação no campo da comunicação, além de seu papel como recurso de desvendamento dos discursos midiáticos, principalmente neste momento de intenso desenvolvimento tecnológico, que dificulta a formulação de hipóteses de futuro para as novas ou velhas mídias, mas que, de outro lado, ilumina o cenário do presente.

Este livro está dividido em seis capítulos.

O Capítulo 1 delimita as ferramentas de análise, especificando e discutindo o entendimento que se tem dos conceitos bakhtinianos de gênero de discurso, enunciado e esfera de atividade, componentes de um quadro teórico mais amplo do dialogismo, princípio unificador da obra de Mikhail Bakhtin.<sup>15</sup>

---

15 FIORIN, J. L. *Introdução ao pensamento de Bakhtin*. São Paulo: Ática, 2008, p.18.

No Capítulo 2, revisita-se a literatura a respeito dos gêneros em jornalismo, numa breve pincelada das vertentes linguísticas e de comunicação sobre o tema. Abordou-se, ainda, a forma como o jornal *Folha de S.Paulo* descreve alguns de seus gêneros em seus manuais de comunicação e estilo. Nesse capítulo, o PE foi situado como gênero, a fim de possibilitar uma análise mais aprofundada.

O Capítulo 3 analisa o projeto da *Folha* como gênero do discurso e o coteja com um exemplar do PE da revista *Superinteressante*. A análise desses textos mostrará que o projeto da *Superinteressante* tem forma, conteúdo e estilo de algum modo diversos do projeto do jornal, ainda que ambos pertençam a um mesmo gênero discursivo.

O Capítulo 4 faz um percurso cronológico dos projetos, contrapondo-os à conjuntura que, segundo se imagina, teria definido seus caminhos, suas escolhas futuras e transformado o jornal naquilo que é hoje. A pesquisa mostrou avanços e recuos, escolhas e resignações, mas sobretudo os dilemas do veículo para conciliar seus objetivos como atividade ao mesmo tempo empresarial e jornalística.

O Capítulo 5 identifica, nos PE da *Folha*, indícios de como o jornal vê o profissional jornalista, seu leitor e a si mesmo. Sob o viés do dialogismo, buscou-se a imagem do “outro” nos projetos: o outro a quem o “eu” se dirige diretamente, o outro para quem o “eu” volta suas prescrições e o outro “eu mesmo”.

Por fim, no Capítulo 6, a análise do gênero discursivo, em especial em seu aspecto estilístico, conduz à discussão da relação entre linguagem verbal e linguagem não verbal, representadas pelos PE e projetos gráficos. Com a convicção de que as duas linguagens igualmente comunicam e possuem sentido, buscou-se descobrir alguns desses sentidos expressos pelos projetos gráficos da *Folha*, com destaque para a última reforma gráfica, datada de 2010.

O que este livro busca, portanto, é um conhecimento mais aprofundado dos PE do jornal *Folha de S.Paulo*, obtido a partir da

leitura dos principais conceitos do Círculo de Bakhtin para, por meio do conhecimento provocado por essa análise, trazer para a área dos estudos do discurso uma nova possibilidade de visão da mídia, em especial de um dos jornais que mais marcaram a história da imprensa brasileira.



# 1

## MAPEANDO UM GÊNERO: CONCEITOS OPERATÓRIOS

O quadro teórico aqui utilizado para o estudo de gênero de discurso foi aquele desenvolvido por Mikhail Bakhtin e seu Círculo de Estudos, que trouxe importantes contribuições para as pesquisas linguísticas, literárias e filosóficas no século XX e no primeiro decênio do século XXI, e cujo impacto foi o de uma verdadeira revolução na abordagem do tema. A adoção desse conceito para o desenvolvimento da pesquisa que deu origem a este livro foi motivada, principalmente, pelos seguintes fatores:

- sua utilidade metodológica no estudo dos gêneros, sobretudo os mais contemporâneos;
- a noção de que o gênero está em permanente modificação;
- a abrangência do conceito, que permite o estudo dos discursos do cotidiano a partir de um enfoque que pode ser estendido aos gêneros do tipo secundário, noção sobre a qual este livro se deterá mais adiante.
- o fato de esse conceito inovar em relação à concepção clássica ao priorizar não o seu aspecto formal e suas características imutáveis e comuns a representantes de mesmo gênero, mas a interação, numa perspectiva sócio-histórica, da co-

munidade que os produz (o que Bakhtin denomina “esfera de atividade”, como será visto mais adiante neste capítulo).

O texto “Os gêneros do discurso”<sup>1</sup> e a obra *Marxismo e filosofia da linguagem*,<sup>2</sup> de Voloshinov, principalmente, ampliam a possibilidade de estudo dos gêneros a partir do momento em que identificam uma gama enumerável deles na comunicação humana. Isso, porém, não é feito de forma subjetiva e abstrata, mas num quadro teórico amparado não apenas nos gêneros artísticos ou retóricos, mas também nos gêneros da vida cotidiana.

Esses estudos mostram que o falante comum, pouco afeito aos estudos da linguagem, usa o gênero com naturalidade, sabe diferenciá-los. O falante, ou o escritor, antecipa o gênero a partir de seu objetivo na utilização da língua, isto é, de acordo com seu propósito, escolhe um bilhete, um conto, uma ordem, um aviso, uma carta, um telefonema, um e-mail, entre outros. Por isso, segundo Bakhtin,<sup>3</sup> essa enorme gama de gêneros – que ele exemplifica, identificando-os, na vida social, com os fáticos, os das felicitações, os dos votos, os das trocas de novidades – deve-se ao fato de eles variarem conforme as circunstâncias, a posição social dos falantes, o grau de relacionamento entre eles etc.

Apesar de sua grande variedade, essas construções não são ilimitadas nem ao menos livres de normas – ao contrário, são enunciados possuidores de formas típicas, reconhecíveis por estabilidades.

Aprendemos a moldar nossa fala às normas do gênero e, ao ouvir a fala do outro, sabemos de imediato, bem nas primeiras pala-

- 
- 1 BAKHTIN, M. *Estética da criação verbal*. São Paulo: Martins Fontes, 2000, p.279-326.
  - 2 Apesar de este livro assumir a autoria de Voloshinov para a obra em questão, conforme sugestão do orientador italiano Federico Pellizzi, da Università di Bologna, manteve-se como referência bibliográfica a indicação da edição brasileira atribuída a Bakhtin: BAKHTIN, M. *Marxismo e filosofia da linguagem: problemas fundamentais do método sociológico na ciência da linguagem*. São Paulo: Hucitec, 1999.
  - 3 BAKHTIN, 2000, p.302.

vras, pressentir-lhe o gênero, adivinhar-lhe o volume (a extensão aproximada do todo discursivo), a dada estrutura composicional, prever-lhe o fim, ou seja, desde o início, somos sensíveis ao todo discursivo que, em seguida, no processo da fala, evidenciará suas diferenciações. Se não existissem os gêneros do discurso e se não os dominássemos, se tivéssemos de criá-los pela primeira vez no processo da fala, se tivéssemos de construir cada um de nossos enunciados, a comunicação verbal seria quase impossível.<sup>4</sup>

A expressão adotada neste livro é, portanto, gênero do discurso ou gênero discursivo, para referir-se àquilo que Bakhtin define da seguinte forma: “Qualquer enunciado considerado isoladamente é, claro, individual, mas cada esfera de utilização da língua elabora seus ‘tipos relativamente estáveis’ de enunciados, sendo isso que denominamos ‘gêneros do discurso’”.<sup>5</sup>

Este capítulo buscará elucidar essa definição de **gênero**. Para isso, serão abordados outros conceitos, como os de **enunciado** e **esfera**, e se falará sobre o princípio fundamental da concepção bakhtiniana da linguagem: o dialogismo, que não pode ser dissociado do conceito de gênero, até porque, da maneira como é compreendido por Bakhtin, o diálogo é parte constituinte de todo discurso.

A respeito do conceito de **dialogismo**, Fiorin diz o seguinte:

Segundo Bakhtin, a língua, em sua totalidade concreta, viva, em seu uso real, tem a propriedade de ser dialógica. Essas relações dialógicas não se circunscrevem ao quadro estreito do diálogo face a face. Ao contrário, existe uma dialogização interna da palavra, que é perpassada sempre pela palavra do outro, é sempre e inevitavelmente também a palavra do outro. Isso quer dizer que o enunciatador, para constituir um discurso, leva em conta o discurso de outrem, que está presente no seu. Ademais, não se pode pensar o dialogismo em termos de relações lógicas ou semânti-

---

4 Idem.

5 Idem, p.279.



cas, pois o que é diálogo no discurso são posições de sujeitos sociais, são pontos de vista acerca da realidade.<sup>6</sup>

No contato com o outro, o indivíduo se coloca sempre a partir de seu espaço social, de suas relações de poder – na família, no trabalho, com os amigos, na sociedade, na hierarquia social –, enfim, em cada campo, em cada esfera haverá uma posição “permitida”, uma possibilidade de diálogo, de comunicação, de interação, que levará sempre em conta a posição e o lugar do outro. O “outro”, então, é parte fundamental nesse processo, pois é a partir dele e do “lugar” que ocupa que se estabelecerá o discurso.

Também o termo **diálogo**, citado anteriormente, precisa ser delimitado a partir da concepção que se faz com a leitura dos textos produzidos pelo Círculo de Bakhtin. Em seu sentido estrito, é compreendido como “uma das formas, é verdade que das mais importantes, da interação verbal”.<sup>7</sup> Mas, num sentido amplo, o termo se estende para não apenas a “comunicação em voz alta, de pessoas colocadas face a face, mas toda comunicação verbal, de qualquer tipo que seja”.<sup>8</sup> Por exemplo, Voloshinov atribui ao livro esse estatuto de comunicação verbal, portanto, objeto de diálogo, por ser orientado em função de intervenções anteriores dentro de uma mesma **esfera de atividade**, conceito sobre o qual se deterá ainda neste capítulo. “Assim, o discurso escrito é, de certa maneira, integrante de uma discussão ideológica em larga escala: ele responde a alguma coisa, refuta, confirma, antecipa as respostas e objeções potenciais, procura apoio etc.”<sup>9</sup>

Conforme acentua Marchezan,

---

6 FIORIN, J. L. O romance e a simulação do funcionamento real do discurso. In: BRAIT, B. (Org.). *Bakhtin: dialogismo e construção do sentido*. Campinas, SP: Ed. da Unicamp, 1997, p.229-230.

7 BAKHTIN, 1999, p.123.

8 Idem.

9 Idem.

[...] o diálogo interessa aos dois domínios de reflexão, tanto à comunicação quanto à linguagem, quando é o caso de distingui-los, tarefa ingrata no conceito bakhtiniano, em que há uma profusão de termos, e de suas traduções, que se relacionam, se articulam.<sup>10</sup>

A inter-relação entre os conceitos de **gênero** e **diálogo** também é lembrada por Marchezan, que assinala o diálogo, em sua relação com o gênero, “como o conceito fomentador e organizador da reflexão, como a unidade de base necessária e primordial, requerida por Bakhtin, para a classificação dos gêneros”.<sup>11</sup>

Para Machado,<sup>12</sup> “mais do que reverter o quadro tipológico das criações estéticas, o dialogismo, ao valorizar o estudo dos gêneros, descobriu um excelente recurso para ‘radiografar’ o hibridismo, a heteroglossia e a pluralidade de sistemas de signos na cultura”. A autora considera o conceito uma importante ferramenta metodológica de análise dos gêneros discursivos. Afinal, diz:

[...] ao refletir sobre o diálogo como forma elementar de comunicação, Bakhtin valorizou, indistintamente, esferas de usos da linguagem que não estão circunscritas aos limites de um único meio. Com isso, abriu caminho para as realizações que estão além dos domínios da voz, como, por exemplo, os meios de comunicação de massa ou as mídias eletrônico-digitais. Meios, evidentemente, não estudados por ele. Graças a essa formulação, o campo conceitual do dialogismo não foi simplesmente transportado, mas pode ser visto como uma reivindicação de vários contextos e sistemas de cultura.<sup>13</sup>

---

10 MARCHEZAN, R. C. Diálogo. In: BRAIT, B. (Org.). *Bakhtin: outros conceitos-chave*. São Paulo: Contexto, 2006, p.116.

11 Idem, p.119.

12 MACHADO, I. Gêneros discursivos. In: BRAIT, B. (Org.). *Bakhtin: conceitos-chave*. São Paulo: Contexto, 2005, p.153.

13 Idem, p.163.

As contribuições teóricas dessa perspectiva dialógica permitem, então, ver os PE da *Folha de S. Paulo* como gêneros discursivos, cada exemplar como ato responsivo único e particular, mas, ao mesmo tempo, como uma retomada de discursos outros, intensamente repetidos num processo sem início nem fim. Gêneros discursivos porque mantêm estabilidades, embora relativas, e, paradoxalmente, porque nunca se repetem. Gêneros que se fundamentam num conceito dialógico, uma vez que, naquilo que têm de novo e de velho, são simultaneamente perguntas e respostas. Cada projeto é formulado como resposta a uma necessidade de mudança constatada por seus produtores/autores e, dessa forma, constitui um ato responsivo à maneira de que fala Bakhtin. Ao mesmo tempo, gera respostas de seus interlocutores, constituindo-se, portanto, como diálogo, ainda que não aquele efetuado face a face, uma das principais características do gênero do discurso primário, como se verá mais adiante.

Ao denominar gêneros do discurso “tipos relativamente estáveis de enunciados”, Bakhtin refere-se a fenômenos linguísticos ou a enunciados reconhecíveis por conservarem certa estabilidade na manutenção de elementos, tais como o conteúdo temático, a configuração formal ou plano composicional (estrutura formal dos textos que pertencem ao gênero) e o estilo verbal (que leva em conta as questões individuais de seleção e opção de recursos lexicais, fraseológicos e gramaticais). Grillo<sup>14</sup> considera o conteúdo temático o mais difícil de ser apreendido, por ser facilmente confundido com “assunto” ou “do que se fala”.

O conteúdo temático do gênero é o resultado da inter-relação entre uma esfera social da comunicação verbal, os aspectos composicionais e o estilo, o que produz um real significado a partir de um juízo de valor. Em vez de uma forma na qual viriam se alojar

---

14 GRILLO, S. V. C. *A produção do real em gêneros do jornal impresso*. São Paulo: Associação Editorial Humanitas, 2004.

os conteúdos ideológicos, o gênero já é uma interpretação do real a partir de um lugar social de produção da linguagem.<sup>15</sup>

Em relação à sua definição de gêneros do discurso, Bakhtin considera que o usuário da língua conhece sua estabilidade e sabe diferenciar os diversos gêneros, o que lhe permite utilizá-los sempre que necessário, tanto para realizar os atos de produção quanto os de interpretação do enunciado. Apesar dessa estabilidade, que os faz ser reconhecíveis, os gêneros têm outra característica – apenas uma visão superficial poderia considerá-la contraditória – que faz parte de sua própria gênese: a **renovação**. Todos os gêneros se modificam com o passar do tempo, alguns de forma muito lenta, outros mais rapidamente. Outros surgem a partir de determinadas circunstâncias, como os suportes tecnológicos que vão utilizar os modelos de gêneros antigos para criar novos, numa transformação que pode ser radical ou mera transposição, mas que, até em função do suporte, terá sua estrutura modificada. Segundo Bakhtin:

O gênero sempre é e não é o mesmo, sempre é novo e velho ao mesmo tempo. O gênero renasce e se renova em cada nova etapa do desenvolvimento da literatura e em cada obra individual de um dado gênero. Nisso consiste a vida do gênero.<sup>16</sup>

Para Bakhtin, as características de estabilidade e instabilidade, imobilismo e dinamismo, presente e história, sincronismo e diacronismo representam uma concepção que não pode ser desprezada nem mesmo por aqueles que preferem priorizar a individualidade do enunciado, da obra de arte ou de determinada obra literária, porque a aparente oposição de conceitos é a própria gênese do gênero.

O gênero vive do presente, mas sempre recorda o seu passado, o seu começo. É o representante da memória criativa no proces-

---

15 Idem, p.46.

16 BAKHTIN, M. *Problemas da poética de Dostoiévski*. Rio de Janeiro: Forense Universitária: 1997, p.106.

so de desenvolvimento literário. É precisamente por isso que tem a capacidade de assegurar a unidade e a continuidade desse desenvolvimento.<sup>17</sup>

Quando se fala em gêneros, mais do que qualquer outra ideia, vêm-nos à mente as distinções entre os chamados **gêneros literários** e outros, como os **retóricos** ou os do **discurso cotidiano**. Por isso, a dificuldade apresentada por Bakhtin:

[...] como colocar no mesmo terreno de estudos fenômenos tão díspares, como a réplica cotidiana (que pode resumir-se a uma só palavra) e o romance (em vários tomos), a ordem padronizada, que é imperativa já por sua entonação e a obra lírica profundamente individual etc.<sup>18</sup>

Para o autor, justamente por possuírem extrema diversidade e se distribuírem numa enorme gama de gêneros do discurso, sempre houve a dificuldade teórica de organizá-los em função de seus traços comuns. As tentativas de encontrar traços comuns entre os diversos gêneros, desde a Antiguidade até a época contemporânea, ocasionaram a concentração de estudos em três áreas principais: os gêneros literários, os gêneros retóricos e os gêneros do discurso cotidiano.<sup>19</sup>

A resposta teórica do filósofo russo a esse problema é uma concepção que considere uma “[...] diferença essencial entre o gênero do discurso primário (simples) e o gênero do discurso secundário (complexo)”, definindo os primeiros como aqueles que têm uma “[...] relação direta com a realidade existente e com a realidade dos enunciados alheios” ou aqueles “que se constituíram em circunstâncias de uma comunicação verbal espontânea”. Já os gêneros secundários do discurso – “o romance, o teatro, o discurso científico, o discurso ideológico etc. – aparecem em circunstâncias de uma co-

17 Idem.

18 BAKHTIN, 2000, p.280.

19 Idem, p.280-281.

municação cultural, mais complexa e relativamente mais evoluída, principalmente escrita”.<sup>20</sup>

O texto “Discurso na vida e discurso na arte (sobre poética sociológica)”, assinado por Voloshinov,<sup>21</sup> trata da mesma distinção, sob uma perspectiva que leva em conta a relativa autonomia do discurso escrito em oposição à relação simbiótica do discurso do cotidiano com a situação extraverbal. Nesse texto, o autor aponta as diferenças entre o discurso do cotidiano e o discurso literário, os quais chama, respectivamente, de **discurso na vida** e **discurso na arte**. Em relação ao primeiro, ele diz:

Na vida, o discurso verbal é claramente não autossuficiente. Ele nasce de uma situação pragmática extraverbal e mantém a conexão mais próxima possível com essa situação. Além disso, tal discurso é diretamente vinculado à vida em si, e não pode ser divorciado dela sem perder sua significação.<sup>22</sup>

Assim, o discurso do cotidiano está eivado de elementos extraverbais implícitos ao ato de construção do enunciado. O simples gesto de se abanar e enxugar a testa, acompanhado ou não da concretização de um ato de fala do tipo interjeição (por exemplo, “Ufa!”), seria suficiente para indicar que o tempo está muito quente. No caso de um texto literário que reproduzisse a mesma situação, essa manifestação verbal seria insuficiente. Por isso, em relação ao discurso na arte, Voloshinov diz:

[...] o discurso na arte não é nem pode ser tão estreitamente dependente de todos os fatores do contexto extraverbal, de tudo aquilo que é visto e sabido, como na vida. Uma obra poética não pode confiar em objetos e eventos do meio imediato como coisas “entendidas”, sem fazer mesmo a mais ligeira alusão a elas na

---

20 Idem, p.281.

21 VOLOSHINOV, V. N. [1926] Discurso na vida e discurso na arte. In: BAKHTIN, M. *Freudianism*. Nova York: Academic Press, 1976 (mimeo, 2000).

22 Idem, p.5.

parte verbal do enunciado. A esse respeito, muito mais é exigido do discurso na literatura: muito do que poderia permanecer fora do enunciado na vida precisa encontrar representação verbal. Nada deve ser deixado não dito numa obra poética do ponto de vista pragmático-referencial.<sup>23</sup>

Para o autor, a linguagem utilitária é a base de sustentação da linguagem artística. Para “alcançar um entendimento do enunciado poético, como uma forma de comunicação estética especial, verbalmente implementada”, é necessário antes analisar “em detalhes certos aspectos dos enunciados verbais fora do campo da arte – enunciados da fala da vida e das ações cotidianas, porque em tal fala já estão embutidas as bases, as potencialidades da forma artística”.<sup>24</sup>

### ***A questão do enunciado***

Observar as distinções entre os gêneros primários e secundários (ainda que um seja a base do outro) é importante em termos teóricos. Na visão de Bakhtin, só assim se alcançaria a natureza “complexa e sutil” do enunciado e se chegaria a seus aspectos essenciais. Se, junto a essa distinção, analisarmos o processo histórico de formação dos gêneros secundários, poderemos esclarecer a “natureza do enunciado”.<sup>25</sup>

Antes de tratar desse assunto, porém, vale ressaltar que o Círculo de Bakhtin não fazia distinção entre **enunciação** e **enunciado**, apesar de muitos de seus tradutores utilizarem ora uma, ora outra expressão. Conforme esclarece Sériot:

Depois dos gêneros e em conexão constante com eles, o objeto específico de Bakhtin é *vyskazyvanie*, traduzido como “enunciação” por alguns e como “enunciado” pela maior parte dos tradutores.

---

23 Idem, p.11.

24 Idem, p.4.

25 BAKHTIN, 2000, p.281-282.

Não há, em russo, nenhuma possibilidade lexical de distinguir **enunciado** de **enunciação**, dois termos de base da linguística francófona depois de Benveniste. A palavra *vyskazyvanie*, como *Äußerung* em alemão, pode designar tanto o produto como o processo.<sup>26</sup>

Por sua vez, Bakhtin vai distinguir **enunciado** de **oração**.<sup>27</sup> O enunciado, para ele, teria uma delimitação precisa, que é a alternância dos sujeitos do discurso. É o princípio do **dialogismo**.

O estudo da natureza do enunciado e dos gêneros do discurso tem uma importância fundamental para superar as noções simplificadas acerca da vida verbal, a que chamam o “fluxo verbal”, a comunicação etc., noções estas que ainda persistem em nossa ciência da linguagem. Irei mais longe: o estudo do enunciado, em sua qualidade de unidade real de comunicação verbal, também deve permitir compreender melhor a natureza das unidades da língua (da língua como sistema): as palavras e as orações.<sup>28</sup>

Fiorin trabalha as distinções das unidades da língua da seguinte forma:

As unidades da língua são os sons, as palavras e as orações, enquanto os enunciados são as unidades reais de comunicação. As primeiras são repetíveis. Com efeito, um som como /p/, uma palavra como “irmão”, uma oração como “É preciso ser forte” são repetidos milhares de vezes. No entanto, os enunciados são irrepetíveis, uma vez que são acontecimentos únicos, cada vez tendo um acento, uma apreciação, uma entonação próprios.<sup>29</sup>

26 SÉRIOT, P. Generalizar o único: gêneros, tipos e esferas em Bakhtin. In: *Revista Línguas e Instrumentos Linguísticos*. Campinas: RG, 2009, p.92. Disponível em: <[www.revistalinguas.com/edicao21/revista\\_linguas\\_21.pdf](http://www.revistalinguas.com/edicao21/revista_linguas_21.pdf)>. Acesso em: maio 2010. (*grifos nossos*)

27 BAKHTIN, 2000, p.295.

28 Idem, p.286.

29 FIORIN, J. L. *Introdução ao pensamento de Bakhtin*. São Paulo: Ática, 2008, p.20.



Bakhtin ressentia-se da ausência de estudos do problema do enunciado na Linguística Geral, encoberto pelas especificidades de gêneros considerados “maiores”. Mesmo nos estudos dos gêneros do discurso cotidiano, do ponto de vista da linguística geral e os auspícios da escola de Ferdinand de Saussure e seus seguidores, não se conduzia à definição da natureza do enunciado, segundo Bakhtin, mas apenas se colocava em evidência a especificidade do discurso cotidiano oral. Enfim, não se poderiam apreender as características do enunciado sem considerar os elementos extraverbais da situação de comunicação a que ele pertence.

Para Bakhtin, a oração, “como unidade da língua, não consegue condicionar diretamente uma atitude responsiva ativa. É só ao tornar-se enunciado completo que adquire tal capacidade”.<sup>30</sup> Ou seja, uma oração ou palavra da língua não diz nada. Seu sentido está condicionado a um contexto que lhe dá significado. É esse significado que dá ao interlocutor a atitude responsiva.

Nesse sentido, “o enunciado está ligado não só aos elos que o precedem, mas também aos que lhe sucedem na cadeia de comunicação verbal”.<sup>31</sup> Segundo Bakhtin, “No momento em que o enunciado está sendo elaborado, os elos, claro, ainda não existem. Mas o enunciado, desde o início, elabora-se em função da eventual reação-resposta, a qual é o objeto preciso da sua elaboração”.<sup>32</sup> Também a noção de completude enunciativa é importante na concepção dialógica de Bakhtin:

É necessário o acabamento para tornar possível uma reação ao enunciado. Não basta que o enunciado seja inteligível no nível da língua. Uma oração totalmente inteligível e acabada, se for uma oração e não um enunciado – constituível de uma única oração – não poderá suscitar uma reação de resposta: é inteligível, está certo, mas ainda não é um todo.<sup>33</sup>

---

30 BAKHTIN, 2000, p.306.

31 Idem, p.320.

32 Idem ibidem.

33 Idem, p.299.

É importante reforçar que, para o autor, esse “elo” está ligado a outros que o precedem e certamente àqueles que o sucedem em uma dada esfera da comunicação verbal, cujos limites entre um e outro são dados pela alternância dos sujeitos. Enquanto elabora seu enunciado, o locutor antecipa uma resposta que o determinará; apesar das contínuas “contaminações” dos atos responsáveis e inquisitivos, as fronteiras serão sempre a possibilidade de resposta.

Um enunciado completo teria, então, três componentes: 1) o tratamento exaustivo do objeto do sentido; 2) o intuito, ou seja, o “querer dizer” do locutor; 3) as formas típicas de estruturação do gênero do acabamento.

O primeiro componente varia em função do gênero escolhido. Bakhtin cita como exemplo as perguntas de ordem factual da vida prática, e as ordens e comandos da vida militar, que, em essência, não exigem criatividade e, por isso, podem ser padronizados, e os gêneros de ordem criativa, em especial os científicos, que exigem exaustividade e acabamento específicos. Ou seja, é necessário levar em conta o objetivo de utilização de cada um desses gêneros e do enunciado em particular, o que leva ao segundo fator: o “querer dizer” do locutor, seu intuito discursivo. Isso vai determinar tanto a exaustividade quanto o gênero que será empregado.

O intuito, o elemento *subjetivo* do enunciado, entra em combinação com o objeto do sentido – *objetivo* – para formar uma unidade indissolúvel, que ele limita, vincula à situação concreta (única) da comunicação verbal, marcada pelas circunstâncias individuais, pelos parceiros individualizados e suas intervenções anteriores: seus enunciados. É por isso que os parceiros diretamente implicados numa comunicação, conhecedores da situação e dos enunciados anteriores, captam com facilidade e prontidão o intuito discursivo, o “querer dizer” do locutor, e, às primeiras palavras do discurso, percebem o todo de um enunciado em processo de desenvolvimento.<sup>34</sup>

---

34 Idem, p.300-301.

Justamente porque, no Capítulo 3, o gênero **projeto editorial** é considerado como tendo finalidade prescritiva, o “querer dizer” apontado por Bakhtin mostra-se de extrema valia na análise proposta neste livro, assim como de suas características de acabamento e de exaustividade. Ou seja, ao apontar determinada prescrição, qual seria o intuito, o “querer dizer” dos autores de PE?

O terceiro componente também é de suma importância para o desenvolvimento desta análise, não só para detectar as estabilidades do gênero escolhido pelo jornal *Folha de S.Paulo* para falar a seus interlocutores, mas também por estarem embutidas nessa mesma ideia, para detectar suas instabilidades, as mudanças do veículo ao longo dos anos, seus recuos em relação ao “querer dizer” e ao que se disse efetivamente.

Ora, gênero e enunciado não se confundem, sendo que cada enunciado pertence a determinado gênero do discurso. E, por estar relacionada a práticas sociais de produção da linguagem, que obviamente tem também dimensões históricas, a estabilidade do gênero será mantida até que outra configuração histórica e social provoque a alteração de algumas dessas características estáveis. É nessa dinâmica que o “querer dizer” do locutor encontrará o gênero apropriado e definirá o “acabamento” do enunciado, provocando uma atitude responsiva de seus interlocutores. Conforme Bakhtin:

O querer dizer do locutor se realiza, acima de tudo, na escolha de um gênero do discurso. Essa escolha é determinada em função da especificidade de uma dada esfera da comunicação verbal, das necessidades de uma temática (do objeto do sentido), do conjunto constituído dos parceiros etc. Depois disso, o intuito discursivo do locutor, sem que este renuncie à sua individualidade e à sua subjetividade, adapta-se e ajusta-se ao gênero escolhido, compõe-se e desenvolve-se na forma do gênero determinado.<sup>35</sup>

---

35 Idem, p.301.

Após adotada essa perspectiva bakhtiniana de enunciado como um elo na comunicação verbal, com limites que se enquadram na possibilidade responsiva do interlocutor, veremos que Bakhtin estabelece três fases desse enunciado. Segundo o autor, a “escolha dos recursos linguísticos e do gênero do discurso é determinada principalmente pelos problemas de execução que o objeto do sentido implica para o locutor (o autor). É a fase inicial do enunciado, a qual lhe determina as particularidades de estilo e composição”.<sup>36</sup>

A segunda fase corresponde “à necessidade de expressividade do locutor diante do objeto de seu enunciado”. A intensidade dessa expressividade varia de acordo com muitos fatores, incluindo a esfera de comunicação verbal na qual o enunciado é produzido. Como veremos no Capítulo 2, na maior parte dos gêneros jornalísticos essa expressividade, por conta da finalidade informativa do gênero, pode ser reduzida ao máximo, com o artifício de uma técnica desenvolvida justamente para transmitir um sentido de imparcialidade, de informatividade máxima, ou seja, um sentido de reprodução do real. Mas, como acentua Bakhtin ao falar sobre isso, um enunciado absolutamente neutro é impossível. “A relação valorativa com o objeto do sentido (seja qual for esse objeto) também determina a escolha dos recursos lexicais, gramaticais e composicionais do enunciado”.<sup>37</sup> Esses recursos expressivos, impressos pelo homem, e não pela língua enquanto sistema, é que darão um estilo individual ao enunciado. Vale lembrar que um grande número de gêneros não tem por intenção imprimir um estilo individual; é o caso, por exemplo, do estilo jornalístico padrão.

Por fim, Bakhtin considera a terceira particularidade constitutiva do enunciado sua relação com seu locutor (ou seu autor) e com os outros “parceiros da comunicação verbal”. Esses parceiros não são representados apenas pelos interlocutores diretos do enunciado, a quem ele se destina e que determina, em grande parte, sua estrutura e seu conteúdo. Evidentemente, por sua possibilidade responsiva,

---

36 Idem, p.308.

37 Idem ibidem.

embora virtual, esses interlocutores definirão muitas das escolhas do locutor, como se vê a seguir:

Enquanto elaboro meu enunciado, tendo a determinar essa resposta de modo ativo; de outro lado, tendo a presumi-la, e essa resposta presumida, por sua vez, influi no meu enunciado (pre-cavenho-me das objeções que estou prevendo, assinalo restrições etc.). Enquanto falo, sempre levo em conta o fundo aperceptivo sobre o qual minha fala será recebida pelo destinatário: o grau de informação que ele tem da situação, seus conhecimentos especializados na área de determinada comunicação cultural, suas opiniões e suas convicções, seus preconceitos (de meu ponto de vista), suas simpatias e antipatias etc., pois é isso que condicionará sua compreensão responsiva de meu enunciado. Esses fatores determinarão a escolha do gênero do enunciado, a escolha dos procedimentos composicionais e, por fim, a escolha dos recursos linguísticos, ou seja, o estilo do meu enunciado.<sup>38</sup>

Como já foi dito, será sempre o “outro” que orientará o enunciado. Contudo, seria reduutivo imaginar que apenas a figura do destinatário principal, direto, determinará a totalidade do que será dito. Além desse(s) destinatário(s), o enunciado será determinado por outros fatores:

A época, o meio social, o micromundo – o da família, dos amigos e conhecidos, dos colegas – que vê o homem crescer e viver sempre possui seus enunciados, que servem de norma, dão o tom; são obras científicas, literárias, ideológicas, nas quais as pessoas se apoiam e às quais se referem, que são citadas, imitadas, servem de inspiração. Toda época, em cada uma das esferas da vida e da realidade, tem tradições acatadas que se expressam e se preservam sob o invólucro das palavras, das obras, dos enunciados, das locuções etc. Há sempre certo número de ideias diretrizes que emanam dos “luminares” da época, certo número de objetivos que se perseguem, certo número de palavras de ordem

---

38 Idem, p.321.

etc. Sem falar do modelo das antologias escolares, que servem de base para o estudo da língua materna e que, decerto, são sempre expressivas.

É por isso que a experiência individual do homem toma forma e evolui sob o efeito da interação contínua e permanente com os enunciados individuais do outro. É uma experiência que se pode, em certa medida, definir como um processo de assimilação, mais ou menos criativo, das palavras do outro (e não das palavras da língua). [...] As palavras dos outros introduzem sua própria expressividade, seu tom valorativo, que assimilamos, reestruturamos, modificamos.<sup>39</sup>

A partir dessa perspectiva, não é possível pensar em determinado enunciado como um ato isolado. Enunciado e resposta devem ser considerados em sentido *lato*, impregnados de outros enunciados e respostas ao longo de uma cadeia histórica, cultural, sem fim nem começo, mas com passado e futuro complexos, num espaço/tempo múltiplo, que não podem ter seu sentido apreendido na forma isolada de uma oração ou palavra, sem que lhe seja inferido um contexto, um lugar no tempo e no espaço, dotado de uma expressividade conferida pelo homem e por seu(s) interlocutor(es). Para Bakhtin, essas “tonalidades dialógicas” preenchem o enunciado e devem ser levadas em conta, se quisermos estudá-lo e compreendê-lo.

“O dialogismo são as relações de sentido que se estabelecem entre dois enunciados”.<sup>40</sup> É por esse motivo que não podemos eleger apenas o conceito de gênero como suporte para a análise dos projetos editoriais sem o situarmos num quadro teórico mais amplo, representado pelo dialogismo. Na verdade, o próprio Bakhtin não concebe **gênero** sem considerar a relação dialógica que o define. Trocando em miúdos: todo discurso, por mais que recorte e se concentre num objeto específico, foi produzido levando em conta problematizações anteriores sobre o mesmo objeto; será formulado

---

39 Idem, p.313-314.

40 FIORIN, 2008, p.19.

sempre em função de uma resposta, que se concretizará ou não, a respeito desse mesmo objeto: “A resposta transparecerá nas tonalidades do sentido, da expressividade, do estilo, nos mais ínfimos matizes da composição”.<sup>41</sup>

### ***Uma leitura do conceito de autoria: a autobiografia***

Bakhtin trabalhou com a questão de **autoria** em quase todos os seus trabalhos. Como seu gênero de escolha foi o romance, é natural que o conceito tenha sido voltado para a obra literária, em especial o autor-criador de um personagem, o “herói”, no dizer do filósofo.

A primeira necessidade a se considerar na questão de autoria é a de distinção entre o **autor-pessoa**, representado pelo autor da obra, o escritor, e o **autor-criador**, ou seja, aquele que exerce a função “estético-formal engendradora” dessa obra. A respeito do autor-criador, diz Faraco:

Este último é, para Bakhtin, um constituinte do objeto estético (um elemento imanente ao todo artístico) – mais precisamente, aquele constituinte que dá forma ao objeto estético, o pivô que sustenta a unidade do todo esteticamente consumado.<sup>42</sup>

A palavra utilizada por Faraco, que parece ser fundamental para explicar essa relação entre autor e herói, é **axiológica**, no sentido de que a presença ou o “olhar” do autor na obra definirá “o todo” do herói e seu mundo.

Se podemos dizer que a distinção autor-pessoa/autor-criador é hoje um lugar-comum nas teorizações estéticas, ainda assim as considerações bakhtinianas trazem ao conceito de autor-criador

41 BAKHTIN, 2000, p.317.

42 FARACO, C. A. Autor e autoria. In: BRAIT, B. (Org.). *Bakhtin: conceitos-chave*. São Paulo: Contexto, 2005, p.37.

uma substância peculiar ao caracterizá-lo fundamentalmente como uma posição axiológica.<sup>43</sup>

Faraco lembra que as bases dessa conceituação bakhtiniana, “a grande força que move o universo das práticas culturais são precisamente as posições socioavaliativas postas numa dinâmica de múltiplas interrelações responsivas”.<sup>44</sup> Nesse quadro teórico, ao proceder o processo axiológico, é como se o autor, ao realizar a transposição de autor-pessoa para autor-criador, criasse uma linguagem, uma “voz segunda”, “um ato de apropriação refratada de uma voz social qualquer de modo a poder ordenar um todo estético”.<sup>45</sup>

Essa “voz segunda” parece ter alguma relação com o discurso secundário de Bakhtin no reordenamento do discurso primário, aquele que tem relação com a realidade existente ou com os enunciados alheios, para que possa compor o discurso mais elaborado, da ordem estética, ou secundário. Ao transpor da realidade para o plano estético elementos que passarão de um nível para outro, eles se transformarão na voz do autor, assim como esse autor passará da ordem de pessoa para a de criador.

É também o que Bakhtin chama de **princípio de exterioridade**, conceito dos mais importantes para a definição de autoria. “Trata-se de dizer ‘Eu sou eu’ na linguagem de outrem; e de dizer, na minha linguagem, ‘Eu sou outro’”.<sup>46</sup> Ou seja, é preciso estar fora, olhar de fora para proceder à criação estética.

Posto em termos de linguagem, o princípio da exterioridade (a lógica imanente da criação estética) demanda do escritor que ele desista de sua linguagem, saia dela, liberte-se dela, olhe-a pelo olho de outra linguagem, desloque-a para outrem ao mesmo tempo em que se desloca para outra linguagem.<sup>47</sup>

---

43 Idem, p.38.

44 Idem ibidem.

45 Idem, p.40.

46 FARACO, 2005, p.41.

47 Idem ibidem.



Uma questão colocada por Faraco, ao discutir a autoria, é se o princípio da exterioridade seria válido no caso da autobiografia, em que escritor e herói praticamente se confundem. Essa questão é importante, pois permite a discussão de autoria não só para a análise de uma obra literária, como o romance e a autobiografia, mas também para textos utilitários, como é o caso dos PE – é aqui que Bakhtin mostra a dimensão do conceito para o ato de criação em si, e não apenas para a criação literária ficcional.

O que será considerado é o ato do deslocamento, o posicionamento do escritor diante de si mesmo e sua atitude de valoração, que “transcenda os limites do apenas vivido”,<sup>48</sup> atitude que só será possível afastando-se de si e olhando-se “de fora” ou “no espelho”, conforme uma imagem bastante produtiva para o entendimento do conceito desenvolvido por Bakhtin e aqui reproduzido por Faraco:

O ato de autocontemplação no espelho motiva reflexão semelhante em Bakhtin. Pode parecer, numa abordagem superficial desse fenômeno, que estamos, de fato, nos vendo diretamente como os outros nos veem. No entanto, diz Bakhtin, vemos no espelho uma face que nunca temos efetivamente na vida vivida: vemos apenas um reflexo de nosso exterior, e não a nós mesmos em termos de nosso exterior, porque estamos em frente ao espelho e não no seu interior.

[...]

O que ocorre, de fato, é que, quando me olho no espelho, em meus olhos olham olhos alheios; quando me olho no espelho não vejo o mundo com meus próprios olhos e desde o meu interior; vejo a mim mesmo com os olhos do mundo – estou possuído pelo outro.<sup>49</sup>

É com esse entendimento que foi feita a análise da questão de autoria dos PE da *Folha de S. Paulo*: a de um autor-criador que, para produzir um discursivo eivado de valores, o faz provocando um

---

48 Idem, p.43.

49 Idem ibidem.

deslocamento, uma transposição, a introdução de uma “voz segunda”; um autor que se descreve no texto não como os outros o veem, mas da forma como ele próprio se vê, como num espelho, com olhos “outros, mas meus”, que me enxergam como um todo, mas sempre através do espelho.

## ***A noção de esfera de atividade***

Outro aspecto importante a considerar para a concepção bakhtiniana de gênero é a noção de **esfera de atividade** e comunicação humanas, uma vez que esse conceito não pode ser apartado das situações de interação social que o engendram. Rodrigues apresenta um exemplo relevante ao afirmar que “é somente nessa situação de interação que se podem apreender a constituição e o funcionamento dos gêneros”:

Por exemplo, embora se possam encontrar traços formais semelhantes entre os gêneros **biografia científica** e **romance biográfico**, eles são gêneros distintos, pois mesmo que os “valores biográficos” (princípio organizador da narrativa que conta a vida de um outro, ou a própria vida, na autobiografia) sejam compartilhados pela ciência e pela arte, eles se encontram em esferas sociais diferentes, com funções discursivo-ideológicas distintas (finalidade histórico-científica e finalidade artística).<sup>50</sup>

Como este livro trata das especificidades da comunidade discursiva dos jornalistas, interlocutores e, de certa forma, também dos autores dos PE, é importante deparar essa questão. Os conceitos de **esfera de atividade** e **campo** passam, portanto, a ter o *status* de referência teórica desta obra – por uma questão de coerência

---

50 RODRIGUES, R. H. Os gêneros do discurso na perspectiva dialógica da linguagem. MEURER, J. L., BONINI, A. e MOTTA-ROTH, D. (Orgs.). *Gêneros: teorias, métodos, debates*. São Paulo: Parábola Editorial, 2007, p.164. (*grifos nossos*)

teórica, foi-se buscar, na obra produzida pelo Círculo, referências a esses termos para que pudessem auxiliar no tratamento dos diversos gêneros próprios da comunidade discursiva dos jornalistas.

As primeiras abordagens a essas noções são encontradas em *Marxismo e filosofia da linguagem*,<sup>51</sup> que, logo nas páginas iniciais, faz a seguinte referência ao assunto:

Cada campo de criatividade ideológica tem seu próprio modo de orientação para a realidade e refrata a realidade à sua própria maneira. Cada campo dispõe de sua própria função no conjunto da vida social. **É seu caráter semiótico que coloca todos os fenômenos ideológicos sob a mesma definição geral.**<sup>52</sup>

Para que se configure como um campo, uma esfera de atividade – portanto, propício à formação de um gênero discursivo e de signos ideológicos –, é necessário mais do que o simples encontro entre dois ou mais indivíduos de uma mesma comunidade. Segundo Bakhtin:

Os signos só podem aparecer em um terreno interindividual. Ainda assim, trata-se de um terreno que não pode ser chamado de “natural” no sentido usual da palavra: não basta colocar face a face dois *homo sapiens* quaisquer para que os signos se constituam. É fundamental que esses dois indivíduos estejam socialmente organizados, que formem um grupo (uma unidade social): só assim um sistema de signos pode constituir-se. A consciência individual não só nada pode explicar, mas, ao contrário, deve ela própria ser explicada a partir do meio ideológico e social.<sup>53</sup>

No entender do Círculo de Bakhtin, toda manifestação discursiva é, portanto, sempre orientada em função das intervenções anteriores da mesma esfera de atividade, seja de um mesmo autor,

51 BAKHTIN, 1999.

52 Idem, p.33. (*grifos do autor*)

53 Idem, p.35. (*grifos do autor*)

seja de outro. Essa manifestação é parte de uma discussão ideológica maior, que “responde a alguma coisa, refuta, confirma, antecipa as respostas e objeções potenciais, procura apoio etc.”.<sup>54</sup> Ainda que essa manifestação discursiva assuma a forma de um produto acabado, esse produto representa apenas a fração de uma discussão ideológica maior, “um momento na evolução contínua, em todas as direções, de um grupo social determinado”.<sup>55</sup> Para que se possa estudá-la, não se pode apartar essa manifestação da situação extralinguística que a reveste, sob pena de seu significado global, histórico e concreto escapar. Segundo Rodrigues:

A partir da concepção sócio-histórica da constituição e do funcionamento dos gêneros do discurso defendida por Bakhtin, bem como das próprias indicações fornecidas por ele, propõem-se as diferentes esferas sociais como um princípio de organização dos gêneros do discurso. Essa proposta de organização, assentada no princípio das esferas sociais, trabalha com o todo do gênero e com a sua existência concreta, ou seja, com a noção de *gênero histórico*, considerando, inclusive, a impossibilidade de uma classificação exaustiva, em função da sua extrema variedade e infinidade, e, em especial, do seu processo contínuo de formação.<sup>56</sup>

Rodrigues vai além:

A constatação de que as características particulares da constituição e do funcionamento dos gêneros estão vinculadas às especificidades da comunicação discursiva das diferentes esferas sociais onde eles se situam torna as esferas sociais um critério pertinente para o estabelecimento de uma proposta para a organização (agrupamento) dos gêneros.<sup>57</sup>

---

54 Idem, p.123.

55 Idem *ibidem*.

56 RODRIGUES, R. H. *A constituição e o funcionamento do gênero jornalístico artigo: cronotopo e dialogismo*. Tese (doutorado). Pontifícia Universidade Católica de São Paulo: PUC, 2001, p.69-70.

57 Idem, p.71.

Os gêneros, com seus propósitos discursivos, não são indiferentes às especificidades da sua esfera, ou melhor, eles as “mostram”. Todo gênero tem determinado conteúdo temático: seu objeto discursivo, sua orientação de sentido específica para com ele.

Para Bakhtin, [...] os gêneros do discurso correspondem a situações de interação típicas da comunicação discursiva de uma determinada esfera social. [...] tem-se que uma função determinada (científica, jornalística, cotidiana etc.), junto com condições determinadas, próprias de cada esfera da comunicação discursiva, gera gêneros do discurso particulares. As diferentes esferas sociais constituem historicamente seus gêneros; elas têm seu repertório de gêneros, que se diferencia e cresce à medida que se desenvolve e “complexifica” a própria esfera. Assim, cada gênero tem determinada orientação etiológica, determinado objetivo discursivo, sua própria concepção de autor e destinatário. Cada gênero “reflete” no seu próprio conteúdo temático, estilo verbal e composição as condições e a finalidade da esfera a qual pertence.

Também cada esfera conhece e “aplica” os seus próprios gêneros. Se as pessoas, na interação socioverbal, “moldam” seus discursos em determinada forma genérica, um dos aspectos para o bom desempenho da interação está ligado ao domínio do gênero daquele tipo de interação.<sup>58</sup>

Este livro concentra-se em analisar os gêneros jornalísticos a partir de suas estabilidades, criadas num processo histórico e, por isso, marcadas por constantes instabilidades que são também a sua gênese. Essa aparente contradição constitui-se em condição para a caracterização dos variados gêneros jornalísticos. Tal caracterização desempenha a função de facilitar a análise de suas características internas, de suas relações com o contexto exterior e com a história, uma função metodológica e, certamente, de aproximação ao entendimento da esfera de atividade que se propõe conhecer.

---

58 Idem, p.70.

É com essa leitura de conceitos do Círculo de Bakhtin que se prosseguirão os estudos dos PE e PG do jornal *Folha de S.Paulo*. A exposição da noção de **esfera** certamente abre caminho para o Capítulo 2, em que serão expostos alguns dos principais gêneros jornalísticos, principalmente na perspectiva de representantes dessa esfera de atividade.



## 2

# O JORNALISMO E ALGUNS DE SEUS GÊNEROS

Os estudos de Bakhtin, ao se deterem nos três campos da cultura humana – a ciência, a arte e a vida –, apontam para uma direção mais filosófica do que científica ao eleger o homem e a história como núcleos de sua preocupação principal.

Se o homem é sujeito, não há como objetificá-lo sem uma dose da presença do próprio homem, que, por sua vez, é um elo na cadeia desse diálogo sem fim em que se encontram o “eu” e o “outro”, o sujeito e seu objeto de pesquisa, na perspectiva de um saber sempre dialógico e não monológico.

Se assim se postula e se o pesquisador da área das Ciências Humanas está inserido, em última instância, como homem no estudo de outro homem, que aparece como objeto através de um texto, de um fenômeno social, de um componente midiático, nele haverá sempre uma relação sujeito-sujeito, e não sujeito-objeto. Isso ocorre porque o homem não pode ser reduzido, nem mesmo num estudo científico, a um papel comparável ao de um micróbio sendo analisado pelas lentes de um microscópio.

O pesquisador não é um ser isolado do fenômeno a ser estudado, nem a comunidade a ser pesquisada é um organismo inerte e distante, incapaz de interagir com a “autoridade máxima” que a analisa. Se essa comunidade é reconhecida como sujeito, como possuidora



de um saber a ser valorizado e considerado, a composição de forças sujeito-objeto se transforma em sujeito-sujeito e a relação dialógica explorada pelo Círculo de Bakhtin se impõe.

É nessa perspectiva que se adentra o universo do jornalismo para analisar essa esfera de atividade e seus gêneros. Foi também respeitando esse ponto de vista que se decidiu trabalhar neste livro muitas descrições dos gêneros jornalísticos oriundas do próprio universo do jornalismo, além de outras feitas por teóricos do discurso.

O primeiro passo a considerar, na perspectiva dialógica, para determinar como os gêneros se situam em determinadas esferas é esclarecer a natureza e a função dessa esfera no conjunto da vida social, ou seja, observando-a em suas manifestações discursivas para, por meio delas, poder captar sua relação com o mundo, com os seus vários “eus” e “outros”.

A própria atividade do jornalismo merece uma análise mais apurada. Segundo Melo:

[...] o jornalismo é concebido como um processo social que se articula a partir da relação (periódica/oportuna) entre organizações formais (editoras/emissoras) e coletividades (públicos receptores), através de canais de difusão (jornal/revista/rádio/televisão/cinema) que asseguram a transmissão de informações (atuais) em função de interesses e expectativas (universos culturais ou ideológicos).<sup>1</sup>

Interessante notar a visão de **processo** de Melo, em contraposição à definição de “atividade profissional” que será vista a seguir, extraída do *Dicionário Houaiss de Língua Portuguesa*. Para Melo, o que faz o jornalismo se configurar como um processo social, autônomo, contínuo e permanente é a necessidade dos cidadãos de recorrer “a uma mediação para apreender uma realidade que se tornou muito ampla para ser captada pelos mecanismos da sensoria-

---

1 MELO, J. M. *Jornalismo opinativo: gêneros opinativos no jornalismo brasileiro*. Campos do Jordão, SP: Mantiqueira, 2003, p.17.

lidade individual”.<sup>2</sup> Nesse sentido, para o autor, a informação não prescinde da opinião, pois o indivíduo não precisa apenas saber o que ocorre, mas também o que se pensa sobre aquilo que ocorre.

Segundo o *Dicionário Houaiss*:<sup>3</sup>

**Jornalismo** *s.m.* – 1 atividade profissional que visa coletar, investigar, analisar e transmitir periodicamente ao grande público ou a segmentos dele, informações da atualidade, utilizando veículos de comunicação (jornal, revista, rádio, televisão etc.) para difundi-las 2 o conjunto dos jornais; imprensa [...] 3 abordagem superficial de um tema, menos interessada em esclarecê-lo do que em agradar o gosto e os interesses populares que estão na moda <o teor das declarações do cientista tende mais para o j. do que para a ciência>. [...]

A definição do dicionário divide-se em três partes. A primeira corresponde à atividade global de um jornalista, da coleta à transmissão da informação atual. A segunda generaliza as atividades relacionadas à profissão e aos seus vários desdobramentos, ao resumí-las no termo **imprensa**. Já a terceira definição, menos usual, é a que relaciona o conceito de jornalismo com a de uma abordagem superficial de um tema, provavelmente por conceber a atividade do jornalista, que corresponde à primeira definição, com seu compromisso na divulgação de um fragmento do “real”, uma abordagem do acontecimento, e não de sua totalidade, ou seja, de sua amplitude, que não condiz com o ritmo da produção do jornalismo diário.

Também é bastante comum que se confunda o jornalista com o profissional da mídia que cumpre a função de entrevistar, apresentar ou transmitir determinado conteúdo informativo, e não aquele que coleta, investiga, analisa e também transmite as informações.

2 Idem, p.63.

3 HOUAISS, A.; VILLAR, M. de S. *Dicionário Houaiss de Língua Portuguesa*. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001, p.1.687.

O jornalista é relacionado com o termo genérico **imprensa**, descrito pelo dicionário na segunda definição. É usual, por exemplo, em emissoras de rádio do interior do país, programas que se intitulam jornalísticos e nos quais o ouvinte liga para reclamar de determinado problema; o radialista o anuncia “no ar”, tomando-o como um valor de verdade, sem antes tomar o cuidado de checar a informação *in loco* ou, pelo menos, ouvir o “outro lado” da história.

Complementando a definição de Melo, neste livro será considerado **jornalismo** a primeira acepção do *Dicionário Houaiss*, ou seja, a “atividade profissional que visa coletar, investigar, analisar e transmitir periodicamente ao grande público, ou a segmentos dele, informações da atualidade, utilizando veículos de comunicação”.<sup>4</sup> O jornalismo é visto aqui, portanto, como uma atividade complexa que envolve processos de **difusão** (notícia, informação), **interpretação**, **análise** (reportagem), **argumentação** (opinião) e **reflexão** (crônica, comentário).

Para que possa executar e exercitar esses gêneros, bem como cumprir essas funções, o jornalista se comunica com seu interlocutor, que pode ser o leitor, ouvinte, telespectador, internauta ou outro, dependendo do veículo de comunicação em que trabalhe. Como sua atuação dá-se sempre em um meio de comunicação de massa, esse jornalista em geral não tem uma ideia definida dos gostos e valores do seu interlocutor, mas pode supô-los, seja por meio de pesquisas, seja por sua intuição e experiência de ofício.

Os PE do jornal *Folha de S. Paulo* e da revista *Superinteressante* trazem exemplos de como os jornalistas podem supor as expectativas e os valores de seus leitores: “A expectativa do leitor é que o jornal se diferencie pela excelência do produto [...]”, crê a *Folha de S. Paulo*, e assim o expressa no seu PE de 1986.<sup>5</sup> Por sua vez, a revista *Superinteressante* acredita que seu leitor “é uma vítima da dicotomia entre corpo/ciência/matéria *versus* espiritualidade/humanidade/sentimento”, segundo expressa em seu PE de 1996, no item “O

---

4 Idem *ibidem*.

5 Ver seção **Anexos**, ao final deste livro.

leitor – comportamento, atitudes e valores (vinte ou mais características do leitor, segundo a experiência e a intuição da redação)”<sup>6</sup>.

Considerar as definições de gênero do discurso a partir do ponto de vista do jornalista não significa que não serão levados em conta estudos de pesquisadores da área dos estudos da linguagem sobre os gêneros jornalísticos – ao contrário. Porém, a terminologia adotada no jornalismo e o conhecimento daquela esfera sobre os variados gêneros não será desprezado e servirá de referência para a análise. Nessa abordagem, cada enunciado e cada manifestação discursiva são considerados elos de um tipo particular de comunicação, que partilha as mesmas características de outros enunciados e que são comuns àqueles pertencentes às mesmas situações de interação, particulares de cada esfera de comunicação discursiva que, historicamente, gera seus próprios gêneros discursivos.

Para Bakhtin, as diferentes esferas sociais têm seu repertório de gêneros, que se diferenciam e crescem à medida que a própria esfera evolui e se desenvolve. O caso da imprensa, sistema que passa por um momento de transformação intensa, é exemplo de uma estrutura já bastante complexa e sustentada por uma base comercial e econômica de igual complexidade.

Os PE, objetos de estudo deste livro, estão incluídos nessa rede de relações, em que se desenvolvem variados gêneros linguísticos. Antes de estudá-los, serão abordados outros gêneros, aqueles efetivamente disponibilizados ao público nos jornais impressos.

O jornalismo é composto por uma infinidade de gêneros discursivos, os quais tendem a se ampliar com a consolidação e os dobramentos do jornalismo on-line. A divulgação de informações, que é a essência do jornalismo, assumiu na rede inúmeras características. Além dos sites jornalísticos comandados por empresas de comunicação ou profissionais do setor, proliferam iniciativas de criação de pequenos sites de divulgação de notícias, sem a estrutura das grandes corporações no que se refere a pessoal e equipamentos

---

6 Idem.

para a realização de todo o processo de recepção, apuração, confecção e divulgação da notícia.

Apesar disso, essas distinções de gêneros discursivos e sua classificação carecem de unanimidade entre teóricos de comunicação, linguistas e analistas do discurso. A própria noção de **gênero**, que, por sua complexidade, não é definida de maneira uniforme entre os especialistas, é difusa no campo do jornalismo; nele, a classificação também acontece de forma desordenada, uma vez que são utilizadas teorias de diferentes campos do conhecimento.

Charaudeau,<sup>7</sup> ao considerar aspectos que definiriam o que ele chama de **classe textual**, discorda das denominações usadas pelos jornalistas para determinar tipos de escritura ou de programas de televisão: “Essas definições não coincidem nem entre si, nem com as definições dadas por semiólogos e analistas de discurso. Além disso, nada indica que essas categorias possam ser consideradas gêneros”.

Para chegar à definição de um gênero “informação midiática”, Charaudeau faz um cruzamento entre “um tipo de estância enunciativa, um tipo de modo discursivo, um tipo de conteúdo e um tipo de dispositivo”. Embora isso seja muito interessante, este livro não tem a intenção de se deter na análise empreendida pelo autor, já que a concepção de gênero aqui adotada é a bakhtiniana, considerada por Charaudeau uma concepção de princípios “um pouco mais operatórios, mas que fornecem ainda classes de atos de linguagem (mais do que de textos) muito amplas”.<sup>8</sup> Vale a pena, porém, introduzir aqui alguns aspectos da abordagem de Charaudeau, uma vez que eles levam em consideração a questão da subjetividade da visão do jornalista na concepção do gênero.

O autor identifica alguns gêneros discursivos próprios do jornalismo, como **editorial**, **crônica**, **reportagem**, **entrevista-debate**, **notas-boxes**, **análises** etc. e os submete a classificações do tipo **acontecimento relatado**, **acontecimento comentado** e

---

7 CHARAUDEAU, P. *Discurso das mídias*. Trad. Angela S. M. Corrêa. São Paulo: Contexto, 2006, p.204.

8 Idem, p.205.

**acontecimento provocado**. Nessa estrutura, as tipologias **editorial** e **crônica**, por exemplo, estariam localizadas na classificação **acontecimento comentado**, assim como **notas-boxes** em **acontecimento relatado**, e **debates** em **acontecimento provocado**, e assim por diante, numa gradação de menor para maior grau de engajamento da subjetividade do jornalista. Charaudeau identifica também uma instância externa à mídia que produz discursos a serem transmitidos por ela, formada por especialistas e comentaristas de assuntos diversos.

Cada um desses tipos de texto leva a uma pergunta do pesquisador francês: “Trata-se de variantes de gêneros, de subgêneros ou de novos gêneros? A questão permanece, pois é sempre difícil discernir o que, sob as variações da forma, estabelece uma ruptura e, por conseguinte, a aparição de uma nova categoria”.<sup>9</sup>

Como já foi dito, neste livro será adotado o termo **gênero** para cada uma dessas manifestações do jornalismo, que mantêm estabelecidas e são reconhecíveis pelos componentes da mesma esfera da atividade. Essa opção pode ser entrevista no conceito de **gênero de discurso** de Bakhtin e está relacionada a sua natureza e sua heterogeneidade, que fazem cada enunciado ligar-se a outro, formando elos que influenciam-se mutuamente, numa constante troca de informações, respostas, posicionamentos e estilos. Essa característica, que não permite posicionar o gênero numa classificação isenta de interferências externas, também não permite categorizá-lo de maneira sistemática e precisa, o que demonstra a complexidade da questão. A grande contribuição de Bakhtin foi, em vez de reduzir a concepção de gênero a um mero elenco de sistemas, apontar suas complexidades, ainda que com o risco de ser acusado de ter desenvolvido um conceito amplo demais.

Este livro defende que os gêneros jornalísticos se situam na categorização de **discurso secundário** definida por Bakhtin, pois, conforme já visto, além de utilizarem formas elaboradas, eles são mediados por um veículo de comunicação e, no caso em estudo, por

---

9 Idem, p.211.

um jornal impresso, que utiliza a linguagem escrita. Pode-se também optar por enquadrar os gêneros jornalísticos – embora como discurso secundário – em uma modalidade com ramificações no discurso primário, como se estivesse localizado num espaço intermediário entre o discurso primário e o secundário, primário por sua relação estreita com a realidade e com a realidade dos enunciados alheios, no dizer do próprio Bakhtin.

A relação com o **real**, no sentido para o termo que será proposto a seguir, é o próprio cerne do jornalismo, que também se utiliza de enunciados alheios para corroborar sua relação com os acontecimentos, que se supõem fragmentos da realidade. A utilização de enunciados de “outros” é uma constante no texto jornalístico e tem vários objetivos, entre os quais o de reforçar a imparcialidade do discurso, já que, dessa forma, quem está relatando, afirmando ou negando algo, numa notícia, passa a ser o protagonista do acontecimento, e não o jornalista.

Assim, a notícia,<sup>10</sup> que pode ser considerada o gênero mais simples do jornalismo (o que deve ser visto com reservas, uma vez que não há nada de simples nesse gênero), parte sempre de um valor de verdade, um fato observado pelo jornalista ou relatado por uma fonte, ou seja, de sua relação direta com a realidade visível ou mediatizada por enunciados alheios, com a característica, sempre presente, de ser uma informação nova ou ainda desconhecida do público. Vale relembrar aqui, pela utilização seguida do termo, algumas considerações sobre **realidade**, uma vez que a reprodução do real é a forma de ver o texto jornalístico tanto pelo senso comum quanto pelos próprios jornalistas.

Como ponto de partida desta análise, adota-se a concepção bakhtiniana de que os signos manifestos nos discursos sociais refletem e refratam uma realidade. Complementando essa ideia, Bakhtin/Voloshinov afirma:

---

10 Adota-se aqui a definição de Charaudeau: “coexistência do dito e do fato que cria a ilusão de um saber universal” (CHARAUDEAU, 2006, p.88).

Um signo não existe apenas como parte de uma realidade; ele também reflete e refrata uma outra. Ele pode distorcer essa realidade, ser-lhe fiel, ou apreendê-la de um ponto de vista específico etc. Todo signo está sujeito aos critérios de avaliação ideológica [...]. O domínio do ideológico coincide com o domínio dos signos: são mutuamente correspondentes. Ali onde o signo se encontra, encontra-se também o ideológico. Tudo que é ideológico possui um valor semiótico. [...] Cada campo de criatividade ideológica tem seu próprio modo de orientação para a realidade e refrata a realidade à sua maneira.<sup>11</sup>

A visão de **real** e de **realidade** aqui utilizada serviu de pré-requisito para o estudo apresentado neste livro, bem como de base para ampará-lo. Se o discurso social reflete e refrata o real, ele o faz de forma distinta nos vários campos do conhecimento e de atuação social. O modo como se refrata e se reflete o real no discurso jornalístico, em especial no projeto editorial da *Folha de S.Paulo*, a maneira como se diferencia de outros discursos, quais são as suas particularidades – tais foram os aspectos que interessou verificar.

A relação com o contexto e a autossuficiência ou não do discurso também são fatores que enquadram o discurso jornalístico nas definições dos discursos primário e secundário. Se, de um lado, durante a sua produção, é necessário introduzir elementos que permitam ao leitor situar o contexto em que se localiza o “acontecimento”, o “fato” que se está relatando, de outro é sabido que uma notícia, lida a partir de uma distância temporal ou espacial, apresenta dificuldades de entendimento, já que é apenas um fragmento de um processo histórico mais amplo.

Sabe-se também que, para a narração desse fragmento, podem ser omitidas informações que se supõem conhecidas de determinado público. É necessário que os sujeitos envolvidos no processo de interlocução conheçam alguns aspectos relacionados a certo tem-

---

11 BAKHTIN, M. *Marxismo e filosofia da linguagem: problemas fundamentais do método sociológico na ciência da linguagem*. São Paulo: Hucitec, 1999, p.32-33. (grifos do autor)



po e espaço para que reconheçam a notícia. Uma manchete como “Morre o presidente da República”, por exemplo, só terá significado semelhante para todos os leitores se emissor e receptor, ou autor e interlocutor, compartilharem o mesmo momento no tempo, a mesma abrangência espacial, e deles estiverem igual e mutuamente inteirados.

Mas o discurso jornalístico tem também uma boa dose do que se considera pertinente ao gênero secundário, no sentido de aparecer “em circunstâncias de uma comunicação cultural, mais complexa e relativamente mais evoluída”.<sup>12</sup> Ainda que a tônica do discurso jornalístico padrão, representado pela notícia (também o gênero jornalístico menos complexo, mas somente no sentido de que pode ser considerado um resumo do fato, do acontecimento), seja a simplicidade, traduzida em aspectos como a utilização da ordem direta do discurso, do léxico simples e acessível ao público leigo, da reiteração da informação e de fatos circunstantes e complementares, seu desenvolvimento foi amparado em observações e estudos que visavam à facilidade e à rapidez na recepção da informação. Os manuais de redação e estilo também visam discriminar essa elaboração e determinar aos jornalistas aspectos relacionados a todas as fases de execução de um jornal. Em relação a isso, o *Manual de Redação da Folha* estabelece várias normas, em consonância com seu PE, para definir detalhes de um bom texto; determina, por exemplo, que a identificação do **gancho** – a informação que mais interessa ao leitor – deve ser o ponto de partida para a redação do **lide** (*lead*), o primeiro parágrafo de uma matéria:<sup>13</sup>

É preciso atentar também para o fato de que muitas vezes o lide de uma notícia não deve antepor ao próprio fato quem ou o que produziu o acontecimento. Assim, evite lides de tom oficioso, como: “O governo vai editar na próxima semana uma medida provisória liberando o preço das mensalidades escolares”. A

12 BAKHTIN, M. *Estética da criação verbal*. São Paulo: Martins Fontes, 2000, p.281.

13 FOLHA DE S.PAULO. *Manual de redação*. São Paulo: Publifolha, 2001, p.29.

notícia é: “As mensalidades escolares serão liberadas a partir da próxima semana por medida provisória do governo”.

Por essa lógica, abrir o enunciado com ênfase na palavra **governo** distanciaria o leitor de sua realidade imediata, que é reforçada com a ênfase em **mensalidades escolares**, uma vez que um grande número de pessoas é afetado por um aumento desse tipo. Ao mesmo tempo, **governo** teria um sentido muito mais genérico, oficial, na medida em que, num mesmo noticiário, poderia ser sujeito de outras tantas notícias, ao contrário de **mensalidades escolares**, mais restrito, mais específico e, ao mesmo tempo, de impacto maior na vida do leitor. Essa definição vai ao encontro de uma prescrição a respeito das características necessárias para um acontecimento se transformar em **notícia**: a proximidade com o leitor.

O *Manual de Redação da Folha* expõe um aspecto do funcionamento da esfera jornalística: a proposição de normas que prescrevem as condutas. É a partir delas que os gêneros ganham conformações.

Outra característica – a de ser acessível a um grande contingente de pessoas – é o que justifica, no jornalismo, a adoção de um registro linguístico que suplante variantes regionais, culturais, de formação educacional. Assim, segundo Lage, com o objetivo de ser entendido por um público heterogêneo e, de certa forma, indeterminado – um grande jornal ou emissora de TV atinge pessoas de idade, sexo, raça e condição social diferentes –, o texto jornalístico propõe-se a adotar o que entende como “a conciliação entre esses dois interesses – de uma comunicação eficiente e de aceitação social”.<sup>14</sup>

Lage afirma ainda que a linguagem jornalística “é basicamente constituída de palavras, expressões e regras combinatórias que são possíveis no registro coloquial e aceitas no registro formal”.<sup>15</sup> Como se vê, as reflexões teóricas realizadas internamente, na própria esfe-

14 LAGE, N. *Linguagem jornalística*. São Paulo: Ática, 2003, p.38. (Série Princípios).

15 Idem *ibidem*.

ra jornalística, mostram sempre – e fortemente – uma preocupação com o interlocutor, cujas características acabam por traçar.

É simplificador, entretanto, imaginar que o formato do texto jornalístico padrão visa unicamente à transmissão mais direta do conteúdo a um número maior e indistinto de leitores, telespectadores e ouvintes. Segundo Charaudeau, a “informação é pura enunciação. Ela constrói o saber e, como todo saber, depende ao mesmo tempo do campo de conhecimento que o circunscreve, da situação de enunciação na qual se insere e do dispositivo no qual é posta em funcionamento”.<sup>16</sup>

As escolhas adotadas no momento da produção jornalística, referentes à elaboração do texto com ênfase na técnica, no controle de qualidade e na recepção instantânea do conteúdo, trazem em si não apenas um, mas vários sentidos, implícitos ou explícitos. É preciso chamar a atenção para o fato de que essas técnicas, por serem quase industriais no sentido de que, por possuírem formato predeterminado, acabam por acelerar a etapa de redação do noticiário, reduzem a individualidade do autor e, portanto, do estilo que caracteriza o formato dos textos mais elaborados, como os literários, os espaços de opinião e análise dos jornais.

Pode-se dizer, então, que é na ausência de uma elaboração maior que consiste a verdadeira elaboração da produção jornalística. Sua objetividade é fruto de um fazer complexo, gerador de um efeito de sentido obtido ao se tentar excluir a subjetividade do enunciado: é como se o autor não estivesse presente nos textos, como se eles fossem compostos apenas por ações, traduzidos pela clássica “fórmula matemática” que representa o lide da notícia: **O quê? Quando? Quem? Onde? Como? Por quê?** Do ponto de vista discursivo, pode-se dizer que se trata de efeitos de “verdade”, de objetividade, de isenção na narração do fato.

Dessa forma, ainda que preso sob um modelo estruturado para lhe reduzir a subjetividade, o ato de informar ou o discurso do texto informativo está eivado de sentidos. De acordo com o fundamen-

---

16 CHARAUDEAU, 2006, p.36.

to dialógico que sustenta o conteúdo deste livro, o sentido nunca é dado antecipadamente. Para Charaudeau, que se deteve nas reflexões sobre o jornalismo, ele “é construído pela ação linguageira do homem em situação de troca social. O sentido só é perceptível através de formas. Toda forma remete a sentido, todo sentido remete a forma, numa relação de solidariedade recíproca”.<sup>17</sup> Para ele, o sentido se constrói nas finalizações dos processos de semiotização, transformação e transação, sendo que o ato de informar está relacionado ao processo de transformação:

O processo de transformação consiste em transformar o “mundo a significar” em “mundo significado”, estruturando-o segundo um certo número de categorias que são, elas próprias, expressas por formas. Abrange categorias que identificam os seres do mundo **nomeando-os**, que aplicam a esses seres propriedades **qualificando-os**, que descrevem as ações nas quais esses seres estão engajados **narrando**, que fornecem os motivos dessas ações **argumentando**, que avaliam esses seres, essas propriedades, essas ações e esses motivos **modalizando**. O ato de informar inscreve-se nesse processo porque deve **descrever** (identificar-qualificar fatos), **contar** (reportar acontecimentos), **explicar** (fornecer as causas desses fatos e acontecimentos).<sup>18</sup>

Pode-se passar, agora, para a descrição de como o jornalismo faz essas operações e transformações a partir de alguns de seus gêneros principais, vistos como fenômenos históricos, que não podem ser dissociados dos condicionantes culturais que os engendraram e que vão, certamente, transformá-los.

Cabe alertar que este livro não pretende esgotar a questão dos gêneros jornalísticos nem apontar a distinção entre eles. Ele é composto pelos PE e projetos gráficos que, como se verá ao longo do volume, não se encaixam precisamente na definição de **gêneros jornalísticos**, apesar de pertencerem à mesma comunidade discursiva.

17 CHARAUDEAU, 2006, p.41.

18 Idem *ibidem*.

siva ou esfera de atividade. O PE tem outra natureza, outros objetivos e, ademais, não se destinam – pelo menos a princípio, haja vista que a *Folha* viria a mudar esse quadro – a um público heterogêneo, como é o caso dos gêneros jornalísticos.

Optou-se, aqui, por abordar de modo descritivo e brevemente a estrutura da notícia, do editorial e dos artigos de opinião, além do princípio de distinção dos gêneros do jornalismo brasileiro em duas categorias: o **jornalismo opinativo** e o **jornalismo informativo**. Assim, cita-se Melo,<sup>19</sup> que toma como exemplos de jornalismo informativo a nota, a notícia, a reportagem e a entrevista, e de jornalismo opinativo o editorial, o comentário, o artigo, a resenha, a coluna, a crônica, a caricatura e a carta. O *Manual de Redação da Folha*<sup>20</sup> entende que o jornal reúne os seguintes gêneros: análise, artigo, editorial, crítica, crônica, *feature*, resenha, notícias e reportagem e, além do gênero informativo, diferencia também os gêneros **interpretativo** e **opinativo**. Melo prefere fazer apenas a distinção entre jornalismo informativo e opinativo, argumentando que:

O jornalismo articula-se [...] em função de dois núcleos de interesse: a informação (saber o que se passa) e a opinião (saber o que se pensa sobre o que passa). Daí o relato jornalístico haver assumido duas modalidades: a descrição e a versão dos fatos.<sup>21</sup>

A seguir, apresentarei uma análise mais detalhada sobre os gêneros **notícia**, **editorial** e **artigos de opinião**. Embora haja outros de igual importância em jornalismo, como a reportagem, o perfil e a entrevista, a notícia foi escolhida por suas particularidades como gênero que, de certa forma, estaria contido em todos os outros. O editorial e o artigo de opinião foram escolhidos por sua proximidade com o gênero PE, o primeiro por refletir a opinião da empresa e o segundo por seu caráter opinativo.

19 MELO, J. M. *A opinião no jornalismo brasileiro*. Petrópolis: Vozes, 1994, p.64-65.

20 FOLHA DE S.PAULO, 2001, p.71-72.

21 MELO, 2003, p.63-64.

## Notícia

A notícia padrão, como já se mencionou aqui, é composta por um **lide** (*lead*), a abertura da matéria, com as informações mais relevantes. Em geral, o lide deve conter as seguintes informações: O quê? Quando? Quem? Onde? Como? Por quê?

Ao falar dos gêneros jornalísticos, o *Manual de Redação da Folha* descreve **notícia** da seguinte forma: “relata a informação da maneira mais objetiva possível; raramente é assinada”.<sup>22</sup> Se considerarmos essa definição, perceberemos que nem mesmo a *Folha* credita à notícia “grau zero”, objetivo, posicionamento com o qual concorda a maioria dos estudiosos da linguagem. Nas palavras de Charaudeau:

Não há “grau zero” de informação. As únicas informações que se aproximam do grau zero, entendido este como ausência de todo implícito e de todo valor de crença, o que seria característico da informação puramente factual, são aquelas que se encontram nas páginas dos anúncios dos jornais: os programas dos cinemas, dos teatros e de outras manifestações culturais; as farmácias de plantão, os diversos anúncios classificados etc. [...] Isso porque a informação não escapa a outro paradoxo: cada vez que se dá uma explicação, esta sempre pode ser submetida a outra inquirição, numa cadeia infinita de “por quês”, tendo cada explicação “seu lado de sombra”.<sup>23</sup>

Mesmo no caso dos “anúncios de jornais” apontados por Charaudeau, os recursos de apresentação e modelos de disposição incluem, obviamente, elementos de escolhas adotadas pelo veículo.

Para que se atinja a máxima isenção possível, a notícia deve ser estruturada a partir da **técnica da pirâmide invertida**, assim definida pelo *Manual de Redação da Folha*:

22 FOLHA DE S.PAULO. *Manual de redação*. 2. ed. São Paulo: Publifolha, 2010, p.74.

23 CHARAUDEAU, 2006, p.59. (*grifos do autor*)

Técnica de redação jornalística pela qual as informações mais importantes são dadas no início do texto e as demais, em hierarquização decrescente, vêm em seguida, de modo que as mais dispensáveis fiquem no final. É a técnica mais adotada em jornais do Ocidente. Deve ser usada pelos jornalistas da *Folha* em textos noticiosos.<sup>24</sup>

Para o *Manual da Folha*, a técnica da pirâmide invertida surgiu para resolver o problema das notícias enviadas a vários jornais diferentes, principalmente por assessorias de imprensa e agências de notícias. Os grandes jornais, hoje, evitam reproduzir esses materiais em suas páginas (com exceção de pequenos jornais de interior, que não têm repórteres e redatores suficientes para a cobertura da agenda do dia) sem uma pesquisa própria. Contudo, em determinado momento isso foi comum, e o editor, quando tinha problemas de espaço, simplesmente cortava o final do texto para possibilitar a publicação do material. Com o lide, as informações essenciais eram mantidas, independentemente do corte:

Acabou por servir ao leitor, que também pode realizar a mesma operação de corte. Lido o primeiro parágrafo, o leitor já está informado do que há de mais importante e pode dispensar o resto, se desejar. É a técnica de redação jornalística mais disseminada no mundo ocidental.<sup>25</sup>

A própria definição de **notícia** não é unanimidade entre estudiosos do jornalismo, como Nilson Lage, Ciro Marcondes Filho e Adelmo Genro Filho. Por isso, concorda-se aqui com a opinião que Sylvia Moretzsohn expressa no livro *Jornalismo em tempo real: o fetiche da velocidade*.<sup>26</sup> Para ela, “o importante [...] é perceber que,

24 FOLHA DE S.PAULO, 2010, p.94.

25 FOLHA DE S.PAULO. *Manual geral de redação*. 2. ed. São Paulo: Publifolha, 1987, p.157.

26 MORETZSOHN, S. *Jornalismo em tempo real: o fetiche da velocidade*. Rio de Janeiro: Revan, 2002, p.66.

afinal de contas, não há como definir notícia com critérios internos à profissão”.

Aquilo com que praticamente todos os autores concordam é que a notícia é uma mercadoria, “mas não uma mercadoria qualquer”, segundo Genro Filho, que propõe discutir o jornalismo “como produto histórico da sociedade burguesa, mas um produto cuja potencialidade a ultrapassa e se expressa desde agora de forma contraditória, à medida que se constituiu como uma nova modalidade social cuja categoria central é o singular”.<sup>27</sup>

Para constituir-se como notícia e, portanto, como objeto da atenção do jornalista, o fato relatado num texto do gênero **notícia** deve ter algumas características peculiares, entre elas a proximidade em relação ao público para o qual se destina, o ineditismo e a atualidade. Com a prática profissional, essas características são absorvidas pelos produtores da notícia, que criam entre si uma comunidade discursiva, com valores, termos e lógica próprios. Assim, é comum ouvir de jornalistas que “notícia boa é notícia ruim”. Esse enunciado, que poderia chocar membros de outras comunidades discursivas, faz parte do cotidiano do profissional que, no dia a dia, convive com a tarefa de selecionar fatos eivados de elementos que chamem a atenção de seu público. Por essa lógica, um acidente que provoca grande número de vítimas é mais interessante para a cobertura jornalística do que outro no qual morrem poucas pessoas. Assim, além da forma textual, há, *grosso modo*, um “conteúdo padrão” no jornalismo.

Saindo um pouco da comunidade jornalística, vale a pena conhecer a definição de **notícia** dada por Charaudeau:

Propomos chamar “notícia” a um conjunto de informações que se relaciona a um mesmo **espaço temático**, tendo um caráter de **novidade**, proveniente de uma determinada **fonte** e podendo ser diversamente tratado.<sup>28</sup>

27 GENRO FILHO, A. *O segredo da pirâmide*: para uma teoria marxista do jornalismo. Porto Alegre: Tchê, 1987, p.5.

28 CHARAUDEAU, 2006, p.132. (grifos do autor)



O autor esmiúça os termos que ele próprio grifa, revelando seu entendimento de cada um deles. Para Charaudeau, com cuja opinião este livro compartilha, é como se a partir da notícia, do tratamento discursivo dado a ela, fossem se originar os outros gêneros.

A notícia é objeto de um tratamento discursivo desenvolvido sob diferentes formas textuais: de anúncio (os títulos), de notificação (as notas), de relatório (artigo) etc. É o que se denomina “acontecimento relatado”.<sup>29</sup>

Os diversos gêneros da atividade jornalística é que vão conferir maior ou menor carga de individualidade ao texto. Dessa maneira, apenas matérias de grande importância investigativa ou de característica predominantemente opinativa serão assinadas, como os artigos, as grandes reportagens e as matérias de denúncia. Notícias dentro do padrão geral podem ou não ser assinadas, dependendo da importância que se lhes atribui como fato num dado momento. O certo é que, com um grau maior ou menor de informatividade ou de opinião expressa, todo o conteúdo de um jornal, incluindo sua diagramação, fotos, tabelas, infográficos, charges etc., é portador e produtor de um efeito de sentido que pode desvendá-lo ideologicamente, e que nem mesmo a técnica de redação de notícias é capaz de esconder por completo.

## **Editorial**

O *Manual de Redação da Folha* traz cinco remissões ao termo **editorial** em sua versão de 1987 e apenas três nas versões de 2001 e 2010.<sup>30</sup> Os termos, cada um dentro de um capítulo de temática específica – “Política Editorial”, “Estrutura da Folha”, “Padronização de

---

29 Idem, p.152.

30 Esta reedição mais recente é mencionada neste livro por sua adequação ao Novo Acordo Ortográfico.

Estilo”, “Procedimentos Profissionais” e “Vocabulário Jornalístico”, respectivamente –, aparecem do seguinte modo na versão de 1987:

**Editorial** – A opinião da *Folha* se expressa formalmente em seus editoriais. Os editoriais não dirigem o noticiário, mas a Redação deve procurar investir na produção de textos sobre os temas abordados com frequência em editorial. O jornal estimula a produção de artigos assinados que estejam em divergência com as posições dos editoriais. Nada impede que a *Folha* mude de opinião; em tais casos, o jornal deve dizê-lo com clareza ao leitor.

**Editorial** – Os editoriais aparecem todos os dias na página A-2, em dois módulos à esquerda. Em casos excepcionais, a critério da Direção de Redação, podem aparecer na primeira página, em local a ser definido em cada caso.

**Editorial** – O editorial da *Folha* deve ser enfático sem ser estridente, sereno sem ser pesado e desinteressante; deve expressar os pontos de vista do jornal de maneira aguda, sem tergiversar. Deve apresentar concisamente a questão de que vai tratar, desenvolver os argumentos que o jornal defende, refutar os que a eles se opõem e finalizar condensando a posição adotada pela *Folha*. O editorial deve dispensar a linguagem empolada, evitar a ironia e a interrogação, quase nunca adotar a exclamação.

**Editorial** – Exige um alto espírito de responsabilidade por parte dos que se envolvem em sua produção e edição, porque ele expõe a imagem do jornal como um todo. Os editorialistas devem manter contato estreito com a Redação. A Redação deve fornecer todo o material de subsídio que os editorialistas julgarem necessário. A Redação pode sugerir temas aos editorialistas através da Crítica da Edição, depois de discutidos na reunião de produção. O coordenador de editoriais recebe cópias das pautas e da Crítica. Ele também participa ou se faz representar nas reuniões diárias da edição. Todo texto que se referir a assunto tratado em editorial numa mesma edição deve fazer remissão a ele.

Os editoriais devem ser chamados em um sumário na primeira página e ser objeto de remissão nos pés de chamadas sobre o mesmo assunto, quando houver.

**Editorial** – É o texto em que o jornal exprime de maneira formal suas opiniões. Nunca é assinado.<sup>31</sup>

Pode-se agora observar como a *Folha* refere-se ao termo **editorial** nas duas menções feitas a ele nas versões de 2001 e 2010 de seu *Manual de Redação*, nos capítulos “Procedimentos” e “Padronização e Estilo”, respectivamente:

**Editorial** – Os editoriais não dirigem o noticiário, mas temas que neles aparecem com frequência devem ser explorados pela reportagem. A *Folha* procura publicar artigos assinados que discordem das posições dos seus editoriais. Nada impede que o jornal mude de opinião sobre determinado assunto. Nesse caso, deve dizê-lo com clareza.

**Editorial** – Texto que expressa a opinião de um jornal. Na *Folha*, seu estilo deve ser ao mesmo tempo enfático e equilibrado. Deve evitar o sarcasmo, a interrogação e a exclamação. Deve apresentar com concisão a questão de que vai tratar, desenvolver os argumentos que o jornal defende, refutar as opiniões opostas e concluir condensando a posição adotada pela *Folha*.<sup>32</sup>

O *Manual* remete mais uma vez ao termo **editorial** na entrada para o termo **gêneros jornalísticos** do capítulo “Padronização e Estilo”, ao enumerar diversos gêneros, entre eles **notícia**, **resenha** e **artigo**:

31 FOLHA DE S.PAULO, 1987, p.30, 51, 75, 109 e 152.

32 FOLHA DE S.PAULO, 2001/2010, p.40 e 64.

**Editorial** – expressa a opinião do jornal e nunca é assinado; deve ser enfático, equilibrado e informativo, apresentar a questão tratada e desenvolver os argumentos defendidos pelo jornal, ao mesmo tempo em que resume e refuta os contrários.<sup>33</sup>

Na atualização de seu *Manual de Redação*, a *Folha* cumpre a afirmação, feita na Introdução da versão de 2001, de “flexibilização progressiva das normas” presentes nas edições anteriores, tornando-se mais direta e econômica. Isso acontece quando, por exemplo, ao orientar o conteúdo de seus editoriais, omite o trecho “enfático sem ser estridente, sereno sem ser pesado e desinteressante; deve expressar os pontos de vista do jornal de maneira aguda, sem tergi- versar”, resumindo-o apenas à orientação para um estilo ao mesmo tempo “enfático e equilibrado”.

No que se refere à proposta de os novos manuais serem uma versão “revista e ampliada da edição anterior, lançada em 1992 – que, por sua vez, atualizava as edições de 1984 e 1987, fazendo acréscimo a elas”, a orientação não se cumpre, uma vez que diversas informações sobre o editorial da *Folha*, como sua localização no corpo do jornal, o grau de responsabilidade que se exige de seus produtores e detalhes da relação entre redação e editorialistas, ficam de fora da nova versão, que reduz de cinco para três o número de remissões à palavra **editorial**, em relação à versão anterior. Ainda que tais dados não configurem o conteúdo essencial dos objetivos de um manual de redação, sua omissão pode estar relacionada à redução da velocidade de mudanças que a *Folha* vinha impondo a partir de 1984, as quais serão esmiuçadas mais adiante.

Para Melo, **editorial** “é o gênero jornalístico que expressa a opinião oficial da empresa diante dos fatos de maior repercussão no momento”.<sup>34</sup> O autor diz duvidar, porém, de que num país como o

---

33 Idem, p.71.

34 MELO, 2003, p.103.

Brasil a argumentação contida num editorial seja dirigida à opinião pública ou à coletividade.

[...] isso acontece em relação às empresas que atuam nas sociedades que possuem uma opinião pública autônoma. Em outras palavras: que dispõem de uma sociedade civil forte e organizada, contrapondo-se ao poder do Estado. Esse não é o caso da sociedade brasileira, cuja organização política tem no Estado uma entidade todo-poderosa, presente em todos os níveis da vida social. Por isso é que os editoriais difundidos pelas empresas jornalísticas, embora se dirijam formalmente à “opinião pública”, na verdade encerram uma relação de diálogo com o Estado.<sup>35</sup>

Considerando-se a quantidade de temas políticos tratados nos editoriais da *Folha* e de seus concorrentes diretos – os chamados “grandes jornais brasileiros” –, é possível que Melo esteja certo ao identificar um espaço de interlocução com o governo nos editoriais.

Apesar de a *Folha* se apresentar como um jornal dinâmico, arrojado, pronto a mudar de ideia sempre que os fatos assim o exigirem, não se pode perder de vista o fato de que se trata de um empreendimento comercial e de que, como espaço de expressão da opinião da empresa, de uma forma ou de outra, precisa conciliar seus interesses na confecção de seus editoriais, sejam eles os do mercado, dos leitores, do governo, da opinião pública, sejam de outrem.

Não bastasse a necessidade de conciliar todos esses interesses, a *Folha* assume características centralizadoras na produção de seus editoriais, o que não a torna diferente de outros veículos de comunicação no Brasil:

Esse tipo de centralização decorre da opção político-mercado-lógica que a *Folha* adotou como sua linha editorial. “A *Folha* tem um pé fora e outro dentro do *establishment*”, afirma Otávio Frias Filho. Ressalta, para que não haja dúvidas: a *Folha* é um jornal do *establishment*, mantendo em relação a ele uma postura “crítica

---

35 Idem, p.104.

e apartidária”, que luta pela democracia dentro dos limites do liberalismo burguês. Definindo-se dessa forma, a *Folha* assume, ela própria, o lugar de um partido político com características bastante específicas. Seus editoriais devem refletir essas características, trabalhando no espaço muitas vezes contraditório do *establishment*, de um lado, e da defesa das instituições democráticas, de outro.<sup>36</sup>

Ou seja, uma linha editorial que atenda o leitor, a ordem estabelecida, o liberalismo e o mercado, como aparentemente busca fazer a *Folha*, sem dúvida é caracterizado como um espaço de contradições e embates.

## **Artigo de opinião**

Outro gênero importante no jornalismo brasileiro é o **artigo de opinião**, que se diferencia do editorial pelo fato de seus autores não precisarem necessariamente representar a empresa jornalística em questão. Por isso, é sempre assinado, seja por um membro do corpo de articulistas do jornal, seja por pessoas convidadas ou que encaminham espontaneamente o material para publicação, geralmente profissionais renomados em sua área de atuação ou políticos.

Em seu *Manual de Redação* de 2010, a *Folha* assegura que só publica artigos inéditos ou, em casos excepcionais, “no mesmo dia que outro jornal brasileiro”. Afirma também que se reserva o direito de não publicar artigo que, na opinião de sua assessoria jurídica, “veicule calúnia, difamação ou injúria ou possa, por qualquer outro motivo legal, dar margem a processo judicial com base na legislação em vigor”. O jornal justifica-se afirmando que “embora a responsabilidade jurídica pelo artigo caiba a quem o assina, a responsabilidade jornalística e política cabe ao jornal”.<sup>37</sup>

36 ARBEX JR. J. Editorial. In: MELO, J. M. *Gêneros jornalísticos na Folha de S.Paulo*. São Paulo: FTD, 1992, p.92.

37 FOLHA DE S.PAULO, 2010, p.109.

É importante lembrar aqui algumas conclusões a que Marchezan<sup>38</sup> chegou ao analisar, como gêneros do discurso, 200 artigos de opinião escolhidos de modo aleatório no jornal *Folha de S.Paulo*, publicados entre 2007 e 2008, dedicados prioritariamente à política brasileira:

Os textos opinativos examinados apresentam dois modos de tratamento da política, embora sejam ligados: um que se detém em uma análise da ação política, da inação ou do dizer; outro que se restringe à apresentação de uma sanção. A análise e a sanção à política são tecidas a várias vozes, das quais, no entanto, se destaca, mesmo que não necessariamente em primeira pessoa, uma voz principal que as conduz e se expõe enfaticamente: é a voz autoral do jornalista, em exercício na esfera política. Interessa-nos, portanto, a relação dessas duas áreas de atividade – jornalística e política, seguindo o desempenho do jornalista em seara que, se não lhe é alheia, não é também a de que é membro direto.<sup>39</sup>

Mais do que isso, Marchezan aponta um caráter disfórico na visão que os jornalistas analisados têm da política; um caráter que, segundo ela, é inerente à maneira como os próprios articulistas estudados veem esse gênero:

Parafraseando Medvedev, [...] podemos dizer que os artigos de opinião analisados focam a política e a conceituam como um jogo cínico de poder, para poucos participantes e muitos espectadores. A noção de gênero do discurso, relacionada a outras noções do pensamento do Círculo de Bakhtin – tais como conteúdo temático, vozes do eu e do outro, coordenada espaço-temporal do evento discursivo (o cronótopo), entonação, esferas de atividade – permite uma consideração dos artigos de opinião selecionados, de modo a explicar suas formas estabilizadas de dizer, sem, con-

38 MARCHEZAN, R. C. Gêneros do discurso: o caso dos artigos de opinião. In: PAULA, L.; STAFUZZA, G. *Círculo de Bakhtin: teoria inclassificável*. Campinas, SP: Mercado de Letras, 2010. (Série Bakhtin-Inclassificável, v.1).

39 MARCHEZAN, 2010, p.270-271.

tudo, esquematizá-los em abstrações, dessoradas de vida, nem enredá-los em detalhes de seus eventos particulares.<sup>40</sup>

Assim como no gênero **notícia** há um caráter disfórico resumido pelo enunciado “notícia boa é notícia ruim”, Marchezan nota esse mesmo caráter no gênero **artigos de opinião**, o que, no caso analisado pela autora, vale para o editorial de temática política. Resta lembrar que, tanto num caso como no outro, esse caráter disfórico é conferido ao gênero pela própria esfera de atividade, por seus próprios autores.

De qualquer maneira, a lembrança desse caráter disfórico transferido para o gênero pela forma que a própria esfera de atividade atribui ao tema político é relevante, uma vez que os artigos de opinião estão sendo estimulados pela *Folha*. Aliás, a crítica, contra tudo e contra todos, é um dos compromissos da *Folha* e prescrição do seu PE de 1985: “Devemos aprofundar a política editorial traduzida na prática de um jornalismo crítico, apartidário, moderno e pluralista”, ou “Crítica contra tudo e contra todos porque a *Folha* é e precisa ser radicalmente apartidária”.<sup>41</sup>

Independentemente desse caráter disfórico, o jornalismo opinativo tenderá a ser sempre estimulado pela *Folha*. Como será visto ao longo deste livro, as reformas gráficas e editoriais, promovidas pelo jornal em maio de 2010, têm como uma de suas principais bandeiras o fato de a *Folha* passar a ser o veículo de comunicação impresso com o maior número de articulistas do país – mais de cem – e de esse quadro de articulistas ser composto por pessoas de áreas, tendências, formações e ideias as mais variadas possível, formando um quadro que o jornal orgulha-se de apresentar como sendo característica de seu jornalismo: a imparcialidade, a multiplicidade de opiniões e o apartidarismo.

40 MARCHEZAN, 2010, p.275.

41 Ver o PE 1985-1986, na seção **Anexos**, ao final deste livro.





### 3

## ○ GÊNERO PROJETO EDITORIAL (PE)

Um jornal é um sistema complexo, como em geral são os veículos de comunicação de massa. Envolve uma miríade de profissionais de várias áreas de formação. Deve contar com um departamento gráfico, um departamento comercial para venda de publicidade, um departamento jornalístico, um departamento de vendas de assinaturas – isso para listar apenas os setores mais evidentes.

De caráter informativo, opinativo, interpretativo, analítico ou de entretenimento, cada edição pode ser considerada um fragmento da superfície da história: fragmento que, sozinho, pode não fazer muito sentido, mas, aclarado pela luz de seus interlocutores, produtores, personagens, tempos e espaços próprios, vozes, omissões, forma e conteúdo entrelaçados, revelam muito de uma cultura e de uma sociedade.

Cada um desses veículos é visto por seu leitor como possuidor de uma identidade, pois mantém com ele uma identificação, algo que o faz ser reconhecido mesmo a partir do rápido vislumbre de uma edição, disposta em uma banca de jornais. Essas características, às vezes, são construídas por movimentos fortuitos, a partir de estilos próprios de funcionários, jornalistas, diagramadores etc.; noutras são arquitetadas por planejamentos prévios, como aqueles determinados pelos PE e projetos gráficos desses veículos, que, por

sua vez, são fruto de intensas discussões que levam em conta procedimentos estratégicos visando a obter resultados específicos.

A cada edição, cada editorial pode revelar um pouco daquilo que o PE se propõe a fazer num único texto. Seria o mesmo que dizer que o princípio constitucional de que “todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza”<sup>1</sup> reflete o que ocorre na rotina dos cidadãos do país. O que não significa que ambos os textos – no caso, o PE e a Constituição Federal – não sejam reveladores como enunciados.

Historicamente, nem todo jornal ou veículo de comunicação, principalmente os mais antigos, preocupou-se com planejamentos, munindo-se de um PE e/ou projeto gráfico – foi assim com a *Folha de S.Paulo*. Sobre os PE desse veículo, Silva afirma:

A primeira característica surpreendente no projeto é a sua própria existência. Não que os jornais não tenham, em geral, projetos ideológicos, políticos e técnicos que orientem suas edições. É difícil supor que seja viável fazer jornal sem projetos. Mas é raro encontrar-se um veículo de comunicação, no Brasil pelo menos, que os explicita no papel e os faça circular entre todos os jornalistas. O mais comum é que as ideias constitutivas do que se chama “linha editorial” de um veículo sejam transmitidas oralmente pelas chefias aos subordinados, de forma assistemática, durante o cumprimento das tarefas do dia a dia, à medida que a ocorrência de “acertos” e “erros” acontece em cada texto ou foto produzida. O aprendizado da “linha editorial” se dá, assim, a partir do método do “estímulo-resposta” na prática cotidiana da Redação.<sup>2</sup>

Criado em 1921, com o nome de *Folha da Noite* (alguns detalhes de sua história serão abordados mais adiante), o jornal logo conquistou estrutura financeira para a criação da *Folha da Manhã*,

1 Art. 5º, *caput*, da CONSTITUIÇÃO DA REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL – 1988. 12. ed. Belo Horizonte: Assembleia Legislativa do Estado de Minas Gerais, 2011, p.21.

2 SILVA, C. E. L. *Mil dias: seis mil dias depois*. São Paulo: Publifolha, 2005, p.97.

que, em seu primeiro número, resumia o pragmatismo do veículo com a seguinte afirmação: “Com o correr do tempo e na medida do possível, (iremos) aperfeiçoando segundo o que nos aconselhar a prática”.<sup>3</sup>

Oficialmente, a *Folha* só teria um PE sistematizado a partir da década de 1970, o que não significa que seus proprietários não possuísem opiniões bastante definidas sobre o que deveria ser um jornal. Por exemplo, Olival Costa, um dos criadores da *Folha*, resumia assim essa atividade:

Um jornal não é uma polianteia. Quem quer literatura busca-a nos livros. A função do jornal é informar. Mas informar não é apenas noticiar: é, a um tempo, selecionar e orientar. No esforço de selecionar se acha subentendida a obrigação de criticar.<sup>4</sup>

Por ocasião de sua criação, a *Folha* se caracterizava pelo oposicionismo ao governo. Quando, em 1929, Pedro Cunha, segundo sócio da empresa, deixou a sociedade, o jornal passou a apresentar uma postura governista e, com a Revolução de 30, foi invadido e empastelado.<sup>5</sup>

Uma nova fase começava para empresa *Folha da Manhã Limitada*, adquirida em janeiro de 1931 pelo grupo formado por Octaviano Alves de Lima, Diógenes de Lemos Azevedo e Guilherme de Almeida, além de Rubens do Amaral, que atuava principalmente como redator-chefe. Com os novos proprietários, as *Folhas* ficaram conhecidas pela defesa dos ideais agrícolas. Esse posicionamento era manifestado pela cobertura jornalística do setor, pela defesa da

3 COSTA, Olival apud MOTA, C. G. e CAPELATO, M. H. *História da Folha de S. Paulo* (1921-1981). São Paulo: Impres, 1981, p.6.

4 CUNHA, Pedro apud MOTA, 1981, p.15.

5 **Empastelar**: invadir uma gráfica ou redação de jornal para inutilizar o trabalho em curso ou danificar equipamentos e materiais (Cf. HOUAISS, A.; VILLAR, M. de S. *Dicionário Houaiss de Língua Portuguesa*. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001.)

categoria em editoriais e até pelo estímulo à venda de assinaturas, que podiam ser trocadas por café, por exemplo.

Um documento pouco mais sistematizado que resumisse os ideários do jornal surgiria apenas com o terceiro proprietário da empresa, José Nabantino Ramos, que a dirigiu no período de 1945 a 1962: eram as Normas de Trabalho da Divisão de Redação, que visavam estruturar o trabalho da *Folha da Manhã*, da *Folha da Tarde* e da *Folha da Noite*, com a “definição da empresa do ponto de vista político, ideológico, técnico e administrativo. Uma carta de princípios, enfim”, conforme registra o livro *História da Folha de S. Paulo*, de Carlos Guilherme Mota e Maria Helena Capelato:

Estranhava ele [Nabantino] que a vida dos jornais dependesse de critérios puramente pessoais e conjunturais, e tudo se fizesse ao “sabor da improvisação”, como escreveria no prefácio de *Jornalismo, dicionário enciclopédico*. O novo diretor das *Folhas* representava a renovação do capitalismo e trazia uma nova mentalidade à empresa. [...]

Sua concepção de jornal é mais funcional, percebendo que pode ele exercer múltiplos papéis, afetando a atuação do Estado, estimulando ou desanimando “os que trabalham”, levando “tranquilidade ou agitação ao povo”. Dada essa multifuncionalidade dentro da sociedade moderna, tornava-se necessário regulamentar de modo explícito um programa para reger as relações do jornal com o meio em que operava. Daí seu profundo espanto quando percebera que o jornal que ajudara a adquirir em 1945 não possuía uma carta de princípios, ou um regimento: “Estranhei profundamente que tudo isso se fizesse ao sabor da improvisação e do critério de cada um”.<sup>6</sup>

Para preencher a lacuna da ausência de uma carta de princípios ou regimento, Nabantino produziria três documentos que podem ser considerados precursores de PE: o Programa de Ação das Folhas (1948), as Normas de Trabalho da Divisão de Redação (1959)

---

6 MOTA, 1981, p.101.

e a Carta de Princípios. Sobre este último documento, Mota reproduz o seguinte trecho, atribuído a Nabantino Ramos:

Demo-nos até ao capricho de elaborar a nossa Carta de Princípios, isto é, o caminho que escolhíamos como jornalistas, para “estimular o progresso político, econômico, social e moral do povo brasileiro”. Juarez Bahia, em seu livro *Jornal: história e técnica*, transcreve na íntegra a “carta”, afirmando tratar-se de iniciativa pioneira no campo jornalístico.<sup>7</sup>

O livro em questão faz a seguinte abertura, ao introduzir a íntegra da carta de princípios da *Folha*:

Grandes jornais, no mundo inteiro, têm o seu programa de ação. É documento que vale por uma carta de princípios, com aplicação interna, para orientação do corpo de trabalhadores da redação, oficinas e administração, assim como em função de suas relações com a comunidade. Coincidentemente com o programa de ação, alguns jornais brasileiros passaram a utilizar códigos de ética e manuais de redação, refletindo um avanço no processo de editoração jornalística.

No país a primeira empresa jornalística a definir um programa de ação foi a *Folha de S.Paulo* [...]. No documento, aprovado em assembleia geral da organização, dizia-se que seu objetivo era estimular o progresso político, econômico, social e moral do povo brasileiro.<sup>8</sup>

É interessante notar que o primeiro PE da *Folha*, o de 1978, denominado “Levantamento de pontos indicativos de posição editorial e avaliação sintética do momento político”, cuja íntegra não se conseguiu obter, é considerado pelo professor e jornalista Carlos Eduardo Lins da Silva bastante semelhante ao Programa de Ação produzido por Nabantino em 1948, apesar de esse autor não de-

7 MOTA, 1981, p.108.

8 BAHIA, Juarez. *Jornal: história e técnica*. São Paulo: Ibrasa, 1972, p.132.

nominar PE tal documento. Falando sobre o documento de 1978, Silva afirma:

Exposto o objetivo e delimitados os marcos referenciais, o documento parte para o conteúdo. O que mais chama a atenção nesse “Levantamento” é que ele praticamente não se refere ao jornal. Poderia ser um programa de ação para um partido político, uma plataforma de ação para um candidato a cargo público. Nesse aspecto, assemelha-se muito ao Programa de Ação, de 1948, que chegava ao detalhismo de discriminar como, na opinião do jornal, deveria se organizar e funcionar o Estado brasileiro e como deveriam funcionar os organismos reguladores das relações internacionais. Mas o Programa de Ação, apesar de tão generalista, dedicava quase 1/3 de seu espaço para definir o que era informação para o jornal, sobre que temas o jornal deveria opinar, como a empresa deveria gerar recursos e dava algumas linhas básicas sobre como deveria ser editado o jornal.<sup>9</sup>

Este livro aborda a conjuntura interna do jornal na época em que o projeto de 1978 foi elaborado, o que deverá esclarecer esse “tom” político identificado por Silva no documento. Em relação ao Programa de Ação, provavelmente Silva, ao dizer que o texto poderia ser um programa de ação para um partido político, se refere a trechos como este, que compõe o item “A Opinião”:

Para tomar posição em face de qualquer problema, a comissão indaga obrigatoriamente o que mais convém, não a governos, partidos ou classes, mas apenas ao “interesse público”, e por esse critério é que se pautam os comentários e campanhas.<sup>10</sup>

---

9 SILVA, C. E. L. *Mil dias: os bastidores da revolução em um grande jornal*. São Paulo: Trajetória Cultural, 1988, p.69-70.

10 MOTA, C. G.; CAPELATO, M. H. *História da Folha de S.Paulo (1921-1981)*. São Paulo: Impres, 1981, p. 134-135.

Com estrutura de glossário, organizado por itens, o Programa de Ação, por exemplo, faz as seguintes recomendações no item “Política Internacional”:

- (a) Autodeterminação dos povos.
- (b) Acomodação de seus interesses vitais por meio de acordos que reduzam ou eliminem os conflitos econômicos e ideológicos, frequentemente responsáveis pela guerra.
- (c) Reunião dos Estados em organismos internacionais de âmbito cada vez mais amplo, dotados de cortes de justiça que tenham o poder de julgar conflitos, impor sanções aos transgressores, executar efetivamente as sentenças, para que a ordem jurídica que já foi capaz de estabelecer a paz no interior das nações possa também estender os seus benefícios à órbita internacional.<sup>14</sup>

Esse modelo de estrutura formal, a forma composicional em termos bakhtinianos, não é verificado nos atuais projetos editoriais da *Folha de S. Paulo*, mas, ainda que o Programa de Ação possa ser considerado um PE, se comparado com os documentos atuais do jornal, ele revela o dinamismo presente no conceito de **gênero**, a evolução histórica que o faz se modificar. Tais instabilidades, verificadas entre esses textos da *Folha* nas décadas de 1940 e 1970, e as posteriores estabilidades, caso existam, virão justamente demonstrar o quanto a sociedade, a história e o contexto interferiram na utilização dessa ou daquela forma de um gênero tão particular e revelador. Note-se que este livro se restringe aos PE e projetos gráficos do jornal produzidos a partir da década de 1970, e que o cotejamento com os documentos produzidos por Nabantino tem justamente a intenção de demonstrar a dinamicidade e a riqueza da utilização do gênero nessa esfera da vida social.

---

11 BAHIA, J. *Jornal: história e técnica*. São Paulo: Ibrasa, 1972, p. 132.



Como os editoriais, os PE da *Folha* representam o espaço de exposição de princípios da empresa, expressos a cada análise de fatos ou acontecimentos publicados no jornal. Assim, eles podem ser considerados um texto do gênero prescritivo, de finalidade prescritiva. Isso não significa que eles deixem de ser informativos, uma das principais características do texto jornalístico, também no caso dos textos jornalísticos opinativos, quase sempre amparados na informação nova e inédita. Para chegar às prescrições, os projetos analisam e discutem as posturas, os procedimentos e as técnicas adotadas até então, para sugerir e propor – ou não – novos procedimentos. São, portanto, altamente persuasivos e com elementos argumentativos, uma vez que, para prescrever normas eficientemente, precisam convencer seus interlocutores.

Uma questão que poderia se impor é se os PE podem ser considerados textos jornalísticos, apesar de não serem produzidos necessariamente por jornalistas – no caso da *Folha*, sua autoria é atribuída ao Conselho Editorial do jornal, que, em março de 2011, era composto por Rogério Cezar de Cerqueira Leite, Marcelo Coelho, Janio de Freitas, Gilberto Dimenstein, Clóvis Rossi, Carlos Heitor Cony, Celso Pinto, Antonio Manuel Teixeira Mendes, Luiz Frias e Otavio Frias Filho. Desses, pelo menos três – Rogério Cezar de Cerqueira Leite, Antonio Manuel Teixeira Mendes e Luiz Frias – não podem ser considerados jornalistas, não apenas porque não têm formação na área ou não desempenham esse tipo de atividade, mas também porque exercem outras profissões.

Apesar disso, o PE pode ser considerado um texto jornalístico, uma vez que é produzido na esfera de atividade dos jornalistas, porém com finalidade prescritiva, já que se aproxima de outros textos que visam ensinar e/ou orientar procedimentos, como bulas de remédio, manuais técnicos, atos legislativos e receitas culinárias.

Como aqueles, um PE parte de uma situação ideal final para descrever as etapas e os procedimentos necessários para se chegar até ela, objetivando fazer com que o receptor/interlocutor conclua que as técnicas e prescrições sugeridas são o melhor caminho para atingir a situação final.

Poderíamos dizer, então, que o PE é um gênero que determina as feições de outros gêneros dentro de sua comunidade discursiva, de sua esfera de atividade, ou seja, trata-se de um **metagênero**: é um gênero jornalístico, uma vez que pertence à esfera social dos jornalistas, mas tem um objetivo diverso dos gêneros jornalísticos mais usuais. Em vez do objetivo precípua de informar, o PE tem a intenção de orientar, ensinar e planejar, a partir de uma visão estratégica daqueles que, supostamente, detêm o poder e o conhecimento daquela esfera social.

O conhecimento da identidade de um texto pela caracterização de seu gênero, permite o desvendamento de sua estrutura interna, revelando, ao mesmo tempo, muito de sua ideologia. Grande parte dos PE tem por objetivo sugerir normas que permitam atingir seus objetivos editoriais, mercadológicos etc. Alguns limitam-se a ordenar as seções de um veículo de comunicação, nem sempre entrando em detalhes sobre os motivos que determinaram tal escolha em detrimento de outra – é o que se verifica em alguns casos observáveis de PE (também disponibilizados na internet) de pequenas publicações, revistas científicas ou de variedades e de alguns sites de notícias. Já os PE de grandes jornais, revistas ou programas de televisão têm, além dessa característica, a de revelar planos e programas de metas, o que justifica seu caráter de documento restrito ao público interno.

O texto dos PE da *Folha de S. Paulo*, observado apenas em seu caráter discursivo, tem algumas características do gênero **notícia** (no sentido de possuir uma estrutura padrão e simples a ponto de estar contida em outros gêneros informativos do jornalismo), mas também traz consigo muitos elementos que caracterizam o gênero **editorial**, se analisado não apenas por seu padrão textual – que, em última instância, deriva do gênero **notícia** nos aspectos relatados –, mas também pelo fato de ser produzido por membros do Conselho Editorial do jornal, reproduzindo, em tese, a opinião oficial da empresa.

Os PE servem de orientação aos jornalistas e funcionários da casa, para que não se percam na rotina de uma atividade que exige

muito mais do que conhecimento, técnica, capacidade de observação e análise, mas também independência e capacidade de contextualização de uma realidade fragmentada. Os PE dos jornais podem ajudar a enxergar essa complexidade com mais clareza. Eles revelam como o jornal se vê, como vê seu público-alvo, como vê o jornalismo, seus concorrentes, seu mercado, a estrutura social e política do país em que atuam.

A divulgação pública dos PE de grandes jornais, revistas ou programas jornalísticos de TV, como já se disse, não é comum – coube à *Folha de S.Paulo* o pioneirismo no Brasil pela publicação desse material. Na edição especial de aniversário de 80 anos do jornal, em 18 de fevereiro de 2001, a jornalista Ana Estela de Sousa Pinto justificou a divulgação do PE como uma opção do jornal pela transparência:

Um dos esteios do projeto era que a *Folha* fosse transparente externa e internamente. Projetos editoriais e manuais foram divulgados abertamente e, em 1989, o jornal tornou-se o primeiro da América Latina a instituir a função do *ombudsman*, que entre outras atribuições faz uma crítica interna diária, distribuída para todos os jornalistas.<sup>12</sup>

Essa iniciativa, de tornar público um documento até então inacessível, permitiu não apenas conhecer motivações antes reservadas aos formuladores de um dos maiores e mais representativos jornais do país, mas também abriu a possibilidade de elegê-lo como objeto de uma análise, cujo intento é caracterizar um gênero de discurso tão importante no jornalismo moderno, embora tão pouco estudado.

É possível que essa divulgação tenha sido também mais uma ferramenta de marketing do jornal, a fim de afetar transparência e inovação junto a seu público-leitor. Caso isso tenha ocorrido de fato, deu-se uma “contaminação” desse gênero de discurso com outros, porque transformou a voz do PE na mesma voz da publici-

---

12 PINTO, A. E. S. P. em FOLHA DE S.PAULO. *Manual de redação*. São Paulo: Publifolha, 2001, p.14.

dade, do marketing e de outras ferramentas que possuem objetivos diversos daqueles do PE.

Os PE analisados têm uma forte dimensão estratégica, isto é, tática e preditiva. Nesse sentido, tornar o projeto acessível ao público significa levar essa dimensão estratégica até às últimas consequências: representa dar ao público, com a “coragem” de uma prestação de contas “sincera”, a medida exata e prática de quanto o veículo pretende mostrar-se confiável. Nesse sentido, além do objetivo publicitário, impõe-se outro, de tornar o leitor parceiro da gestão editorial do jornal.

Os PE da *Folha* começaram a ser publicados em 1984 e continuam disponíveis no site do jornal,<sup>13</sup> medida adotada num amplo processo de reformulação do veículo, cujo marco de consolidação deu-se naquele ano, com a campanha de eleições diretas para a presidência da República.

Segundo Otávio Frias Filho, o PE é concebido como “um texto que sintetiza a visão que o jornal está tendo sobre o jornalismo mesmo, sobre os objetivos, as metas, os problemas a superar etc. Esse texto, de certa forma, atualiza os pressupostos, os métodos, os objetivos que o jornal procura alcançar”.<sup>14</sup> Para Silva, esses projetos visam ainda a determinar as feições “ideológicas, políticas e técnicas” do jornal.<sup>15</sup> De modo geral, os projetos representam um espaço de exposição de princípios da empresa. Esses princípios deverão ser seguidos por profissionais de várias áreas para estabelecer uma unidade na forma como o veículo será visto por seu público e pela sociedade.

Por conta dessas características, os PE podem ser considerados textos de finalidade prescritiva que, como outros da mesma categoria, visam orientar procedimentos, da mesma forma que as legislações e as demais normas jurídicas, ainda que não apresentem

13 Para saber mais sobre esse PE, acessar <[www.folha.uol.com.br/](http://www.folha.uol.com.br/)>.

14 FRIAS FILHO, Otávio apud ABREU, A. A.; LATTMAN-WELTMAN, F. e ROCHA, D. (Org.). *Eles mudaram a imprensa: depoimentos ao CPDOC*. Rio de Janeiro: FGV, 2003, p.370

15 SILVA, 1988, p.68.

declaradamente sanções para seu descumprimento. Poderiam, certamente, ser considerados textos persuasórios. Entretanto, a posição de autoridade do Conselho Editorial do jornal permite entender que, mais do que persuadir, o que os projetos fazem é prescrever normas de condutas, uma vez que não há grande possibilidade de descumprimento dessas orientações na relação patrão-empregado, como se verá mais adiante.

No caso do PE da *Folha de S. Paulo*, o jornal faz uma análise dos panoramas histórico, político, econômico e jornalístico e fundamenta sua posição editorial, tentando não deixar espaço para dúvidas e questionamentos. Como será mostrado no Capítulo 4, vários artifícios são utilizados para esse fim, entre eles o discurso em terceira pessoa, o léxico específico, o esforço para a produção de um efeito de sentido de autoridade e a impessoalidade da pessoa verbal.

### **Cotejando projetos**

Conforme expresso na Introdução deste livro, o objetivo deste capítulo será também cotejar PE de dois veículos de comunicação, o jornal *Folha de S. Paulo* e a revista *Superinteressante*.<sup>16</sup>

O objetivo inicial do estudo que dá corpo a este livro era contrastar o projeto da *Folha* com os de outros grandes jornais do país, ou seja, de veículos impressos diários representativos do jornalismo nacional, para que se pudesse fazer a análise de gênero do discurso, incluindo análises de seu conteúdo temático, de sua configuração formal ou plano composicional (estrutura formal dos textos que pertencem a esse gênero) e seu estilo verbal (que leva em conta as questões individuais de seleção e opção por recursos lexicais, fraseológicos e gramaticais).

Esse objetivo, porém, não pôde ser concretizado. As tentativas de obter tais PE mostraram que divulgá-los não é uma prática comum entre os grandes veículos de comunicação, que costumam

---

16 Ver seção **Anexos**, ao final deste livro.

fazer o contrário: mantêm esse material em sigilo, permitindo sua circulação apenas entre grupos muito diminutos e restritos. Não se trata de discriminar aqui essas tentativas, mas acentuar que, apesar de alguns dirigentes de jornal afirmarem que o documento não pode ser considerado “um segredo guardado a sete chaves”, na prática sua liberação é quase impossível. Apesar de afirmarem que o conteúdo desses textos não incluía orientações sigilosas, os editores dos jornais abordados recusaram-se a cedê-los. Além dos jornais, a solicitação de PE foi estendida a outros veículos de comunicação, sempre sem sucesso, com exceção da revista *Superinteressante* – o editor da publicação e autor do PE de 2006, o jornalista Eugênio Bucci, concordou em ceder o projeto para estudo e partes dele para publicação neste livro.<sup>17</sup>

Surgiu, então, novo problema: estava claro que tanto o exemplar da *Folha* quanto o da *Superinteressante* pertenciam ao gênero **projeto editorial**, dadas suas características, já estudadas por Cristóvão:<sup>18</sup> a de pertencerem a uma esfera social determinada; a de terem objetivo prescritivo; e a de serem dirigidos, pelo menos aparentemente, aos jornalistas e demais colaboradores daquele veículo de comunicação. Tais semelhanças, porém, terminavam justamente quando se considerava que o projeto da *Folha* pressupunha um público amplo e indefinido, ao passo que o da *Superinteressante* era dirigido diretamente àqueles que produziam a revista, como se verá mais adiante.

O PE da *Superinteressante* mostrou diferenças substanciais em relação ao da *Folha*, em duas categorias bakhtinianas elencadas para o estudo de gênero, mas especialmente no que se refere ao seu plano composicional. Por exemplo, a *Superinteressante* se refere a alguns

---

17 Uma vez que a seção **Anexos** apresenta apenas parte do PE da revista *Superinteressante*, alguns dos exemplos aqui utilizados não terão a devida remissão ao texto desse projeto.

18 CRISTÓVÃO, A. A. L. *O projeto editorial da Folha de S. Paulo sob a perspectiva do Círculo de Bakhtin*. Dissertação (mestrado) apresentada ao Programa de Pós-graduação em Linguística e Língua Portuguesa da Unesp. Araraquara, SP, 2005.

de seus funcionários pelo primeiro nome e, em outros momentos, por nome e sobrenome. Isso não acontece em todo o projeto, apenas em partes dele, obviamente naquelas que tratam de assuntos internos.

Assim como a *Folha* faz em seus PE – e aqui me refiro ao que se classifica como **estabilidade do gênero** –, a *Superinteressante* também aborda “temas” relacionados ao panorama econômico e político mundial e nacional (no caso da revista, com maior ênfase no aspecto científico, por razões evidentes: trata-se de um veículo de divulgação e popularização científicas).

A diferença entre os projetos, apesar de a pesquisa ter sido feita apenas com uma versão do projeto da *Superinteressante* – o PE de 1996 deixa claro que, naquele período, as atualizações eram anuais<sup>19</sup> –, é que as ações prescritivas são bastante específicas, ao ponto de serem discriminadas ações como *workshops* e viagens, alguns em datas e horários determinados, o que também faz dele um PE muito mais datado. É nessa circunstância que são citados nomes de funcionários,<sup>20</sup> como nos exemplos a seguir:

Enviar [...] <sup>24</sup> a Paris para estagiar na *France Press*, excelente fonte de infografia, com *know-how* que vale conhecer.

ou:

Enviar [...] <sup>25</sup> para Curso de *Stanford*, em julho. Custo: 6.500,00 dólares.

19 Ver seção **Anexos**, ao final deste livro.

20 Neste livro foram mantidas apenas as iniciais desses nomes, para que as pessoas não pudessem ser identificadas.

21 Optou-se por suprimir o nome verdadeiro.

22 Optou-se por suprimir o nome verdadeiro.

Em nenhum dos exemplos há menção ao cargo do funcionário em questão, informação fundamental para a contextualização do interlocutor do PE da revista a respeito da informação. Ora, tal procedimento só é aceitável se esse dado específico – o nome de uma pessoa – for do conhecimento de uma mesma comunidade discursiva, o que pode não ocorrer no caso do público-leitor desses veículos, formado por milhares de pessoas. Ao divulgar publicamente um dado desse tipo, seria preciso alterar esse componente, colocando, por exemplo, o cargo no lugar do nome. É preciso convir em que citar o nome de um funcionário – a não ser que se trate de um jornalista famoso – não é procedimento usual de um gênero de discurso que tenha como interlocutor um número indistinto de pessoas, com profissões, graus de instrução e classes sociais diferentes.

Justamente por estar circunscrito a um público direto bastante restrito, o PE da *Superinteressante* utiliza artifícios referenciais diferentes dos da *Folha*: o fato de ele nomear os funcionários indica também menor durabilidade para a permanência das prescrições lá descritas (pressupõe-se que o quadro de funcionários mude com alguma frequência); ocorre o contrário nos PE da *Folha*, que se referem apenas a cargos e funções. Talvez por isso os projetos da *Superinteressante* fossem atualizados a cada ano, ao passo que os da *Folha* fossem vigentes por um período de tempo consideravelmente maior.

Assim, embora outros veículos possam não adotar o mesmo critério da *Superinteressante*, é forçoso concluir que é o PE da *Folha* que representa uma exceção diante da realidade com que os veículos de comunicação se portam diante desses documentos. Ao mesmo tempo é como se, ao se decidir divulgá-los, os PE da *Folha* tivessem sido contaminados por outros gêneros, como os da esfera publicitária ou de marketing, não apenas da esfera jornalística. Isso porque, ao tornar público um documento de caráter restrito, o jornal estaria assumindo uma postura de “transparência” diante de seu público, qualidade desejável para um veículo de informação.<sup>23</sup>

---

23 Na pesquisa que deu origem a este livro, contei com dois tipos de PE: os restritos e os abertos ao público.



## **Conteúdo temático, configuração formal e estilo**

Para caracterizar o PE no quadro do dialogismo, é preciso adentrar o estudo dos elementos considerados constituintes de todos os gêneros de discurso: o **conteúdo temático**, a **configuração formal do objeto** e o **estilo verbal**.

A fim de que possa ser identificada uma pertença a determinado gênero, esses três elementos devem manter estabilidades que lhes permitam ser reconhecíveis como componentes de um mesmo gênero. No que se refere ao **conteúdo temático**, como já se viu até aqui, os PE da *Folha* e os da revista *Superinteressante* estão dentro de um mesmo domínio de sentido, portanto, compartilham o mesmo conteúdo temático.

Conforme observa Fiorin:

O conteúdo temático não é o assunto específico de um texto, mas é um domínio de sentido de que se ocupa o gênero. Assim, as cartas de amor apresentam o conteúdo temático das relações amorosas. Cada uma das cartas trata de um assunto específico (por exemplo, o rompimento de X e Y, por causa de uma traição), dentro de um mesmo conteúdo temático. As aulas versam sobre um ensinamento de um programa de curso. As sentenças têm como conteúdo temático uma decisão judicial.<sup>24</sup>

Também os PE possuem esse domínio comum do tema e, nesse sentido, a comparação entre os projetos do jornal *Folha de S. Paulo* e da revista *Superinteressante* faz-se necessária, uma vez que corrobora a proposta bakhtiniana para o gênero nos seus aspectos fundamentais: o gênero sempre é e não é o mesmo. As similaridades entre os projetos dos dois veículos de comunicação são proporcionais às suas diferenças fundamentais.

No plano formal, nota-se que os PE de ambos os veículos – em especial os PE da *Folha* – utilizam muitas das regras adotadas (já problematizadas neste livro) para o texto jornalístico, elaborado

24 FIORIN, J. L. *Introdução ao pensamento de Bakhtin*. São Paulo: Ática, 2008, p.62.

para produzir efeitos como objetividade, neutralidade, imparcialidade, concisão, certeza, simplicidade. Assim como orienta seus jornalistas, nos PE, o Conselho Editorial faz uso da norma culta, porém adotando termos acessíveis a um público leigo e amplo para que não haja diferenças significativas em relação à linguagem jornalística padrão.

Ainda assim, pelo menos um dos projetos – o de 1982 – utiliza com naturalidade, e sem a necessidade de apresentar definições ao interlocutor, termos como **metáfora**, **taquigráfico**, **monolitismo**, **paradoxo**, **conivência** e **tangido**, que, apesar de não caracterizarem um conjunto de destinatários formado necessariamente por um público culto, também não fazem parte do universo jornalístico diário, principalmente nas editorias que atingem, em maior grau, leitores de menor escolaridade, como os do caderno “Cidades”, que inclui “Polícia” e “Esportes”.

Apesar de não poderem, obviamente, ser considerados gêneros literários por terem uma função utilitária, os PE (pelo menos os exemplares pesquisados) dão um grande espaço para marcas autorais e estilísticas, por não exigirem formas demasiadamente padronizadas. A falta de padrão começa pelo tamanho do texto, que, no caso dos PE da *Folha*, não ultrapassa dez páginas, ao passo que o da Revista *Superinteressante* supera as 80 páginas.

Nenhum dos dois PE tem unidade no que se refere à separação por itens temáticos. O da *Superinteressante*, além de possuir uma divisão mais rígida que o da *Folha*, composto apenas por intertítulos, traz um volume considerável de material anexo, como pesquisas de opinião, uma carta, organogramas etc.

No plano estilístico, os PE da *Folha* são mais formais e objetivos, enquanto o da *Superinteressante* opta por um texto mais solto, descontraído, às vezes divertido, irônico, mais leve em algumas seções do que em outras, em especial naquelas que falam sobre seu leitor e seus concorrentes – são particularidades que também se encontram nos veículos para os quais esses projetos prescrevem suas condutas. No veículo **revista**, esse tipo de texto é muito mais apropriado do

que no **jornal diário**. A prática da leitura de revistas leva a constatações como essas, extraídas de um depoimento de Vilas Boas:

O estilo gráfico e a linguagem tendem para uma gramática própria do gênero revista. Na escolha dos significados, além do habitual estilo formal-coloquial do jornalismo, a revista toma expressões da literatura e as transpõe para o uso corrente. Da mesma forma o faz com expressões populares (jargões, neologismos, coloquialismos etc).<sup>25</sup>

Apesar da utilização preponderante da norma culta, o projeto da revista também tem registros coloquiais e não reluta em adotar neologismos para provocar um efeito bem-humorado, irônico e nada formal. Observem-se os exemplos a seguir, extraídos do PE da *Superinteressante*:

#### Objetivos da revista

(pontos básicos para cumprir a missão)

- 1) Explicar o que as outras revistas mal conseguem entender.

Traduzir para o **leitorês** o que os outros publicam em **cientifiquês**.

O leitor é **múltiplo**. Há vários, com diferentes características: é homem ou mulher, tanto faz. Às vezes, um bom jeito de visualizá-lo é pensar nele como uma família inteira: ele é pai, é mãe, filho ou filha, avô ou avó. Só não é o cachorro, nem o papagaio.

25 VILAS BOAS, S. *O estilo magazine: o texto em revista*. São Paulo: Summus, 1996, p.71-72.

**Para que direção a revista está indo?**

Para o nada. Andou sumindo, deixando de circular. Pode reaparecer, mas a gente acha que demora.

**Para onde vai:**

É uma revista com cara antiga e bem ruinzinha.

**Pontos fracos:**

Infografia bonitinha mas ordinária: pouco jornalística.<sup>29</sup>

Pode-se observar nos exemplos que a tônica está na informalidade (“a gente”), apesar do uso da norma culta; no jogo de palavras que se utiliza da intertextualidade (“bonitinha mas ordinária”); na mensagem direta, sem rodeios (“Para que direção a revista está indo? Para o nada”), mas bem-humorada (“só não é o cachorro, nem o papagaio”).

Já no projeto da *Folha*, como vimos nos exemplos do PE de 1982, há maior variedade de léxico em oposição ao estilo do jornal, sugerido pelo seu *Manual de Redação*. Em relação à utilização de termos técnicos, por exemplo, diz o *Manual*, na entrada do verbete **economês**: “Todos os termos técnicos e jargões devem ser evitados ou explicados em linguagem compreensível para qualquer leitor”.<sup>27</sup> Apesar disso, não se veem nos PE recursos próprios de outros gêneros, como ironias, ou mesmo recursos típicos de gêneros jornalísticos além dos já citados aqui, como citações, itálicos, aspas, reproduções ou referências a discursos de outrem.

No PE da *Folha* há predominância – para usar conceitos da Semiótica – de textos não figurativos ou temáticos, aqueles que, segundo Fiorin, “procuram explicar os fatos e as coisas do mundo, buscam classificar, ordenar e explicar a realidade”.<sup>28</sup> Isso se deve à condição dissertativa do

26 Ver seção **Anexos**, ao final deste livro.

27 FOLHA DE S.PAULO, *Manual de redação*. 2. ed. São Paulo: Publifolha, 2010, p.66.

28 FIORIN, J. L. *Para entender o texto*. Leitura e redação. São Paulo: Ática, 1998, p.72.

projeto, em oposição ao texto narrativo, por exemplo, pela sua própria finalidade de prescrição de comportamentos, atitudes, posicionamentos ideológicos e políticos, ainda que qualificados como apartidários, sobretudo ao colocar um jornal como empresa capitalista, que deve, portanto, sujeitar-se às normas do mercado.

## **A voz do autor**

A questão da autoria dos PE também é matéria que merece reflexão, sobretudo quando se os considera do ponto de vista do gênero do discurso. No caso da *Folha de S. Paulo*, segundo o próprio jornal, a produção de seus PE é de incumbência de seu Conselho Editorial – uma autoria, portanto, coletiva. De outro lado, o PE da revista *Superinteressante* em estudo foi confeccionado por seu então editor, o jornalista Eugênio Bucci.

O Conselho Editorial da *Folha* foi criado em 1978, numa fase de intensa efervescência e tentativas de modernização do jornal. No mesmo ano, foi criada a seção “Tendências e Debates”, projetada por Cláudio Abramo e mantida até hoje.

Silva, que já atuou como *ombudsman*, secretário de Redação, e, no início dos anos 1980, foi um dos arquitetos do *Projeto Folha*, fala sobre a criação do Conselho Editorial desta forma:

Em maio de 1978 é criado o Conselho Editorial. Esse seria o organismo através do qual o projeto deixaria de ser apenas ideias na cabeça de algumas pessoas e ganharia sistematização e forma concreta. Trata-se de um colegiado composto por jornalistas e não jornalistas que se reúnem mensalmente em caráter consultivo para analisar a conjuntura política e econômica do país, criticar o desempenho jornalístico da *Folha* e recomendar linhas de ação editorial futura. Seus membros são indicados pela direção da Empresa *Folha da Manhã S/A*. Os integrantes da direção de redação (o diretor e os dois secretários de redação) têm direito a lugar e voz nas reuniões.

Entre 1978 e 1984, o Conselho Editorial foi o fórum privilegiado para a discussão do projeto do jornal. Seu secretário, Otávio Frias Filho, foi o principal fator de emulação dos documentos que deram consistência a esse projeto. Depois de maio de 1984, o Conselho Editorial cedeu à direção de redação esse papel de liderança no que se refere à condução e à teorização do projeto.<sup>29</sup>

A citação mostra que houve maior democratização na estrutura dos PE, uma vez que foi “cedida” à direção de redação o papel de liderança na condução do projeto. Entretanto, levando-se em conta que seus membros são indicados pela direção, formada por pessoas de sua confiança, essa democratização torna-se relativa, mas ainda assim significativa.

Considerando os documentos<sup>30</sup> produzidos por José Nabantino Ramos protoespécimes ou germens de PE, são verificadas três formas de autoria distintas para os PE: no caso das *Folhas*, uma autoria nominal, definida pelo proprietário da empresa em pessoa; no caso da *Folha de S.Paulo*, uma autoria em que a “voz do dono” está camuflada na figura de seu Conselho Editorial; e, no caso da *Superinteressante*, a autoria manifestada pela pessoa de confiança do proprietário da empresa, o editor da publicação, na época o jornalista Eugênio Bucci. O que isso pode representar na vida do jornal?

Cabe perguntar também qual orientação teria mais legitimidade em se tratando de um discurso de finalidade prescritiva: a voz do proprietário da empresa, do funcionário-editor ou do Conselho Editorial, que reúne, a um só tempo, representantes da Direção, dos empregados e também da sociedade? Para responder a essa pergunta, inicialmente parece natural retirar da lista, quando se julga a legitimidade, a primeira opção, uma vez que o proprietário estaria defendendo apenas os próprios interesses. Nos outros dois casos também há ressalvas a fazer, porque, de uma forma ou de outra,

29 SILVA, 1988, p.67.

30 Ver seção **Anexos**, ao final deste livro.

Conselho Editorial e editor são representantes da Direção, e estariam indiretamente vinculados aos interesses dos proprietários, cuja defesa empreenderiam.

Arbex Júnior, no trecho transcrito a seguir, refere-se ao ato da escrita de editoriais, mas é possível estender suas considerações a outros gêneros – é como se os editores vislumbrassem, intuissem e incorporassem os desejos e as pretensões da cúpula dos jornais, e agissem em função dessas presunções. Nesse caso, não haveria uma pressão direta sobre os editores ou jornalistas:

[...] não se trata de “pressões diretas”, mas de um jogo muito mais sutil, que Otávio Frias Filho definiu como o exercício da “presunção” por parte dos editorialistas.

“Presunção”, no caso, significa que os editorialistas, em face de determinado problema, “presumem” que determinada “linha” conseguiria abranger o conjunto dos interesses em questão. Partindo dessa “presunção”, escrevem o editorial, com um grau de autonomia relativamente grande. Assim, o jogo de interesses é acionado não diretamente, como “numa mesa de negociações” – imaginar as coisas dessa forma seria um simplismo, um “conto da carochinha”, na expressão de Otávio Frias Filho –, mas no próprio processo de elaboração do texto, como dado *a priori*.<sup>31</sup>

O PE funcionaria também como mais um mecanismo de pressão, com o seguinte atenuador: no caso da *Folha*, por ser de circulação pública, ele não dispensaria o artifício da “presunção” de que fala Arbex, até porque, no cotidiano do trabalho do jornalista, as pressões impõem-se diariamente, num jogo de interesses, contextualizações e lógicas afeitas a determinadas comunidades discursivas, que não prescindem das articulações impostas para afirmar sua lógica.

Nesse momento em que se está tratando de cargos e pessoas, convém esclarecer um aspecto teórico importante da questão: tendo

31 ARBEX JR. J. Editorial. In: MELO, J. M. *Gêneros jornalísticos na Folha de S. Paulo*. São Paulo: FTD, 1992, p.94-95.

em vista as concepções bakhtinianas acerca da noção de autor, não se está evocando aqui a noção de **autor-pessoa**, mas sim a de **autor-criador**. Nesse sentido, vale lembrar a contribuição de Faraco, que, embora aborde o trabalho de Bakhtin em matéria de análise da obra estética, pode ser também utilizado para o estudo de textos não artísticos.

Sobre o autor-criador, escreve Faraco:

Ele é entendido fundamentalmente como uma posição estético-formal cuja característica básica está em materializar uma certa relação axiológica com o herói e seu mundo: ele os olha com simpatia ou antipatia, distância ou proximidade, reverência ou crítica, gravidade ou deboche, aplauso ou sarcasmo, alegria ou amargura, generosidade ou crueldade, júbilo ou melancolia, e assim por diante.<sup>32</sup>

Em outras palavras, esse olhar é sempre valorativo. No caso dos PE da *Folha*, dada a sua finalidade prescritiva, há ainda a necessidade de convencer o outro dos valores do autor-criador. Os argumentos, os exemplos, os recursos de que o autor-criador faz uso para desenvolver o seu texto, ainda que de finalidade utilitária e não estética, encaminham-se sempre para o objetivo de prescrever e orientar, mas, principalmente, o de convencer o outro de suas qualidades.

Para mostrar que o jornal vem se profissionalizando, por exemplo, é dito no PE de 1986:

As contratações são feitas por concurso público e exame de banca. O Plano de Metas Trimestrais está implantado, ainda que seus resultados palpáveis estejam muito aquém da expectativa. A Avaliação do Desempenho está consolidada.<sup>33</sup>

32 FARACO, C. A. Autor e autoria. In: BRAIT, B. (Org.). *Bakhtin: conceitos-chave*. São Paulo: Contexto, 2005, p.38.

33 Ver seção **Anexos**, ao final deste livro.



Para vencer tempos sombrios, o jornal mostra-se capaz de apresentar uma saída:

Para a imprensa, esta é uma época cheia de promessas. [...] Mas é também uma época sombria: os produtos jornalísticos tendem a perder suas características e confundir-se numa área cinzenta sob o domínio da timidez e da redundância, fruto do receio de perder posições no mercado. [...] Mais uma vez, o futuro da invenção jornalística depende em grande parte do comportamento da *Folha*, de sua capacidade para enfrentar esta nova situação com audácia e ecletismo, de se apropriar das experiências feitas fora e dentro do país, no passado e no presente, para combiná-las e adaptá-las num modelo próprio capaz de dar resposta aos problemas práticos de cada momento.<sup>34</sup>

Nesse trecho, o autor-criador parte de uma situação ruim e, para demonstrá-la, utiliza-se de um léxico que traduz essa precariedade: “época sombria”, “perder suas características”, “confundir-se”, “área cinzenta”, “timidez”, “receio”, “perder posições”. A solução para essa situação sombria é justamente a *Folha*, em última instância o “autor-criador” do texto, nesse momento revestido da figura de seu interlocutor, ou seja, o “outro”, aquele para quem as prescrições estão destinadas, aquele que, se aceitar cumprir tais determinações, poderá sair dessa “época sombria” e alçar novo patamar, que o autor-criador resume utilizando um universo lexical totalmente diverso do primeiro, no qual estão dispostos termos como “capacidade”, “audácia”, “ecletismo”, “modelo próprio”.

## **Pessoa verbal**

Assim como acontece na quase totalidade dos gêneros jornalísticos, o PE da *Folha de S. Paulo* tem como característica a utilização

---

34 Ver PE 88, na seção **Anexos**, ao final deste livro.

privilegiada da terceira pessoa, ainda que do singular, ou o verbo na forma impessoal.

O uso da primeira pessoa do plural também tem incidência bastante acentuada, o poderia levar a crer que tem o mesmo propósito daquele verificado em obras científicas, quando, no dizer de Fiorin, “o enunciador usa **nós** porque não é um indivíduo que fala em seu próprio nome, ele tem atrás de si a comunidade científica, que fala em nome da Ciência, do Saber”.<sup>35</sup> No caso dos PE da *Folha*, ainda que se verifiquem recursos linguísticos que denotem certeza e autoridade – que poderiam ser confundidos com o saber científico –, o **nós**, ali, tem outro objetivo: ele aparece, quase sempre, no momento de o projeto cumprir sua finalidade de prescrição de tarefas ou condutas. Nesse momento, o enunciador parece sugerir e simular a assunção das tarefas propostas junto com o enunciatário, aparentando-lhe uma impressão de parceria na execução das atividades/condutas/preceitos/orientações/indicações, como nos exemplos a seguir:

Precisamos informar mais e melhor. Temos que publicar textos mais corretos, mais objetivos, mais concisos, mais claros, mais completos e, sobretudo, mais exatos.

Quem exige esse zelo rigoroso é o interesse do leitor, ele próprio cada vez mais exigente. Nós não temos alternativa exceto a intransigência técnica. Os companheiros que não exercem cargos de chefia precisam investir constantemente em seu próprio desenvolvimento profissional.<sup>39</sup>

Outras incidências da primeira pessoa do plural podem ser verificadas, embora em menor grau, em situações de autoelogio ou de autocrítica, sugerindo o abrandamento de uma atitude arrogante ou,

35 FIORIN, J. L. *As astúcias da enunciação: as categorias de pessoa, espaço e tempo*. São Paulo: Ática, 2001, p.96.

36 Ver PE 84, na seção **Anexos**, ao final deste livro.

no caso do autoelogio, um indício de modéstia, já que o **nós** compartilha os eventuais sucessos e fracassos. Observem-se, a seguir, exemplos dessas exceções, respectivamente nos PE de 1981 e 1985:

Embora haja um sem-número de críticas que merecemos e que com frequência nos fazemos, o jornal representa atualmente muito mais do que já representou através de sua atuação e imagem públicas no passado.

Como profissionais de primeira linha que somos (e que pretendemos, cada vez mais, ser) [...] <sup>40</sup>

Mas o fator mais marcante nessa utilização das formas verbais é que todos os PE, apesar de terem como traço principal o uso da terceira pessoa do singular, utilizam, em algum momento, a terceira pessoa do plural. A única exceção é o PE de 1997, que faz da impessoalidade a sua marca e, em apenas três ocasiões, refere-se explicitamente à *Folha*, e na terceira pessoa.

O mecanismo de neutralizar a primeira pessoa do singular, ou ainda do plural, utilizando a terceira é usado frequentemente em variadas situações discursivas além do jornalismo, como a linguagem oficial. “[...] é como se o enunciador se esvaziasse de toda e qualquer subjetividade e se apresentasse apenas como papel social”. <sup>38</sup>

Na obra *O Regime de 64*, o mesmo autor analisa procedimentos discursivos do período “revolucionário”:

[...] quando o enunciador vai expor fatos relevantes para provar o que está afirmando, não se utiliza da primeira pessoa do singular, que cria um efeito de sentido de subjetividade, mas retira-se do discurso, escondendo-se atrás da neutralidade dos fatos

37 Ver PE 81 e PE 85, na seção **Anexos**, ao final deste livro.

38 FIORIN, 2001, p.84.

(diz: “Isso é assim e assim” e não “Eu penso que isso seja assim e assim”).<sup>39</sup>

Como acontece no recurso argumentativo da utilização de modalidades, a opção pela terceira pessoa empresta às afirmações um sentido de certeza, provocando no leitor a sensação de que as prescrições propostas são o único – ou, pelo menos, o melhor – caminho a ser seguido pelo jornal.

O uso da primeira pessoa cria um efeito de sentido de “subjetividade”, enquanto a utilização da terceira pessoa ou do verbo impessoal produz um efeito de sentido de “objetividade”. Se um cientista dissesse “Eu afirmo que a Terra é redonda”, isso poderia ser entendido como um ponto de vista pessoal. Entretanto, quando ele diz “A Terra é redonda”, é como se o próprio fato se narrasse a si mesmo. Nesse caso, temos a impressão de que uma verdade objetiva se estabeleceu.<sup>40</sup>

Com a primeira pessoa, a impressão de subjetividade é ampliada, ainda que, como a *Folha* quer fazer notar, haja – ou pareceu haver, no momento em que o PE foi escrito – um consenso sobre seu conteúdo.

Ao analisar editoriais da *Folha de S.Paulo*, Discini comenta o aparente distanciamento do “eu” que fala:

Já que dizer eu constrói um efeito de subjetividade, tenta-se [...] desestabilizar esse efeito, para que os fatos pareçam narrar-se a si mesmos, sem, aparentemente, um narrador instalado no discurso. O editorial, então, quer parecer objetivo, parece, mas não é [...].<sup>41</sup>

39 FIORIN, J. L. *O Regime de 1964: discurso e ideologia*. São Paulo: Atual, 1988, p.125.

40 FIORIN, 1988, p.17.

41 DISCINI, N. *O estilo nos textos: história em quadrinhos, mídia, literatura*. São Paulo: Contexto, 2003, p.156.

Esse efeito de objetividade é o mesmo que se verifica nos PE da *Folha*, sendo que o projeto da *Superinteressante* é um pouco diverso. Apesar de, muitas vezes, também optar pela utilização de verbos impessoais no texto, principalmente ao analisar o cenário mundial e brasileiro, o projeto faz ressalvas, o que permite a seu leitor notar a subjetividade de suas análises:

Cenário mundial e brasileiro *sob a ótica da revista.*

O Leitor

Comportamento, atitudes e valores

(20 ou mais características do leitor, *segundo a experiência e a intuição da redação.* [...])<sup>45</sup>

O PE da *Superinteressante* também utiliza com frequência a primeira pessoa do plural:

Para maior clareza do que acabamos de expor, seguem em um caderno separado alguns exemplos de como ficaria a revista com esta nova proposta. Redesenhamos, de acordo com os padrões aqui propostos, a edição de outubro de 1996.

Agora, com a autorização da matriz, G+J, que nos deu permissão expressa para fazer a revista on-line (ver histórico), podemos avançar com a SUPER on-line, que hoje já conta com cerca de 6.000 acessos diários.

Avançamos na organização do fluxo e já asseguramos um bom planejamento das matérias, o que se reflete numa edição mais cuidadosa, nos títulos, no espelho mais equilibrado.

42 Ver a seção **Anexos**, ao final deste livro. (*grifos da autora*)

Nesse caso, além de um caráter mais subjetivo do que objetivo, outro efeito de sentido se impõe no projeto: o de construção em grupo, em equipe, apesar da assinatura individual, como já foi dito. O plural reforça os avanços coletivos do grupo que produz a revista, e não de apenas uma pessoa ou posição hierárquica.

## **Estilo**

Os três componentes identificados para a caracterização do gênero, já mencionados neste livro, principalmente os denominados **estilo e estrutura formal**, estão de certa forma imbricados, ou seja, muito da estrutura formal dos textos vai definir o seu estilo, que, por sua vez, também influenciará na escolha dos elementos formais do enunciado. Quando se fala no uso preferencial das formas verbais dos PE de cada veículo de comunicação, também se fala do estilo de cada um.

E, da mesma forma que revista e jornal apresentam diferenças suficientes para colocá-los em gêneros distintos, também os seus PE, de certa forma, espelham um pouco das características estilísticas dos gêneros que engendrarão. O próprio leitor de cada um desses veículos vai definir o “tom” de jornalismo que cada um deles pratica; este, por sua vez, vai definir o estilo de seus respectivos PE. Nesse sentido, o referente dialógico que compõe o universo teórico bakhtiniano se impõe, em contraponto à clássica noção de estilo oriunda do senso comum, como aquele componente individual do enunciado, do texto, do discurso. Nesse caso, também, o estilo é definido pela relação entre “eu” e “outro”, entre o individual e o relacional:

“O estilo é o homem”, dizem; mas poderíamos dizer: o estilo é pelo menos duas pessoas ou, mais precisamente, uma pessoa mais seu grupo social na forma do seu representante autorizado, o ouvinte – o participante constante na fala interior e exterior de uma pessoa.<sup>43</sup>

43 VOLOSHINOV, V. N. (1926) Discurso na vida e discurso na arte. In: BAKHTIN, M. *Freudianism*. Nova York: Academic Press, 1976 (mimeo, 2000), p.16.

Brait percorre as obras do Círculo de Bakhtin para mostrar a maneira como:

em cada uma delas, a questão do estilo associa-se a reflexões, análises, conceitos e categorias específicas, assumindo aspectos que, somados, contribuem para uma melhor compreensão da forma de ser da linguagem que, sendo social, histórica, cultural, deixa entrever singularidades, particularidades, sempre afetadas, alteradas, impregnadas pelas relações que as constituem.<sup>44</sup>

Para Brait, o conceito bakhtiniano de estilo “não pode separar-se da ideia de que se olha um enunciado, um gênero, um texto, um discurso como participante, ao mesmo tempo, de uma história, de uma cultura e, também, da autenticidade de um acontecimento, de um evento”.<sup>45</sup> É esse aspecto relacional e dialógico do estilo que será ressaltado aqui. No caso do nosso objeto de estudo, pode-se dizer que essas são relações que se estabelecem tanto em função das características do gênero em que cada veículo se expressa quanto do leitor para o qual se dirige.

Apesar de o jornal e a revista pertencerem a uma mesma esfera de comunicação verbal, há especificidades em cada público desses veículos e, conseqüentemente, no tipo de jornalismo praticado. O jornalismo da *Folha de S.Paulo*, considerado sério, de abrangência política e econômica, capaz de interferir nos destinos da nação, pratica, em seu PE, um texto mais sóbrio. Já a revista *Superinteressante*, cujo desafio é decifrar, para um público leigo, os “mistérios” da ciência, cativando-o, possui um texto mais divertido, repleto de “tiradas” espirituosas e, às vezes, um pouco “ácidas”, principalmente ao falar de seu leitor ou dos concorrentes, como no exemplo a seguir, ao mencionar o que considera os “pontos fortes” dos procedimentos de uma revista concorrente:<sup>46</sup>

44 BRAIT, B. (Org.). *Bakhtin: conceitos-chave*. São Paulo: Contexto, 2005, p. 80.

45 Idem, p.96.

46 Por solicitação do autor do PE em estudo, não foram citados os títulos dos concorrentes.

[...] Dão novos produtos eletrônicos (mas as páginas de novos produtos têm sabor de catálogo, não de jornalismo).

São traços de estilos criados a partir do diálogo provocado pela relação entre as palavras **catálogo** e **jornalismo**, na qual **catálogo** assume características de lista, rol, portanto de imobilidade, e **jornalismo** de movimento, vida, ação. Um teria sabor de morte, paralisia; o outro, de vida.

Essas possibilidades de uso da palavra, mais ou menos sérias como no exemplo, que também, em menor grau, são típicas de cada jornal e/ou revista, acabam “contaminando” o gênero **projeto editorial**, tanto em seu estilo quanto em seu plano composicional. Nesse jogo dialógico, essas determinações são, em grande parte, uma exigência de seus leitores, dos quais se falará no próximo subitem.

## **A imagem do leitor**

O leitores da *Folha de S.Paulo* e da *Superinteressante* não são os interlocutores diretos dos PE desses veículos de comunicação, reservados os projetos da *Folha* disponíveis no *site* do jornal. Apesar disso, a figura do leitor é, em última instância, de importância máxima para ambos os textos, uma vez que de sua aprovação dependerá o sucesso desses meios de comunicação de massa, preocupação que está expressa em ambos os projetos.

Assim, vale verificar como o leitor é tratado nesses documentos. Esse assunto será retomado adiante, quando se analisará, mais atentamente, o principal conteúdo deste livro. Aqui, o objetivo será identificar características do gênero **projeto editorial** no que se refere ao cotejamento entre os projetos dos dois veículos em estudo.

O PE da *Superinteressante* se inicia explicitando seu objetivo: “Explicar o que as outras revistas mal conseguem entender. Tra-



duzir para leitorês o que os outros publicam em cientifiquês”.<sup>47</sup> O último enunciado denota, certamente, um quê de arrogância no trato com a concorrência, ou seja, um diálogo, uma resposta, um contraponto a essas publicações.

Ambos os veículos preocupam-se em identificar seus leitores: o jornal, através de pesquisas precisas, elaboradas e contínuas; a revista, por um processo intuitivo, mas também elaborado a seu modo. Apesar de afirmar que o conhecimento de seu leitor se dá por um processo intuitivo, no decorrer do projeto se verão inúmeras pesquisas da Editora Abril a respeito da *Superinteressante* e das revistas concorrentes, o que faz supor que, apesar desse exercício intuitivo, várias ações do Grupo Abril são programadas com base em dados, e não na intuição.

Ao comparar o projeto da *Superinteressante* com o da *Folha*, verificam-se diversas similaridades: há uma análise da linha editorial, do panorama mundial e brasileiro no setor, da concorrência etc. Essas similaridades mostram a coincidência de conteúdo temático, o que faz ambos os veículos pertencerem a um mesmo gênero do discurso. As diferenças de estilo e configuração formal estão mais relacionadas às diferenças entre os gêneros **revista** e **jornal** do que propriamente ao gênero **projeto editorial**.

Aparentemente – mas só aparentemente –, o projeto da revista *Superinteressante* sustenta, ao contrário dos projetos da *Folha*, o desprezo ao conhecimento – por que não dizer, *científico*? – das características do público-leitor da revista, obtidas através de pesquisas. Seu projeto, inicialmente, recusa-se a consultar as pesquisas sobre esse assunto e propõe que as decisões a serem tomadas em função do diálogo com o leitor sejam feitas “segundo a experiência e a intuição da redação”.<sup>48</sup>

Dessa forma, **intuitivamente**, o projeto praticamente **especula** sobre seu leitor, propondo-se a descobrir seu “comportamento, atitudes e valores”, como nos excertos:

---

47 Ver a seção **Anexos**, ao final deste livro.

48 Idem.

Tem **tudo no quarto**: TV, som, a coleção da SUPER, outras coleções, livros e computador. Sobretudo computador. Num altar.

É uma vítima da dicotomia entre corpo/ciência/matéria *versus* espiritualidade/humanidade/sentimento. É difícil para ele integrar-se como um todo harmonioso, conciliar vida pessoal e vida profissional, conciliar religiosidade e prazer etc. Essas dicotomias decorrem bastante da formação escolar e da própria cultura ocidental, que conduz a sofrimentos hoje conhecidos. Essas dicotomias decorrem, enfim, da própria organização do conhecimento e do modo como o leitor se relaciona com esse conhecimento.<sup>52</sup>

A revista propõe-se a atender a algumas necessidades que imagina serem do leitor, como “sentir-se inteligente enquanto lê” ou “saber em primeira mão quais são as tendências para o futuro”.<sup>50</sup>

Como já dito, o fato de a revista propor uma análise intuitiva de seu público não significa que não possua pesquisas a respeito de seus leitores. Em consulta ao PE de 1996, é possível notar que elas existem e que devem ser feitas anualmente – um excerto do PE diz: “Análise o perfil básico do leitor em 1995 (Fonte: Marplan), compare com os anos anteriores e, se houver alguma alteração importante, faça sua análise”.<sup>51</sup>

Os dados disponíveis no PE de 1996 da revista *Superinteressante* mostram que seu leitor é instruído (41% com nível superior e 46% com Ensino Médio), e a maioria pertence ao sexo masculino. Porém, ao contrário do projeto da *Folha*, divulgado a um público mais amplo, o da revista – restrito ao público interno – parte do princípio de que seu interlocutor conhece pesquisas anteriores e, por isso, faz

49 Idem.

50 Idem.

51 Idem.

deduções que não deixam claro o percurso lógico que lhe permitiria chegar a conclusões que, além de tudo, poderiam soar nada objetivas, como: “O leitor não é aquele garoto chato e de óculos tipo ‘ge-ninho’” ou “Para eles, ela [*Superinteressante*] tem imparcialidade, seriedade e rigor científico sem ser ‘chata’”.<sup>52</sup>

Para definir seu leitor, além da análise a que se está chamando **intuitiva**, a *Superinteressante* faz um roteiro – que apresenta ao jornalista que trabalha em sua redação – reunindo cinco aspectos que podem marcar o encontro do homem com a ciência. Os cinco itens são os seguintes:

- 1) **O ambiente:** Onde pode acontecer o encontro do leitor com a ciência;
- 2) **O tempo:** O interesse do homem pela ciência pode mudar de acordo com o tempo histórico e pessoal;
- 3) **A atração:** O que leva o leitor à ciência (subdividido em curiosidade, necessidade, busca e desejo);
- 4) **As “vozes científicas”:** Quem fala de ciência para esse leitor; e
- 5) **As emoções:** O que o leitor pode sentir diante da ciência (subdividido em respeito, temor, fascínio e vocação).<sup>56</sup>

Repetindo: apesar de sugerir a seu jornalista uma apreciação intuitiva do leitor, o autor do PE da revista *Superinteressante* não se furta à utilização de pesquisas. Uma delas é a do Instituto Marplan – pelo que se pode aferir, trata-se de pesquisa realizada a pedido da Editora Abril, que publica a *Superinteressante*, para todas as suas publicações, uma vez que o PE elenca os dados também de outros títulos da empresa. Traz, ainda, dados da pesquisa da Marplan realizada com a concorrente, *Globo Ciência*, o que leva a

52 Idem.

53 Esses cinco aspectos estão reunidos num apêndice desse PE, denominado **ponto E**: “Panoramas do mundo do leitor”. Ver seção **Anexos**, ao final deste livro.

crer que as informações comparativas são importantes para a definição dos rumos editoriais da publicação. Vale ressaltar que, no canto inferior direito da página com o perfil resumido dos leitores da *Superinteressante* e seu similar, com o perfil dos leitores da *Globo Ciência*, há a seguinte observação: “Informações de uso interno”. Da pesquisa da Marplan são citados também dados sobre o perfil do leitor e algumas opiniões do público sobre a revista *Superinteressante*. Também são utilizados dados da pesquisa com comparativos de venda em banca das revistas *Superinteressante*, *Globo Ciência* e *Ciência Hoje*; como se vê, trata-se de nova alusão da publicação a seus concorrentes.

Analisando-se, portanto, exemplos de PE de ambos os veículos, jornal e revista, verifica-se que ambos têm finalidade prescritiva e são produzidos na mesma esfera de atividade. Partem de formas composicionais um pouco diversas no que se refere ao tamanho dos textos, à disposição das páginas e à segmentação dos assuntos. O conteúdo temático, porém, é praticamente o mesmo: a ideia de jornalismo; o panorama histórico, econômico e social em que o veículo está inserido; a concorrência; os caminhos para ampliar a qualidade; a visão do leitor e aquilo que ele espera de seu jornal, revista ou outro. Em relação ao estilo, nota-se uma similaridade do PE em relação ao tipo de suporte em que está amparado: o projeto de um veículo sério como a *Folha* segue o estilo de texto refletido nas páginas do jornal, enquanto o da revista *Superinteressante* apoia-se num texto mais livre, mais autoral, pode-se dizer. Constituem-se, dessa forma, como pertencendo a um mesmo gênero do discurso, com todas as nuances e instabilidades próprias de um processo dialógico.



## 4

# PERCURSO DOS PE

Os textos materializam o sentido que o homem dá ao seu universo social em determinada circunstância espaço-temporal. Assim, é legítimo inferir que cada versão do PE ou projeto gráfico do jornal *Folha de S. Paulo* pode clarificar a maneira como esse veículo vê o mundo, o jornalismo, seus interlocutores diretos e seus leitores. É possível inferir ainda, à luz do dialogismo, que esses sentidos são materializados a partir do processo de interlocução que o jornal mantém com o mundo que o cerca, num movimento de inter-relacionamento, influências, diálogos em determinado momento do tempo e do espaço, em certa fase de desenvolvimento de um gênero do discurso particular.

Segundo Marchezan:

Lugar de interação de várias consciências – que, na perspectiva adotada, são consciências socialmente construídas –, o enunciado, o texto organiza-se e acontece em complexas coordenadas espaço-temporais, em que se situam ou a que remetem essas consciências. Desse emaranhado, destaca-se, portanto, o aqui/agora dos sujeitos responsáveis pelo acontecimento do enunciado, mas também o aqui/agora do herói (a personagem ou, ainda, o sujeito) que habita o enunciado.

Dependendo do gênero, há desdobramentos das coordenadas espaço-temporais importantes para a compreensão. Um romance antigo, por exemplo, ao ser lido hoje, pode demandar o esforço de entendimento das cenas enunciativas, que o teriam gerado. Tal esforço impõe-se, pelo menos, na análise do pesquisador, sem que, no entanto, deva ou possa renunciar a si mesmo como participante também do diálogo com a obra.<sup>1</sup>

É esse esforço que este capítulo empreende: o de identificar as cenas enunciativas que geraram os vários exemplares dos PE da *Folha de S. Paulo* a partir, principalmente, da identificação dos momentos político e econômico pelos quais passava o país. Outros aspectos virão à tona, entre eles a menção aos concorrentes diretos do jornal e o diálogo interno entre os vários PE ou com os interlocutores desses enunciados.<sup>2</sup>

Os PE da *Folha de S. Paulo* são documentos escritos pela alta cúpula do jornal, formada por seu Conselho Editorial, e destinados primordialmente aos jornalistas da casa para, a partir de uma análise crítica dos rumos adotados por esse veículo de comunicação nos anos anteriores, informá-los e orientá-los sobre os valores que se deseja transmitir a seus leitores e à sociedade da qual participa o jornal.

A partir do conceito bakhtiniano de **gênero**, pode-se inferir que cada PE representa uma evolução (e, nesse aspecto, não há valoração positiva ou negativa) em relação ao seu exemplar anterior, num movimento de contínua mudança. Por isso, este livro está referenciado num período histórico no qual os PE da *Folha* serão avaliados como a materialização de um sentido, em determinado período de

1 MARCHEZAN, R. C. Gêneros do discurso: o caso dos artigos de opinião. In: PAULA, L.; STAFUZZA, G. *Círculo de Bakhtin: teoria inclassificável*. Campinas, SP: Mercado de Letras, 2010, p.269-270. (Série Bakhtin-Inclassificável, v.1).

2 Percurso semelhante foi empreendido pela autora deste livro, ao escrever sua dissertação de mestrado, intitulada "O PE da *Folha de S. Paulo* sob a perspectiva do Círculo de Bakhtin"; porém, foi considerado apenas o último projeto, de 1997.

tempo e em lugar do espaço, em constante mutação. Resumindo: aqui são consideradas as inconstâncias, as evoluções e involuções, a dinamicidade que originou a materialização do sentido e, caso ocorra, sua aparente imobilidade.

Pode-se considerar que o jornalista, em uma relação de interlocução que se estabelece por esses documentos, à luz do referencial teórico proposto pelo Círculo de Bakhtin sob o nome de **dialogismo**, é, para os PE, o “outro”, visto não como simples receptor, mas como aquele que, na relação de alteridade com o “eu” que fala (o enunciador), cria um espaço de interlocução próprio e interdependente.

É importante entender que o jornalista, embora interlocutor direto do texto, não é o único “outro” envolvido na relação dialógica estabelecida pelo PE da *Folha de S. Paulo* – há nesse texto outros interlocutores. Apesar de conterem uma autoria, os PE se definem pela concepção do “outro”, seja ele o jornalista a quem o texto se dirige, seja o leitor, objetivo final da proposta, seja a opinião pública, personagem difuso, porém importante na própria concepção de jornalismo da *Folha*, seja ainda – quem sabe – as várias outras personagens citadas pelos projetos: governos, mercado, concorrentes diretos, jornalismo de televisão, rádio, internet.

Todos esses e possíveis “outros” não elencados aqui podem ser vistos como interlocutores indiretos do discurso da *Folha*, porque também interferem no conteúdo daquilo que será dito. Além do locutor e do interlocutor, há outras vozes que constituem a autoria do texto, vozes das quais o autor se apropria como se fossem dele e com as quais sente certa **empatia** ou identificação ou, ainda, de quem se distancia.

No diálogo do PE com seus jornalistas, com o público e com os outros PE, há também um diálogo com a história do país e do mundo, com o mercado e com a política, além de outros que se consideram menos evidentes. Não parece possível, tampouco útil, separar de maneira estanque cada um desses interlocutores. O que parece ser mais produtivo é identificar outro personagem nessa re-



lação dialógica: o “eu”, que também se define pela contraposição ao “outro”.

Dessa forma, é preciso observar os sentidos produzidos pelos PE para que, por meio deles, se possa buscar o “outro” no discurso da *Folha*. Para essa tarefa, a contextualização do momento histórico em que os projetos foram produzidos é de fundamental importância. Conforme Faraco:

Para Bakhtin, o que constitui a realidade fundamental da linguagem é essa atividade sócio-semiótica – que se dá não entre dois indivíduos isolados que apenas atualizariam um sistema objetivo ou apenas expressariam uma subjetividade dada *a priori*, mas entre indivíduos socialmente organizados, isto é, constituídos e imersos nas relações sociais historicamente dadas e das quais participam de forma ativa e responsiva.<sup>3</sup>

Outra tarefa importante para essa contextualização foi a análise da evolução das propostas de um PE para o projeto subsequente – daí o fato de o estudo que deu origem a este livro ter sido realizado em ordem cronológica, do primeiro PE para o último (de 1997). Procurei extrair dos PE sinais das condições históricas que os engendraram, em vez de buscar esses elementos na História. Com isso, quis contextualizar os documentos produzidos pela *Folha*, na tentativa de extrair-lhes os sentidos, mas sem a pretensão de esgotá-los: “O sentido da palavra é totalmente determinado por seu contexto. De fato, há tantas significações possíveis quantos contextos possíveis”.<sup>4</sup> Lembrando Voloshinov:

O problema da *relação recíproca* entre a infraestrutura e as superestruturas, problema dos mais complexos e que exige, para sua resolução fecunda, um volume enorme de materiais prelimina-

3 FARACO, C. A.; TEZZA, C. e CASTRO, G. (Org.). *Diálogos com Bakhtin*. Curitiba: UFPR, 2007, p.103.

4 BAKHTIN, M. *Marxismo e filosofia da linguagem: problemas fundamentais do método sociológico na ciência da linguagem*. São Paulo: Hucitec, 1999, p.106.

res, pode justamente ser esclarecido, em larga escala, pelo estudo do material verbal. [...]

As palavras são tecidas a partir de uma multidão de fios ideológicos e servem de trama a todas as relações sociais em todos os domínios. É, portanto, claro que a palavra será sempre o *indicador* mais sensível de todas as transformações sociais, mesmo daquelas que apenas despontam, que ainda não tomaram forma, que ainda não abriam caminho para sistemas ideológicos estruturados e bem formados.<sup>5</sup>

### ***Elos de uma grande corrente***

Conhecer a história da empresa a partir da década de 1970, quando surgiu o primeiro exemplar de PE, será útil para compreender o conteúdo deste capítulo, pois a concepção de **gênero** de Bakhtin pressupõe o conhecimento do contexto em que o enunciado foi produzido. Todos os enunciados se juntam em elos que formam uma grande corrente; assim, para permitir melhor visualização do surgimento e do desenvolvimento de cada um dos PE, é preciso dispô-los em nova ordem e encadeamento, para que se possa vislumbrar o conjunto. Entretanto, esse conjunto nunca será completo, por mais dados que se descubram e por mais que eles sejam sequencializados e dispostos de modo a formar o contexto requerido – sempre haverá outros contextos, outras histórias, outros personagens que influenciaram aquele enunciado, sem que seja possível supô-los.

Ainda assim, parece importante situar o surgimento desses PE, investigando e descrevendo uma história um pouco mais ampla sobre o jornal, o que remeterá à época da criação da *Folha* e aos acontecimentos posteriores, até o período em que se iniciou a produção dos projetos. Por isso, será conveniente conhecer brevemente as circunstâncias que transformaram a *Folha* no maior jornal do país

---

5 Idem, p.41.

e, num momento posterior, num veículo que luta para continuar se mantendo entre os mais importantes.

Note-se que, em 2011, a *Folha* completou 90 anos de história. Desde a sua fundação, o jornal passou por várias fases, algumas até aparentemente contraditórias. Nasceu com uma proposta de defesa da classe média urbana, para depois ser baluarte dos ideais do campo. Defendeu posturas com as quais se indispôs posteriormente. Acatou as determinações da ditadura militar para, em seguida, ostentar a bandeira – também a mercadológica, usada em publicidade com o objetivo de favorecer o crescimento do jornal – e a defesa das eleições diretas e da abertura política. Mas foi com essa dinâmica que marcou a história do jornalismo brasileiro.

Pode-se considerar 19 de fevereiro de 1921 a data de início do jornal *Folha de S. Paulo*, cujo primeiro nome foi *Folha da Noite*, fundada pelos jornalistas Olival Costa, Pedro Cunha e outros funcionários do jornal *O Estado de S. Paulo*. Segundo Mota, “o momento histórico do nascimento da primeira das *Folhas* é caracterizado por perturbações sociais e políticas que culminaram no colapso da Primeira República”, e foi marcado por uma “intensa contestação ao sistema de poder”,<sup>6</sup> propícia à criação de veículos de comunicação oposicionistas. Era também a fase em que o Brasil começava a implantar em seu território alguns avanços técnicos vindos do exterior, mas ainda não havia consolidado a imprensa como um negócio empresarial rentável; o jornalismo era considerado um “bico” ou apenas um espaço de projeção política.

Talvez isso explique algumas especificidades do jornal recém-criado. Uma delas seria a característica revelada por Taschner:<sup>7</sup> apesar de uma época em que se vivia o início da sociedade industrial, o jornalismo em geral – e o da *Folha da Noite*, particularmente – se “envergonhava” de se assumir como **mercadoria**. A autora cita um trecho de um anúncio de assinaturas do jornal para corroborar

6 MOTA, C. G.; CAPELATO, M. H. *História da Folha de S. Paulo (1921-1981)*. São Paulo: Impres, 1981, p.5.

7 TASCHNER, G. *Folhas ao vento: análise de um conglomerado jornalístico no Brasil*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.

sua tese: “Dado o preço excessivamente módico da assinatura, ninguém dirá que esta *Folha* é publicada com ideia de lucro”. Ainda segundo Taschner:

Essa poderia ser escolhida como uma das principais características do jornal no seu nascedouro: o jornal era obviamente uma mercadoria (o anúncio era de assinaturas), mas seus donos não conseguiam assumir publicamente essa condição. Nesse sentido, a *Folha da Noite*, em seu início, teve um quê de imprensa de transição, no sentido de que a atividade jornalística devesse ser considerada um princípio, um sacerdócio, uma missão de certa forma humanitária, ainda que embasada em princípios morais, éticos, políticos ou outros, e que o objetivo de lucro pudesse contaminar esses princípios.<sup>8</sup>

Como se verá ao longo deste capítulo, foram necessários mais de 60 anos para que a empresa se assumisse como sendo totalmente capitalista, ou seja, como uma empresa que encarava a informação como mercadoria, noção explicitada no PE da *Folha* de 1997. O que esse projeto faz, e a empresa considera um avanço, é admitir a total submissão dos critérios jornalísticos às leis de mercado – pelo menos é assim que se expressam os grandes defensores do *Projeto Folha*. Senão, vejamos: segundo a jornalista Ana Estela de Souza Pinto, no “Caderno Especial”, que celebrava o aniversário de 80 anos da *Folha*:

O que provocou surpresa e às vezes revolta nas mudanças propostas pelo projeto *Folha* em 1984 não foram os postulados editoriais, mas o fato de o jornal se assumir abertamente como produto, sujeito portanto às leis do mercado.<sup>9</sup>

Ou, na expressão de Silva:

8 Idem, 1992, p.37.

9 PINTO, A. E. S. P. In: FOLHA DE S.PAULO. *Manual de redação*. São Paulo: Publifolha, 2001, p.14.

O padrão de qualidade exigido pela *Folha* não é necessariamente melhor ou pior do que qualquer outro. Com certeza, não há lei objetiva além do mercado para julgar esse assunto.<sup>10</sup>

Ou ainda, nas palavras do próprio Otávio Frias Filho, um dos donos do jornal, ao prefaciá-lo o livro de Lins da Silva:

Ninguém conhece nem pode prever a contribuição que a imprensa dará à qualidade do mercado, sequer à sua sobrevivência, mas é certa, cada vez mais visível, a contribuição do mercado à qualidade técnica da imprensa.<sup>11</sup>

A questão das relações entre imprensa e poder econômico – ou, de forma mais clara, entre os objetivos finais da imprensa (entre eles o de informar objetiva e imparcialmente) e sua concretização como empresa – vai permear a história da *Folha* e imprimir um aspecto, um rosto, uma identidade, uma marca reconhecível em seu PE, que se assume ligado às forças do mercado, porém isento, apolítico e apartidário.

A história da *Folha* pode ser dividida em quatro períodos, de acordo com a feição que lhe imprimiram seus diferentes comandantes.<sup>12</sup> Como já foi dito, a primeira fase começou com a fundação da *Folha da Noite*. Para Jorge Cláudio Ribeiro, a criação do jornal foi um importante exemplo das contradições pelas quais passava a imprensa brasileira:

Logo após a Primeira Guerra, os donos de *O Estado de S. Paulo* fecharam o seu vespertino, o *Estadinho*. Com isso, os funcionários Olival Costa e Pedro Cunha perderam parte de seu ordenado. Para compensar, decidiram criar um jornal – a *Folha da*

10 SILVA, C. E. L. *Mil dias: os bastidores da revolução em um grande jornal*. São Paulo: Trajetória Cultural, 1988, p.78.

11 Idem, p.26.

12 É importante ressaltar que neste livro será retratada a história oficial, extraída de publicações reconhecidas sobre o jornal.

*Noite* – de onde pudessem tirar seu sustento e “mais livremente dar expansão aos seus pendores jornalísticos”. Essa contradição empresa/aventura se refletia na personalidade de seus fundadores: Olival Costa, estudante de Direito, era o empresário, e Pedro Cunha era o jornalista competente, vocacionado e boêmio.<sup>13</sup>

Conforme relata Ribeiro,<sup>14</sup> o número inaugural da *Folha da Noite* trazia uma apresentação do dono do *Estado*, Júlio de Mesquita Filho, que concordou em manter em seu quadro de funcionários os proprietários do novo jornal, já que não considerava que seu próprio jornal e a empresa recém-criada fossem concorrentes. Na apresentação, Mesquita Filho julga o novo jornal capaz “de mudar de opinião sempre que novos fatos assim o exigirem”. Essa característica, considerada pelo senso comum certo oportunismo, no bom sentido empresarial (na acepção de que as oportunidades devem ser sempre consideradas e aproveitadas), foi outro ponto que marcou a *Folha* durante toda a sua trajetória, até nossos dias.

Criada com poucos recursos, apesar do apoio financeiro do jornal *O Estado*, a primeira fase da *Folha* foi, de acordo com alguns historiadores, marcada pela “leveza” editorial e gráfica em relação aos demais jornais da época. Segundo Taschner, pela preocupação em “atingir diferentes faixas de seu mercado potencial, não só mediante a diversificação incipiente de jornais e de seções, mas também [...] tratando de temas que interessassem a segmentos distintos da população, capitalizando suas insatisfações”.<sup>15</sup> Além de ser dirigido à classe média, seus proprietários definiam a *Folha* como um “jornal popular”.

Amparada por seu sucesso comercial, a *Folha da Noite* criou, em 1925, uma versão matutina do jornal: a *Folha da Manhã*, esta voltada para um público mais conservador, ao passo que aquela se destinava a um público mais popular. Em função dos diversos pú-

13 RIBEIRO, J. C. *Sempre alerta: condições e contradições do trabalho jornalístico*. São Paulo: Olho d'Água, 2001, p.33-34.

14 Idem, p.34.

15 TASCHNER, 1992, p.43.

blicos, os jornais acabariam por apresentar estilos diferentes, apesar de seu conteúdo ser basicamente o mesmo.

Taschner resume essa primeira etapa da *Folha* da seguinte maneira:

Assim, as *Folhas* dessa primeira fase de existência, que se encerrou com o Movimento de 30 [...], fazem parte de uma imprensa de transição em vários sentidos. Seu produto é uma mercadoria, mas envergonhada de sua condição. Elas fazem parte de uma empresa, mas uma empresa nascida de modo aventureiro, precário, com patrões sem capital e assalariados sem salários. Elas não nasceram para defender uma causa específica, mas a ideia da missão da imprensa não está ausente do conceito que seus donos têm a respeito do produto. Os padrões de relações entre os concorrentes também não estão ainda plenamente estabelecidos como tais. O jornal tem anúncios. Mas eles pesam nas receitas muito menos do que a venda aos leitores. Ao mesmo tempo, o próprio setor de publicidade ainda está em vias de ser organizado, e, junto com ele, as suas relações com os meios de comunicação.<sup>16</sup>

Nessa primeira fase, a *Folha* se identificava como um jornal de oposição ao Governo e manifesta simpatia pelo movimento tenenista, encampando algumas bandeiras progressistas, como a do voto secreto e a do direito a férias. Essa posição durou até 1929, quando Pedro Cunha se retirou da sociedade e as *Folhas* passaram a ser governistas. Com a movimentação política em torno da Revolução de 30, Olival Costa teve de enfrentar o seguinte dilema: ficar com “a reforma contra São Paulo, ou com São Paulo e contra a reforma”. O resultado da tomada de posição contra Getúlio Vargas resultou no empastelamento do jornal – isso representou um ataque às instalações da *Folha*, o qual, segundo os historiadores, foi presenciado por Olival Costa.

Com o empastelamento, o jornal deixou de circular até 1931, quando foi comprado por Octaviano Alves de Lima, Diógenes de

---

16 Idem, p.49.

Lemos e Guilherme Almeida. O nome da empresa mudou para *Empresa Folha da Manhã Limitada*, e então teve início o seu segundo período, com uma linha editorial mais do que definida: de jornal voltado ao público urbano, passou declaradamente à defesa dos ideais da oligarquia agrária.

Conforme excerto publicado no livro *Folhas ao vento*, lê-se, numa reprodução do primeiro número do jornal *Folha da Manhã*, sob nova direção, em 15 de janeiro de 1931, uma espécie de declaração de princípios, um gérmen de PE, afirmando que:

*A Folha da Manhã*, assim como a *Folha da Noite*, que reaparecerá na próxima semana, não terá compromissos outros senão os que assume perante os leitores, de propugnar pela causa da lavoura, que deve ser considerada a causa de S. Paulo e do Brasil.<sup>17</sup>

E assim foi: os dois jornais passaram a defender principalmente os interesses dos grandes produtores de café, o que caracterizou profundas diferenças em relação à primeira fase do jornal. Taschner considera essa transição a passagem de uma “aventura empresarial”, empreendida por Olival Costa e Pedro Cunha, para uma “aventura jornalística”, comandada por Octaviano de Lima. No primeiro caso, dois jornalistas que se aventuraram a conquistar alguma independência financeira e, no segundo, um rico empresário que encontrou no jornalismo uma forma de defender os interesses da burguesia cafeeira.

Apesar de ter ampliado a tiragem do jornal de 15 mil para 80 mil exemplares, em 1945, Alves de Lima ainda não havia alcançado seu intento de ampliar os lucros dos produtores de café, e decidiu vender o jornal para o grupo formado por José Nabantino Ramos, Clovis Queiroga e Alcides Ribeiro Meirelles. No editorial que comunicou a mudança de propriedade, os novos proprietários propunham a criação de uma sociedade anônima, composta por grandes e pequenos lavradores e pecuaristas, e resumiam o “propósito defi-

---

17 TASCHNER, 1992.



nido de propugnar pelos interesses da lavoura e pecuária, através de um amplo programa de defesa de ambas as classes, que enfrentam, no momento atual, sérias dificuldades”.<sup>18</sup>

Aparentemente, esse direcionamento não traria mudanças em relação à postura editorial anterior; entretanto, segundo Taschner, traz embutidos quatro “indícios que prenunciam novidades”<sup>19</sup> e “preparam o caminho para a consolidação do grupo na fase seguinte, sob a direção dos atuais proprietários”.<sup>20</sup>

- a introdução da pecuária ao lado da lavoura como objeto de defesa;
- a lavoura não como causa, mas como setor que enfrenta dificuldades;
- o aparecimento do discurso da eficiência; e
- a preocupação com a imparcialidade, para a autora, o indício mais importante.

O dinamismo do novo grupo levou o jornal a atingir grandes feitos empresariais, entre eles a criação da *Folha da Tarde*, em 1949 (em 1960, dois anos antes de o jornal ser vendido por conta das dificuldades financeiras, as três *Folhas* seriam fundidas numa só: a *Folha de S. Paulo*), e o visível crescimento do capital nos anos iniciais da nova administração:

[...] constituída a sociedade anônima, o capital passou imediatamente de 2 milhões para 10 milhões de cruzeiros. E aumentou, três anos depois, para 40 milhões. Em 1950, já atingia a casa dos 100 milhões.<sup>21</sup>

Com o grupo liderado por Nabantino Ramos, a *Folha* passou a depender exclusivamente da venda de assinaturas, venda avulsa e

---

18 Idem, p.61.

19 Idem, p.62.

20 Idem, p.63.

21 Idem ibidem.

publicidade. Transformou-se numa organização empresarial de atividade jornalística cujo objetivo – o lucro – foi assumido, na época, por seus diretores ao afirmarem que “nada justifica que a indústria jornalística opere em bases de lucro inferiores às normais”.<sup>22</sup>

Novamente, os termos **jornal** e **empresa** entram em conflito na visão de Taschner, quando o autor opõe “um jornal cuja organização tem forma de empresa” a “uma empresa que tem atividade jornalística”.

Apesar dessa dicotomia, que parece mais um pedido de desculpas por autoproclamar-se empresa do que um projeto empresarial a ser perseguido, a *Folha* viria a enfrentar problemas financeiros nos anos seguintes, que provocaram sua venda. A figura de Nabantino, entretanto, foi considerada essencial na transição da *Folha* para sua feição atual. Segundo Silva, conforme o que foi argumentado em capítulo anterior, Nabantino

[...] teve a preocupação de sistematizar suas experiências, produziu um extraordinário documento chamado “Normas de Trabalho da Divisão de Redação”, tentou teorizar sobre jornalismo, estabeleceu critérios de excelência para a atividade dos repórteres e redatores.<sup>23</sup>

Para Silva, o documento “Normas de Trabalho da Divisão de Redação” foi “quase um precursor do *Manual de Redação*”.<sup>24</sup> Da mesma forma, se assemelham outros documentos desses dois períodos: o “Programa de Ação das Folhas”, criado por Nabantino, teria semelhanças com o “Programa de Metas Trimestrais”, adotado em 1985; segundo o autor, cursos promovidos na década de 1950 foram semelhantes ao programa de seminários internos, promovido a partir de 1986.

---

22 Idem, p.67.

23 SILVA, 1988, p.42.

24 Idem ibidem.

Mas a assunção definitiva da ideia de que o mercado era um aspecto não apenas inevitável, mas até desejável e de que o jornal devia submeter-se a ele só viria na fase seguinte, com a compra da empresa, em 1962, por Octavio Frias de Oliveira e Carlos Caldeira Filho, ou ainda mais tarde, em 1984, quando Otávio Frias Filho assumiu a direção da Redação do jornal.

Após a aquisição do jornal, Octavio Frias de Oliveira e Carlos Caldeira Filho levaram cerca de cinco anos para reorganizar a empresa, tanto financeira quanto administrativamente. “Nesse período, não houve tempo para preocupação com o jornal em si. Todos os esforços se concentravam no saneamento financeiro da *Empresa Folha da Manhã S/A*”,<sup>25</sup> afirma Silva.

O período coincidia com o do golpe de 64 e com grandes transformações em todo o mundo. Assim como outros jornais brasileiros, a *Folha* apoiou o golpe e, ao contrário de outros veículos, como *O Estado de S. Paulo*, não reviu sua posição até o processo de abertura política.

Apesar da ocorrência de outros fatos que poderiam comprometer o crescimento da imprensa, como o advento da televisão no Brasil, aspectos decorrentes do milagre econômico, do desenvolvimento da indústria e do crescimento do capital estrangeiro no país, além de condições favoráveis, como o grande crescimento publicitário e períodos em que o custo do dinheiro no exterior beneficiava a importação, facilitariam o saneamento financeiro e o posterior crescimento da *Folha de S. Paulo*. No período de 1968 a 1974 foram introduzidos o *off-set*, a fotocomposição e novas unidades impressoras:

Todos esses fatos e processos [...] atuaram de maneira solidária, criando uma constelação extremamente propícia ao desenvolvimento da publicidade e da indústria cultural no novo período inaugurado ao se completar a industrialização, excetuando-se, é óbvio, o caráter recessivo do ciclo 1962-67. Nem todos beneficiaram todos os mídia, nem ocorreram simultaneamente ou pri-

---

25 Idem, p.44.

mordialmente para favorecer a indústria cultural. Mas o fato é que a favoreceram.<sup>26</sup>

Tanto favoreceram que o período representou, para a *Folha*, não apenas a saída do vermelho, mas a consolidação de um conglomerado que incluía duas gráficas e seis jornais, entre eles o *Última Hora* e o *Notícias Populares*. Em 1968, o grupo assumiu o controle da Fundação Cásper Líbero, que enfrentava séria situação de crise. Historiadores relatam que o grupo teria sido ajudado ainda pela inflação, que teria trazido lucro com a especulação da venda avulsa do jornal.

Houve, ainda, um forte investimento no esquema de distribuição do jornal, com a aquisição de uma frota de veículos própria e o abandono do sistema coletivo de trens e ônibus. Segundo Ribeiro,<sup>27</sup> em 1960 a empresa possuía 24 veículos, número que saltou para 165 em 1965. E, no início dos anos 1970 – mais precisamente em 1971 –, o jornal abandonou a composição de chumbo e adotou o sistema de fotocomposição.

Politicamente, num período em que os jornais se defrontavam com as ameaças e as imposições da censura, a *Folha* acatou as disposições da ditadura. Segundo afirmou o próprio Otávio Frias Filho, em depoimento a Ribeiro,

Nos anos 1960 e 1970, a *Folha* dedicou-se à recuperação empresarial e financeira, e não tinha condições de interferir na cena pública com uma atitude que não fosse relativamente anódina. No período Costa e Silva e Médici, a *Folha* teve uma posição bastante anódina, em termos de não interferir opinativamente, inclusive não fez face à censura oficial, ao contrário do *Estado*, *Veja* e *JB*. A *Folha* simplesmente não enfrentou a censura, não moveu nenhuma oposição e não se dispôs a assumir papel político.<sup>28</sup>

26 TASCHNER, 1992, p.114-115.

27 RIBEIRO, 2001, p.60.

28 Idem, p.45.

O argumento de opor suas preocupações com as finanças à possibilidade de reagir, de alguma forma, ao regime político da época mostra que, por não contestar, a *Folha* “consentiu” com a ditadura militar, porque a “neutralidade” é também uma tomada de posição, principalmente quando se leva em conta que essa “adesão ao silêncio” aconteceu num momento de crescimento do jornal.

Só na metade da década de 1970, a partir das campanhas pela redemocratização do país, é que a *Folha* passou a participar daquele processo e a se diferenciar dos demais veículos de comunicação, enquanto o *Estado*, que assumiu uma posição frontalmente contrária à ditadura, resistiu às inovações exigidas pelo novo contexto de abertura política.

A *Folha de S.Paulo*, que aproveitou o período para crescer financeiramente, mas sem apresentar novidades editoriais, ao contrário de *O Estado*,

[...] manteve-se numa posição neutra: de 1969 até meados da década de 1970, suspendeu seus editoriais, que já eram anódinos. Essa estratégia desagradou aos dois extremos do espectro político; as relações tornaram-se tensas, a ponto de ter havido, no início dos anos 1970, um atentado contra dois veículos da frota das *Folhas* – justamente um dos símbolos da modernização da empresa.<sup>29</sup>

O argumento da “adesão ao silêncio” é reforçado pela citação anterior; afinal, se os editoriais já eram anódinos e não comprometidos com causa alguma, por que suspendê-los? A suspensão de uma atividade pressupõe uma ação que quebra o silêncio, a neutralidade. Ela contraria a ideia de neutralidade e mostra que, ao evitar qualquer opinião, a *Folha* abriu mão de seu papel, no aspecto que se relacionava à liberdade de expressão, para compactuar com o regime.

Mais tarde, segundo Silva, numa opinião compartilhada por Frias Filho, essa “neutralidade” começou a desfazer-se. Foi a partir daí que a preocupação com a linha editorial do jornal gerou altera-

29 RIBEIRO, 2001, p.63.

ções que, por sua vez, geraram os PE e projetos gráficos objetos de estudo neste livro. Contrapor esses projetos aos contextos histórico e social que os geraram é o objetivo da próxima etapa desta obra.

## **PE 1978 – Guinada à esquerda**

Antes daquele que é considerado o primeiro PE formal da *Folha* (o de 1981), o jornal produziu, em 1978, outro documento, denominado “Levantamento de pontos indicativos de posição editorial e avaliação sintética do momento político”. Alguns trabalhos de Carlos Eduardo Lins da Silva trazem trechos e comentários sobre esse PE:

O primeiro dos seis documentos que materializam o projeto data de junho de 1978. Ele constata a existência de uma “tendência” editorial, mas dá ao Conselho Editorial a missão de defini-la com mais precisão: “Uma das principais tarefas que se impõem ao Conselho Editorial consiste na formalização de uma tendência editorial da *Folha*. Formalização, porque essa tendência de certa forma já existe, tendo sido delineada na prática cotidiana e na discussão acumulada dos últimos anos. Há, porém, certos condicionamentos que incidem sobre essa tarefa de formalização e que devem ser respeitados. Residem esses condicionamentos na própria trajetória histórica do jornal – que não pode ser negada – e nas implicações do sistema capitalista em que vivemos ao qual a *Folha* está subordinada”.<sup>30</sup>

Era um momento delicado para o país. O Brasil viveu, até a década de 1970, duros anos de ditadura militar, com torturas e vetos à atuação da imprensa, dos sindicatos, das atividades artísticas e,

---

30 SILVA, 2005, p.98-99.

de forma geral, a toda expressão livre de ideias, incluindo o campo educacional.

Nesse período, a *Folha* vinha de um momento de recuperação financeira e só em meados da década de 1970 passou a se dedicar mais ao conteúdo editorial, num momento que coincidiu com o final do período de ditadura.

Esse processo se deu, de maneira muito acelerada, entre 1974 e 1977. Eu me lembro que a *Folha* fez uma edição considerada histórica quando da missa do Vlado Herzog, em novembro de 1975. Essa edição foi um marco, a partir da qual as amarras de controle, em termos de censura e autocensura, se dissolveram na *Folha*.<sup>31</sup>

Na verdade, a presença dos jornalistas Cláudio Abramo e Boris Casoy (antes dessa data ambos já estavam na casa) acenava para uma postura mais modernizante. Abramo, mais tarde, comandaria diversas alterações editoriais no jornal, como a criação da coluna “Tendências e Debates”:

A partir de 1974, com a infraestrutura reparada, Frias passou a dirigir mais suas atenções para a redação. Como os fundadores do jornal em 1921, ele estava consciente de que não podia tentar concorrer com *O Estado de S. Paulo* em seu próprio terreno. Por isso, e também por suas próprias convicções pessoais, dirigiu a linha editorial para uma postura mais aberta, preocupada com os problemas das desigualdades sociais, sempre com a ideia fixa, que ele chama de “mórbida”, de manter o jornal independente. Por se dizer convencido de que só um bom produto poderia sobreviver, Frias pretendia também levar à redação método e organização. Mas, por várias razões, isso só viria a começar de fato em 1984, quando seu filho assumiu a direção de redação.<sup>32</sup>

---

31 FRIAS FILHO, O. In: ABREU, A. A.; LATTMAN-WELTMAN, F. e ROCHA, D. (Org.). *Eles mudaram a imprensa: depoimentos ao CPDOC*. Rio de Janeiro: FGV, 2003, p.355.

32 SILVA, 1988, p.45.

Silva atribui a demora na remodelação editorial do jornal, entre outros motivos, aos comandos da Redação, exercidos inicialmente por Cláudio Abramo e depois por Boris Casoy, profissionais que, “apesar das enormes diferenças entre si de personalidade e ideologia, têm em comum um estilo de liderança que os fez exercer o cargo de maneira centrada em suas próprias personalidades. Sua ação não fortaleceu a ideia de institucionalizar uma estrutura de organização e método na Redação”.<sup>33</sup>

Ainda segundo Silva,

[...] de 1974 a 1984, com alguns atropelos no meio do caminho, o que se fez principalmente foi moldar-se uma política editorial própria.

O jornal pressentiu a “abertura” política e investiu nela. Viveu três anos do que Mota e Capelato chamaram de “fermentação crítica”. Houve um acidente de rota em 1977, quando em 1º de setembro, uma crônica de Lourenço Diaféria, intitulada “Herói. Morto. Nós”, foi publicada. As Forças Armadas a consideraram ofensiva. Diaféria foi preso. Sua coluna, na edição seguinte, saiu em branco. O jornal foi ameaçado de um mês de suspensão. Frias decidiu retirar seu nome do expediente e, formalmente, deixou a presidência da empresa. Cláudio Abramo foi afastado da Redação e Boris Casoy assumiu o lugar. Os editoriais deixaram de ser publicados.<sup>34</sup>

Ainda que posteriormente tenha julgado exageradas as medidas adotadas para enfrentar o problema, a *Folha* seguiu seu curso de modernização e, em 1978, criou o Conselho Editorial e a seção “Tendências e Debates”, projetada por Cláudio Abramo e mantida até hoje.

Muitos jornalistas atribuem o sucesso que a *Folha* viria a ter no final do século XX justamente à presença de Abramo na empresa. Uma dessas vozes é a de Mino Carta. Em 1988, ao prefaciar o livro

---

33 Idem ibidem.

34 Idem, p.46.



*A regra do jogo*, uma reunião de entrevistas, artigos e depoimentos do próprio Abramo,<sup>35</sup> compilados, após sua morte, por seu filho, Cláudio Weber Abramo, Carta faz a seguinte afirmação:

Quem compara a *Folha* de onze a doze anos atrás com a de hoje, descobre quando nasceram as principais inovações, a vivacidade da primeira página, o pluralismo das páginas dois e três, a agilidade da estrutura, a preocupação com o rigor da informação. Com a saída de Cláudio Abramo do *Estadão*, o estilo literário cartorial teve a sua revanche. Com a saída de Cláudio da *Folha*, o jornal ganhou em excentricidade. É inegável que a *Folha* cresceu porque em vários pontos soube dar sequência às ideias do seu criador, mas a essência está plantada no jornal dirigido por Cláudio Abramo.<sup>36</sup>

Abramo chegou à *Folha* em 1964, quando já era uma figura respeitada do jornalismo brasileiro, vindo de *O Estado*, onde promoveu uma grande reforma editorial. Em 1974, depois do consenso sobre o esgotamento da ditadura e da vitória do MDB nas eleições daquele ano, começou a trabalhar nas mudanças do jornal, com a concordância de Frias.

Frias decidiu mudar a *Folha* basicamente por razões de competição de mercado. O *Estado* podia ficar na oposição sem perder prestígio, pois era e sempre foi do *establishment*; sobre o *Estado* nunca pesou uma ameaça real. A *Folha* podia obedecer integralmente à censura, mas não era de confiança. Ao contrário de hoje, não fazia parte do poder. Frias percebeu que seu jornal só podia prosperar num regime democrático e por isso adotou a linha combativa.<sup>37</sup>

---

35 ABRAMO, C. *A regra do jogo: o jornalismo e a ética do marceneiro*. São Paulo: Companhia das Letras, 1988.

36 Idem, p.12.

37 Idem, p.88.

Para essa nova empreitada, Abramo teria convocado alguns dos melhores profissionais do mercado, entre eles Jânio de Freitas, Luiz Alberto Bahia, Newton Rodrigues e Oswaldo Peralva. O jornal passou a contar com colaboradores do calibre de Bresser Pereira, Fernando Henrique Cardoso, Almino Affonso, Miguel Arraes e Jorge Cunha Lima.

Também em 1978 foi criado o Conselho Editorial, um processo narrado por Silva da seguinte forma:

Em maio de 1978 é criado o Conselho Editorial. Esse seria o organismo através do qual o projeto deixaria de ser apenas ideias na cabeça de algumas pessoas e ganharia sistematização e forma concreta. Trata-se de um colegiado composto por jornalistas e não jornalistas que se reúnem mensalmente em caráter consultivo para analisar a conjuntura política e econômica do país, criticar o desempenho jornalístico da *Folha* e recomendar linhas de ação editorial futura. Seus membros são indicados pela direção da *Empresa Folha da Manhã S/A*. Os integrantes da direção de redação (o diretor e os dois secretários de redação) têm direito a lugar e voz nas reuniões.

Entre 1978 e 1984, o Conselho Editorial foi o fórum privilegiado para a discussão do projeto do jornal. Seu secretário, Otávio Frias Filho, foi o principal fator de emulação dos documentos que deram consistência a esse projeto. Depois de maio de 1984, o Conselho Editorial cedeu à direção de redação esse papel de liderança no que se refere à condução e à teorização do projeto.<sup>38</sup>

Logo a seguir, seria confeccionado o documento que, certamente, deu origem à série de PE da *Folha*. Esse texto, denominado “Levantamento de pontos indicativos de posição editorial e avaliação sintética do momento político”, não chegou a ser divulgado publicamente, como já foi dito, e apenas alguns trechos dele são citados no livro de Silva.<sup>39</sup> Não é possível afirmar, mas Silva, por

---

38 SILVA, 1988, p.67.

39 Idem, p.68.

sua importância na história da *Folha*, certamente tinha acesso ao texto completo. Pelo que ele expõe em seu livro e em sua tese de doutorado, o documento não representa exatamente um PE; consiste mais propriamente em um rol de definições do que viriam a ser os projetos.

Todas essas inovações são atribuídas ao processo desencadeado por Abramo. Kucinski,<sup>40</sup> ao referir-se a jornais alternativos de esquerda, faz a seguinte síntese da contribuição do jornalista à *Folha*:

O projeto liberal de Cláudio Abramo deu à *Folha* a página três, de debates e ideias, e um papel proeminente na abertura democrática. Para isso, ele não hesitou em se apropriar de algumas experiências da imprensa alternativa, que havia atingido seu apogeu na época. Entre elas, a constituição de um Conselho Editorial que refletisse a sociedade civil, e a definição de alguns princípios editoriais referenciados no interesse público. O texto do projeto de política editorial de Cláudio Abramo de 1978, por exemplo, poderia ter sido copiado de *Movimento* [...].

Kucinski refere-se, certamente, ao jornal *Movimento*, ícone da esquerda na época. Assim como faz o jornalista, ao relacionar o PE de 78 com um ícone da imprensa alternativa durante a ditadura militar, Silva aponta, como característica principal desse texto, seu caráter “crítico” em termos políticos. Ele, porém, não cita a autoria de Abramo e acentua outra característica do texto – a de ser conciliador no que tange os quesitos de trato com os jornalistas da *Folha*, procurando mesmo *agradá-los*, por resumir em suas páginas anseios comuns à sociedade brasileira do período, independentemente das posições político-ideológicas que se assumissem: “Um documento desse teor, é evidente, só poderia receber aplausos e apoios, por exemplo, da maioria absoluta dos jornalistas que trabalhavam na empresa”.<sup>41</sup> Silva nota que o documento pouco trata do jornal como

40 KUCINSKI, B. *A síndrome da antena parabólica: ética no jornalismo brasileiro*. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 1998, p.77-78.

41 SILVA, C. E. L. *Mil dias: seis mil dias depois*. São Paulo: Publifolha, 2005, p.100.

produto editorial, e faz crer que seu posicionamento “crítico” em relação à política vigente era o principal sentido expresso pelo documento. Segundo o autor,

um documento do Conselho Editorial em 1978 oferece os pontos indicativos da “tendência editorial” da *Folha*: melhores condições de vida para a maioria da população através da organização de um regime democrático, liberdade de informação, fortalecimento dos organismos da sociedade civil, distribuição mais equitativa da renda nacional, apoio à livre iniciativa, submissão de toda a economia ao interesse social e preservação da identidade cultural brasileira.<sup>42</sup>

Silva compara esse documento a textos de finalidade político-partidária: “Poderia ser um programa de ação para um partido político, uma plataforma de ação para um candidato a cargo público”.<sup>43</sup>

A confecção do documento deu-se, provavelmente, na fase em que Cláudio Abramo fazia grandes mudanças no jornal – tanto gráficas como editoriais, como citado anteriormente. Isso ocorreu quatro anos após uma importante conversa entre o general Golbery do Couto e Silva e Octavio Frias, relatada por Otávio Frias Filho no livro *Eles mudaram a imprensa*:

[...] eu diria que o ano de 1974 foi bastante importante para a imprensa em geral e para a *Folha* especificamente. Estava-se preparando a posse do governo Geisel, e o general Geisel e o general Golbery estavam montando a equipe ministerial. Eles tinham um gabinete no Rio, no largo da Misericórdia, e meu pai foi chamado pelo Golbery, que ele conhecia anteriormente, [...] para uma conversa nesse local. Isso deve ter sido em janeiro, fevereiro de 1974 [...]

Nessa conversa com meu pai, Golbery delineou os rumos que eles pretendiam impor ao novo governo, falou da necessidade de

42 SILVA, 1988, p.46.

43 SILVA, 2005, p.99.

uma descompressão política, enfim, expôs todo aquele ideário que se tornou bastante conhecido depois. Inclusive, chegou a mencionar para meu pai – me lembro disso, pelo relato que meu pai me fez – que não era conveniente que houvesse em São Paulo só um jornal forte, em termos de peso na opinião pública, que era do interesse do governo que houvesse dois jornais. A conversa se resumiu a isso. Não houve qualquer tipo de apoio ou de encorajamento por parte do governo. Todo o desenvolvimento da *Folha* durante o governo Geisel e durante o governo Figueiredo ocorreu rigorosamente à margem de qualquer tipo de estímulo governamental.<sup>44</sup>

Os fatos que indicavam, na sociedade, a tendência de participação popular; a presença de Cláudio Abramo, um homem de esquerda, como diretor de redação; mais a “carta branca” oferecida pelo governo, na figura do general Golbery, estimulando a *Folha* a participar da “descompressão” política e a romper com o monopólio do jornal *O Estado de S. Paulo*, podem ter influenciado o teor do documento que seria o gérmen do PE do jornal, em 1978.

Pelo relato de Silva acerca do texto de 1978, o documento não detalhava concepções de posturas técnicas do jornalismo. Contudo, é possível inferir, pela postura de Abramo na execução da atividade, o quanto sua atuação esteve revestida desse componente político. Em *A regra do jogo*, uma série de depoimentos prestados por Abramo a jornalistas e reunidos em livro após sua morte, há exemplos da concepção de notícia do autor desse texto que deu origem aos PE da *Folha*:

Existe o jornalista que só conta o fato: um muro caiu na cabeça da dona Maria e ela morreu debaixo de 35 tijolos. Isso é um fato, puro e simples. Haverá outro jornalista que dirá que o muro caiu porque o dono do terreno se recusou a gastar o dinheiro e usou um suporte ruim, que ameaçava cair. Aí começa-se a desenvolver o que se passa, da narrativa do fato para a crítica da sociedade.<sup>45</sup>

---

44 FRIAS FILHO, 2003, p.354-355.

45 ABRAMO, 1988, p.110.

Essa característica esquerdista do documento é bastante reforçada por Silva, que, entretanto, não disponibilizou a íntegra do documento em nenhum dos três trabalhos que publicou sobre o *Projeto Folha*: a tese de doutorado “Mil dias – Análise das mudanças no processo de produção da *Folha de S. Paulo* durante a implantação do *Projeto Folha* (maio/1984 a fevereiro/1987)” e dois livros, *Mil dias: os bastidores da revolução em um grande jornal* e *Mil dias: seis mil dias depois*. Como Silva disponibilizou em sua tese todos os outros PE produzidos até a data da defesa, há que se perguntar se os cortes efetuados no de 1978 foram propositais ou não, uma vez que, como se verá mais adiante, há uma cisão considerável entre esse PE e os subsequentes.

De qualquer forma, achou-se por bem continuar a descrição de Silva sobre aquele embrião de projeto, até por ser a única referência a ele na pesquisa de obtenção de dados para a tese que deu origem a este livro. Sobre o projeto de 1978, o autor diz o seguinte:

Trata-se de uma análise de uma conjuntura seguida de um enunciado de intenções. Da análise de conjuntura, vale destacar o pressuposto básico que encorajava o jornal a prosseguir na aposta que fazia já havia quatro anos na abertura política: “O regime autoritário, expressão política do capitalismo concentracionista, deixa de atender aos interesses objetivos das camadas cada vez mais significativas da população; torna-se obsoleto”.

As intenções, ou os “pontos para formalização da tendência editorial”, reafirmam a preocupação do jornal com as desigualdades sociais, reclamam melhores condições de vida para a maioria da população e indicam como meios para se chegar a este fim: a “organização de um regime democrático, que assegure a estrita observação dos direitos do homem e do cidadão e que atenda aos interesses da maioria da população, por meio da participação política de todos os setores da sociedade e de todas as tendências de opinião”; a “liberdade de informação, compreendida como direito de todos terem acesso ao conhecimento dos fatos e das ideias”; o “fortalecimento dos organismos da sociedade civil”; a “distribuição mais equitativa da renda nacional, prioritariamen-

te por via tributária”; o “apoio à livre iniciativa econômica, com prioridade do capital nacional (privado ou estatal) sobre o capital estrangeiro”; a “submissão de toda a economia ao interesse nacional, por meio da fiscalização por parte do Estado democrático” e a “preservação da identidade cultural brasileira”.<sup>46</sup>

É interessante notar como Silva se detém em especificar termos e frases do documento, mas não coloca a sua íntegra nos anexos de seus trabalhos, ao contrário do que faz com os outros PE. Conclui, então, suas observações a respeito do PE de 78:

Tratava-se de uma plataforma de opiniões que, por um lado, claramente diferenciava a *Folha* dos outros veículos de comunicação de grande porte, devido à preocupação com a justiça social que os demais não tinham e, por outro lado, aproximava o jornal de um amplo setor da sociedade brasileira que no final da década de 1970 somava seus esforços apesar das diferenças que havia internamente entre eles para tentar pôr fim ao regime autoritário que perdurava desde 1964. O tom generalista do documento do Conselho Editorial assegurava a possibilidade de adesão de muitas correntes de opinião antagonistas entre si. Um documento desse teor, é evidente, só poderia receber aplausos e apoios, por exemplo, da maioria dos jornalistas que trabalhava na empresa.<sup>47</sup>

Os PE da *Folha* nascem conciliadores, na opinião do jornalista, para circular e conquistar a adesão – se não do público, ao menos dos profissionais da casa.

É igualmente interessante notar que Silva também identifica um tom “generalista” no documento, capaz de assegurar a “adesão de muitas correntes de opinião antagonistas entre si”. Esse expediente é extensamente tratado na obra do Círculo de Bakhtin. No capítulo “Discurso Indireto, discurso direto e suas variantes”, em *Marxismo e filosofia da linguagem*, Voloshinov fala sobre como um

---

46 SILVA, 1988, p.70-71.

47 SILVA, 1988, p.71.

romance – seu objeto de estudo em questão – deveria estar recheado de aspas se fôssemos levar “a ferro e fogo” as diversas vozes que o compõem.<sup>48</sup> É o uso do discurso alheio não demarcado,<sup>49</sup> como se o projeto fizesse uma crítica à característica do documento de submissão ao “senso comum” apontado como possibilidade de heterogeneidade constitutiva do texto,<sup>50</sup> ou, em outras palavras, como se as “correntes de opinião antagonistas entre si” compartilhassem uma voz comum que pudesse ser resumida nos ideais políticos identificados com os de esquerda, que defendia, entre outros ideais, o fim do regime autoritário e das desigualdades sociais.

Vozes antes identificadas apenas como de esquerda agora atingiam outras correntes, retirando da esquerda a autoria desses ideais. Todo esse processo se funde e essas correntes passam de autores a interlocutores, sendo o ato responsivo característica fundamental no conceito de **dialogismo** proposto por Bakhtin.

Essa característica “social” do documento e da postura editorial do jornal é aquela que, segundo Silva, consegue adesão não só da sociedade, mas também dos jornalistas da *Folha*. Ainda que, no final da década de 1970, não se pudesse falar nas questões sociais (mais consentâneas ao pensamento dos partidos de esquerda) como características do senso comum, havia um movimento latente na estrutura sociopolítica brasileira, principalmente entre intelectuais e outros formadores de opinião, que aspirava a maior participação da sociedade nas decisões políticas. Ter antecipado esse fenômeno na cobertura dos movimentos pelas eleições diretas para a presidência da República, conforme deixam claro os próprios PE, foi o diferen-

48 BAKHTIN, 1999, p.165-166.

49 FIORIN, J. L. *Introdução ao pensamento de Bakhtin*. São Paulo: Ática, 2008, p.38.

50 **Heterogeneidade constitutiva**, conceito desenvolvido por Jacqueline Authier-Revuz, é aquele em que se encontram as “vozes” presentes no discurso e que, por oposição à **heterogeneidade marcada**, não possui marcas que possibilitem sua identificação imediata, ou seja, na qual o princípio da diferença entre o “eu” e o “outro” não é explicitado no discurso. In: AUTHIER-REVUZ, J. *Heterogeneidade expressa e heterogeneidade constitutiva*: elementos para uma abordagem do outro no discurso. Trad. Sandra Diniz Cosata. Paris: Centre de Recherches de l’Université de Paris VIII, 1982, p.51-91.



cial no crescimento da *Folha* e representou, nessa corrente dialógica, uma resposta às solicitações da sociedade.

Naquele período, o Brasil experimentava a abertura política “lenta e gradual”, formalizada em 1984, com o fim do mandato do presidente general João Baptista de Figueiredo. Para a *Folha*, foi também um período de profundas transformações.

De 1974 a 1984, com alguns atropelos no meio do caminho, o que se fez principalmente foi moldar-se uma política editorial própria para a *Folha*. O jornal pressentiu a “abertura” política e investiu nela. Viveu três anos do que Mota e Capelato chamaram de “fermentação crítica”.<sup>51</sup>

Na verdade, esse documento datado de 1978 apareceu num período em que a *Folha* passou a ser considerada oposição ao regime autoritário.

Apenas para ter um referencial cronológico, o ano de 1974 pode servir de ponto de partida. Foi quando a página 2 (de Opinião) do jornal se abriu a intelectuais de oposição ao governo que haviam passado os dez anos anteriores distantes dos meios de comunicação. Também foi o ano em que o jornal desativou em definitivo o sistema de composição a quente e ingressou de vez nas técnicas industriais modernas.

A partir de então, a *Folha* passou a ser identificada como um jornal de resistência ao regime autoritário e uma espécie de “porta-voz” da chamada “sociedade civil”.<sup>52</sup>

Entretanto, o documento também pode ser uma resposta, nessa relação dialógica, a um fato que marcou profundamente a história do jornal, citado em várias publicações que tratam da *Folha*, e por ela mesma, superficialmente, no PE de 1981: o incidente com o

---

51 SILVA, 1988, p.46.

52 Idem, p.27.

jornalista Lourenço Diaféria, a quem este livro já se referiu. Frias Filho também comenta o caso, no livro *Eles mudaram a imprensa*:

Lourenço Diaféria foi detido para interrogatório; nesse mesmo dia, a cúpula do jornal, com a anuência do meu pai e do Caldeira, decidiu que a coluna dele sairia em branco enquanto ele não fosse liberado, e de fato isso aconteceu. Durante um ou dois dias, a coluna saiu em branco, consignando que era em sinal de protesto. Hugo Abreu, então chefe do Gabinete Militar, com quem meu pai tinha contatos esparsos, deu-lhe um telefonema e disse que o processo de enquadramento da *Folha* na Lei de Segurança já estava na mesa do Geisel, e que o procedimento judicial permitia que o jornal fosse fechado por 30 dias sem mais delongas. Meu pai achou que o jornal não tinha condições de enfrentar esse tipo de ameaça, que era o caso de recuar, e num dia bastante nervoso, em que houve várias reuniões, tomou uma série de providências: tirou o próprio nome do cabeçalho do jornal e afastou o Cláudio do comando da Redação.<sup>53</sup>

Esse recuo ou submissão às ordens governamentais contrariava a tendência de oposição da *Folha* no período e foi reforçado pelo afastamento do jornalista Alberto Dines e pela contratação, para assumir o lugar de Cláudio Abramo, do jornalista Boris Casoy:

Logo depois da crise de 1977, porém, se percebeu que aquelas providências tinham sido excessivas, porque o Frota caiu e o Geisel mostrou que tinha controle da situação. Alguns jornalistas disseram – o próprio Cláudio, Mino Carta, por exemplo, fala muito disso – que meu pai decidiu erradamente, que estava mal informado, estava achando que o Frota poderia ganhar a parada, quando, na verdade, o Geisel ganhou com relativa facilidade. Existe uma certa imagem de que o Cláudio foi afastado e de que o Boris Casoy, uma pessoa que tinha origem em ideias de direita, fez uma intervenção na *Folha* e moldou a linha editorial do jornal

---

53 FRIAS FILHO, 2003, p.356-357.

dentro do que seria a preferência dos militares. Essa versão me parece totalmente infundada.<sup>54</sup>

Ainda que internamente algumas medidas indicassem submissão aos poderes constituídos, nesse período, a *Folha*, dentre os grandes jornais brasileiros, continuava a ser identificada, aos olhos do público, com os anseios da esquerda que começava a recuperar sua voz no país. Sobre esse período, e o imediatamente posterior, diz Frias Filho:

A *Folha* já tinha se tornado quase um porta-estandarte da luta pela democratização, pela anistia, pela Constituinte etc., e tinha uma posição muito visível de crítica, e até de fustigação do governo e do regime.<sup>55</sup>

Mas os PE seguintes mostrariam, sim, um recuo.

### **PE 1981 – Um jornal de opinião**

Em 1981, foi produzido o primeiro PE oficial da *Folha de S. Paulo*, sem o viés de esquerda que, ao que segundo os relatos de Silva,<sup>56</sup> caracterizou o primeiro documento.

O PE de 1981 mudou radicalmente os pressupostos expressos no documento elaborado em 1978. Nele, as questões sociais são apenas lembradas e recebem tom mais ameno do que aquele que predomina na descrição do projeto de 1978 feita por Silva. O projeto de 1981, denominado “A *Folha* e alguns passos que é preciso dar”, divide-se em três tópicos – “Um tipo de jornal”, “Um ponto de passado e de futuro” e “Os passos necessários”. Logo no primeiro parágrafo do primeiro item há um resumo do objetivo do

54 Idem, p.356.

55 Idem ibidem.

56 SILVA, C. E. L. *Mil dias: os bastidores da revolução em um grande jornal*. Tese (livre-docência). Escola de Comunicações e Artes, USP, São Paulo, 1987.

jornal para os anos seguintes: “O objetivo de um jornal como a *Folha* é, antes de mais nada, oferecer três coisas a seu público-leitor: **informação** correta, **interpretação** competente sobre essa informação e **pluralidade** de opiniões sobre os fatos”.<sup>57</sup> Para o jornal, informação correta é “a descrição de tudo aquilo capaz de afetar a vida e os interesses que se acredita serem dos leitores”; interpretação competente são “comentários e análises redigidos por profissionais que, conforme os critérios adotados pelo jornal, aliam o domínio sobre determinada área do conhecimento ou da atividade humana ao domínio sobre a técnica de escrever”; e pluralidade de opiniões sobre os fatos é definida como “a publicação de textos, artigos, depoimentos, entrevistas etc. que, tomados em seu conjunto, funcionem como uma reprodução mais ou menos fiel da forma pela qual as opiniões existem e se distribuem no interior da sociedade”.<sup>58</sup>

A abertura do documento faz uma ressalva – a de que, caso se limite a reproduzir as opiniões alheias, sem ter sua própria convicção, o jornal não será “um ser ativo, com uma identidade visível e um certo papel a desempenhar”.<sup>59</sup> “São, também, as opiniões claramente expostas pelo jornal que possibilitam o desenrolar de um importante diálogo silencioso entre o leitor e o seu jornal, diálogo que, com o passar do tempo, cimenta os laços de respeito e de estima entre o jornal e seu leitorado”,<sup>60</sup> afirma.

O tom político, quase panfletário que Silva atribui ao primeiro documento, é substituído por argumentos, informações e alegações que funcionam quase como uma justificativa do movimento anterior, como se o tom de um jornal crítico já não fosse mais adequado. Afirma o projeto, referindo-se à década de 1970:

---

57 Ver **PE 81**, na seção **Anexos**, ao final deste livro. (*grifos da autora*)

58 Idem.

59 Idem.

60 Idem.

[...] com relação ao projeto, “à ideia de jornal” propriamente dita, nada havia além de intenções e, portanto, promessas a oferecer. Era natural, dessa maneira, que a *Folha* lançasse mão de todo e qualquer recurso que pudesse auxiliar na sua caminhada, ainda que precária e provisoriamente; era natural, por exemplo, que aproveitasse os ventos da abertura que sopravam já no período 1974-1978 para concentrar a maior parte de seus esforços na criação de impacto opinativo (“agora sim a *Folha* tem opinião”, dizia-se com alguma frequência, pouco importa neste momento se acertada ou equivocadamente) que permitisse ao jornal alçar-se no conceito público.<sup>61</sup>

O que aconteceu, em apenas três anos, que modificaria tão radicalmente os rumos do PE? Quem fornece uma pista é o próprio PE de 1981: a greve dos jornalistas em 1979, que conseguiu a adesão de todos os editores do jornal. A greve é citada como um dos percalços no caminho de consolidação do projeto, e isso consta tanto do próprio PE de 81 quanto do texto de Silva:

Os jornalistas que até a greve pareciam aderir integralmente ao projeto por certo se desiludiram ao constatar que a *Folha* não deixara de ser empresa e que o modo de produção na sociedade brasileira não deixara de ser capitalista.

A empresa, por sua vez, pareceu compreender com mais clareza que não é possível somar tanto quanto ela havia desejado no início do processo de abertura política.<sup>62</sup>

O PE de 81 também traduz a reação da empresa à desilusão dos jornalistas com a aplicação prática do projeto:

Por motivos que não vem ao caso desenvolver aqui, este projeto nem sempre é compreendido em toda sua dimensão por todos

61 Idem.

62 SILVA, 1988, p.71.

quanto fazem o jornal. E, às vezes, é agredido ou negado, quando ocorrem falhas no plano profissional, por ação ou por omissão.<sup>63</sup>

Se, no documento de 1978, a *Folha* adota um tom esquerdizante em seu texto, talvez como reação a um processo traumático de restrição governamental à liberdade de imprensa durante todo o período de ditadura – afinal, em 1978 já se verificava no país o processo de abertura política, com anistia aos exilados, configurando-se, portanto, um tempo em que era possível reagir ao regime sem censura oficial –, o de 1981 recua e impõe aos jornalistas seguir a orientação do jornal expressa por Silva na citação anterior: o jornal era uma empresa, e o país, capitalista.

A versão de 1981, no item “Os passos necessários”, traz uma espécie de exigência de adesão ao projeto, dirigida principalmente aos jornalistas que ocupam cargos de decisão na *Folha*. O texto afirma que não há intenção de romper com aqueles que optarem por não assumir as orientações do projeto como missão, mas que esses deverão “apenas ceder o lugar, exercendo outras funções, isto é, aquelas onde não haja decisões de natureza editorial ou administrativa diretamente envolvidas”.<sup>64</sup> Há, portanto, duas opções propostas pelo PE aos jornalistas:

Sugerimos que todos os que exerçam cargos de chefia ou funções de confiança façam uma opção permanente – disponham-se a abraçar em definitivo o projeto do jornal como uma missão a ser cumprida a cada dia, com afinco, aplicação ou responsabilidade, ou que desistam do cargo, por discordância ou inapetência.<sup>65</sup>

Considerando o conteúdo do PE de 78, os jornalistas da *Folha*, para serem fiéis às propostas do jornal, deveriam adotar uma postura política mais assemelhada com a de esquerda e com os ideais

63 Idem ibidem.

64 Idem ibidem.

65 Ver PE 81, na seção **Anexos**, ao final deste livro.

democráticos do período, constatação possível, por basear-se no relato sobre o PE de 1978 feito por Silva. Mas o que o novo PE (o de 1981) exigia era uma adesão ao projeto, não àquele cujos termos só se conhece pelo relato de Silva, mas a outro, proposto agora de forma muito genérica, já que o PE se ocupa mais de falar da postura de adesão que a *Folha* exige de seus profissionais do que do próprio PE em si, apenas esboçado no item inicial, “Um tipo de jornal”, pelos conceitos, ainda que genéricos, explicitados em quatro parágrafos e resumidos no primeiro: “o objetivo de um jornal como a *Folha* é, antes de mais nada, oferecer três coisas ao seu público-leitor: informação correta, interpretação competente sobre essa informação e pluralidade de opiniões sobre os fatos”.<sup>66</sup>

Ao se evidenciar o processo dialógico proposto por Bakhtin, essas incoerências ficam mais aparentes. Por ser uma “arena de luta”, o campo da linguagem caracteriza-se por esse constante movimento entre forças que afetam o sujeito de todos os lados. As enunciações de um mesmo sujeito, separadas no tempo e no espaço, refletem e refratam as pressões centrífugas e centrípetas, se comparadas com outras efetuadas em diferentes momentos ou espaços.

Numa formação social determinada, operam o presente, ou seja, os múltiplos enunciados em circulação sobre todos os temas; o passado, isto é, os enunciados legados pela tradição de que a atualidade é depositária, e o futuro, os enunciados que falam dos objetivos e das utopias dessa contemporaneidade. Nela, atuam forças centrípetas e centrífugas: aquelas atuam no sentido de uma centralização enunciativa do plurilinguismo da realidade; estas buscam erodir, principalmente pela derrisão e pelo riso, essa tendência centralizadora.<sup>67</sup>

Segundo Fiorin, com esse conceito de forças centrífugas e centrípetas, Bakhtin “desvela o fato de que a circulação de vozes numa

---

66 Idem.

67 FIORIN, 2008, p.30.

formação social está submetida ao poder”.<sup>68</sup> Na relação de forças estabelecida entre o PE de 1978 e o PE de 1981 operaram forças centrípetas: o processo que se afigurava no final da década de 1970 e que Silva chamou de “consensual”, era, de outro lado, a força que impedia a centralização, mas que foi bloqueada em algum momento – talvez após a greve de 1979. Nesse PE há movimento inverso. A tentativa é a de conter qualquer movimento para fora: quem não concordar, que desista do projeto.

O “eu” se define pelo “outro”, ainda que seja para contrastá-lo, para negá-lo. E esse “outro” do qual se apropria o discurso, no caso da heterogeneidade constitutiva, nem sempre coincide com o “eu” pretendido ou real. No caso da *Folha*, nessa fase em particular, o que se supõe é que as incursões à esquerda, experimentadas na época da abertura, representaram um dos momentos em que o que sobressaiu na identidade visível do jornal – a maneira como o público o vê – foi um dos raros momentos em que o “eu” de seus jornalistas tomou corpo a ponto de se confundir com o do jornal, representado, em última instância, por sua cúpula diretiva. Num momento em que a situação política do país ainda não havia sido definida, esse movimento pareceu funcionar, ainda que do ponto de vista empresarial. Entretanto, no primeiro confronto entre os objetivos profissionais – e não mais políticos – dos jornalistas, vistos como categoria, e os da empresa, esse “eu” manifesto não pôde se sustentar, e outros discursos se sobrepuseram: os da eficiência profissional, de adesão a um PE manifestado pelas expressões **informação correta, interpretação competente sobre essa informação e pluralidade de opiniões sobre os fatos**, numa perspectiva política representada pelo liberalismo progressista.

O documento de 81 também não explicitou sua opção pelo apartidarismo, tema do qual se ocupariam os dois projetos seguintes, mas expôs sua opção pela pluralidade de ideias e pela

---

68 Idem, p.33.



independência, deixando clara a sua adesão a uma postura liberal-progressista:

Ao seu redor [do jornal], surge um crescente consenso de que este é, de fato, um jornal independente, confiável naquilo que publica e cujas atitudes devem ser permanentemente levadas em consideração. Vem escrevendo de modo cada vez mais nítido o seu papel real na cena política, preenchendo a função de um órgão liberal-progressista, ou seja, numa só frase: partidário dos princípios e métodos legados pelo liberalismo político e preocupado com a necessidade de introduzirmos reformas pacíficas mas profundas no capitalismo brasileiro, destinadas a solucionar os problemas sociais mais graves e criar convivência social estável para a maioria e aceitável para as minorias.<sup>69</sup>

Aparentemente, a *Folha* não considerou incoerência propugnar pelo princípio da independência e, ao mesmo tempo, se autodenominar liberal-progressista num período histórico em que o país lutava para se desvincular de um passado de autoritarismo político-ideológico, mesmo levando-se em conta a amplitude conceitual do termo **liberal-progressista**. Feita essa observação, o importante é lembrar que, embora abandone o tom político e panfletário apontado por Silva, ao se referir ao projeto de 1978, e se preocupe com as questões mais fortemente ligadas aos ideais do jornalismo, o que surpreende nesse novo projeto não são as posturas profissionais ou editoriais, mas a insistência do jornal, no item “Os passos necessários”,<sup>70</sup> em conseguir a adesão de seus jornalistas ao que começava a se definir como *Projeto Folha*, que teria seu ponto máximo, assim como o momento de maior expressão do jornal – incluindo um grande aumento no número de assinaturas – na cobertura das manifestações populares pela aprovação da emenda Dante de Oliveira,

69 Ver **PE 81**, na seção **Anexos**, ao final deste livro.

70 Idem.

que, como se sabe, propunha eleições diretas para a presidência da República do Brasil.

Mas há, ainda, outras particularidades nesse projeto. Talvez a sua característica mais curiosa seja a de veicular um texto mais aberto em termos de prescrições, mais tateante e mais falível do que os projetos subsequentes.

O PE de 81 se coloca como uma “proposta possível”, e não como “a proposta”, apesar do acento na necessidade de ter opinião e de não ser um “mero repositório” de opiniões.<sup>71</sup> Outra característica do documento se faz notar a esse respeito. Apesar da ênfase na questão da opinião, o documento manifesta a crença de que é o texto informativo que dá sustentação ao jornal:

Nunca será demais afirmar que a ossatura de um jornal, o que lhe sustenta o corpo dando-lhe consistência e forma, são as reportagens, os textos noticiosos e as fotos de boa qualidade. Editoriais e artigos apenas complementam essa ossatura, que segue sendo a essência do jornal.<sup>72</sup>

O texto permite espaço para dúvidas, e alguns trechos em que essas características mais tateantes podem ser verificadas encontram-se, por exemplo, nos seguintes excertos:

[...] não há um meio automático que permita saber se os critérios utilizados em cada caso estão atendendo às finalidades propostas ou não; só parece possível ter alguma certeza sobre essa questão por meio de processos demorados de discussão interna, combinados à observação atenta das reações dos leitores, que podem punir ou premiar o jornal.<sup>73</sup>

---

71 Idem.

72 Idem.

73 Idem.

Se estivermos corretos, como julgamos estar, quando sustentamos tais convicções, [...]”<sup>74</sup>

O jornal finaliza seu primeiro projeto atribuindo às gerações futuras a responsabilidade de sancionar suas decisões: “[...] as gerações do futuro poderão olhar para a *Folha* e dizer: ‘Eis aí algo de útil e bom, algo que deve ser preservado’”.<sup>75</sup> Utilizando o discurso demarcado por aspas simples, o jornal se coloca no lugar de seu leitor, assume-lhe a voz para sancionar no futuro as decisões do presente. As aspas simples, nesse caso, mais do que se tivesse sido utilizado o recurso do discurso indireto, dão uma ideia do conteúdo visionário, algo que certamente se realizará, uma vez que já está configurado na voz do leitor.

O PE de 1981, quando clama por opinião, é o projeto da ruptura com um passado que conseguia unir jornalista e população numa causa comum, processo que só viria a se repetir em 1984. É o projeto da contradição, ao pedir opinião quando considera a informação aquilo que sustenta um jornal. É também o projeto em que o autor representa a voz da empresa, e não mais a voz do jornalista, como aconteceu no PE de 1978. A empresa faz valer sua voz e será ela que definirá, também, os rumos jornalísticos da *Folha*, além de seu rumo empresarial, uma vez que aquele que não estiver de acordo com as novas determinações deve “desistir do cargo, por discordância ou inapetência”.

Segundo o projeto, quem decidir desistir não estará rompendo com ele: “Devem apenas ceder o lugar, exercendo outras funções, isto é, aquelas onde não haja decisões de natureza editorial ou administrativa diretamente envolvidas”.<sup>76</sup> É como se, aparentemente, a *Folha* deixasse nas mãos do funcionário a decisão sobre o seu destino; porém, a desistência implica a submissão às decisões da direção, uma vez que o desistente terá que abandonar cargos de decisão, edi-

---

74 Idem.

75 Idem.

76 Idem.

toriais ou administrativos, e submeter-se às forças centralizadoras da empresa – forças centrípetas.

## **PE 1982 – Apartidarismo profissional**

O terceiro documento desse processo vivido pela *Folha* foi denominado “A *Folha* em busca do apartidarismo, reflexo do profissionalismo”. Conforme já se mencionou aqui, esse texto, assim como aquele datado de 1978, não se encontra no rol de PE que o jornal disponibiliza em sua página na internet. Uma cópia desse documento consta da tese de doutorado de Silva<sup>77</sup> e está reproduzida na seção **Anexos**, ao final deste livro, já que sua difusão é escassa.

Já na disposição dos PE constantes dos anexos da tese de Silva, é possível notar que esse documento se diferencia dos demais PE lá dispostos (1981, 1984, 1985 e 1986) pela forma de apresentação visual. Em vez do papel branco comum em que foram datilografados – e não digitados, provavelmente em virtude de a disseminação dos computadores nos jornais estar apenas começando –, esse PE está na lauda padrão<sup>78</sup> da empresa na época.

Também diferentemente dos PE constantes do livro de Silva, o de 1982 traz informações adicionais: além do título do documento, da informação “documento interno”, da identificação de autoria como Conselho Editorial e da data, dados que precedem o texto do projeto, o de 1982 é acrescido, entre parênteses, da informação “texto para discussão”, o que faz crer que talvez a cópia que Silva inseriu no anexo de sua tese não fosse a versão final do documento ou que não se tenha chegado a uma versão definitiva dele. A cópia

77 SILVA, 1987.

78 **Lauda** era a folha de papel que os jornalistas utilizavam antes da introdução dos computadores nas redações. Sua utilidade era facilitar o cálculo do número de toques do texto para a diagramação manual, ou seja, para a disposição do texto na página no jornal, trabalho que atualmente é todo computadorizado e denominado *editoração eletrônica*. A lauda tinha uma medida padrão e comum a todos os veículos de comunicação impressos: 20 linhas de 70 toques cada uma.

do PE de 1982 divulgada por Silva traz, no final, o local e a data – SP 26/3/82 –, especificando, provavelmente, onde e quando o documento foi escrito; essas informações são seguidas da palavra inglesa *off*, que, no jargão de jornalistas de veículos impressos, significa “informação que não deve ser divulgada ou aquela em que a fonte da informação deve ser omitida”. Outra razão que leva a crer que a versão do PE de 1982 divulgada por Silva não é definitiva são os erros de digitação do documento, corrigidos à mão.

Em mais um aspecto, dessa vez referente à característica de escolha lexical dos PE da *Folha*, esse documento se diferencia dos demais no que se refere tanto à utilização de termos pouco usuais no registro coloquial, como **cioso**, **anódino**, **aprioristicamente**, **idiossincrasias**, como na de estrangeirismos sem o esclarecimento de seus significados, como é o caso de *wishfull thinking* e de *parti pris*.<sup>79</sup>

No que se refere ao conteúdo, a *Folha*, de certa forma, mantém uma relação de continuidade com o PE anterior, explicitando melhor sua proposta de independência e introduzindo o termo **apartidarismo**, que terá ênfase neste e no PE subsequente. Vale lembrar que, em 1982, foram realizadas eleições nos estados brasileiros, quando São Paulo elegeu Franco Montoro, do PMDB, para governador.

Logo no primeiro parágrafo, o jornal expõe esse objetivo: “Temos procurado definir o conceito de independência da *Folha* de maneira cada vez mais precisa, entendendo-a como desvinculação com qualquer tipo de grupo de interesses, seja de natureza política ou econômica”.<sup>80</sup>

Ao defender que seus jornalistas assumissem uma postura apartidária, a *Folha* relacionou essa postura com profissionalismo já no título do PE: “A *Folha* em busca do apartidarismo, reflexo do profissionalismo”. Ora, independência, apartidarismo, assim como outros princípios defendidos pelos PE, são – e provavelmente sempre serão – bandeiras do bom jornalismo. O que faz crer num diálogo constante com o público, com seus jornalistas e com a sociedade

79 Ver PE 82, na seção **Anexos**, ao final deste livro.

80 Idem.

é a oportunidade em que a *Folha* defende a adoção desses princípios em seus projetos.

Em 1982, o Brasil vivia sob o regime do general João Baptista Figueiredo e ainda não tinha conquistado o direito de eleger seu presidente da República. Ao mesmo tempo, a oposição ao regime dos militares ganhava força em vários estados. São Paulo, por exemplo, onde se localiza a *Folha*, além de eleger um governador de oposição, teria naquele processo eleitoral uma novidade: um candidato representante do movimento sindical que incendiava a categoria dos metalúrgicos: Luís Inácio da Silva, o Lula, do mesmo partido e da mesma central sindical do Sindicato dos Jornalistas Profissionais do *Estado de S. Paulo*, um dos responsáveis, em 1979, pela greve de jornalistas da *Folha de S. Paulo*.

Provavelmente em função desse contexto político, o PE de 1982 tem como características a defesa do apartidarismo – “reflexo do profissionalismo”, como diz seu título – e a prescrição, em meta-de de seu texto, de como devem ser suas matérias não assinadas, matérias assinadas com iniciais, reportagens assinadas e artigos assinados. Vale lembrar que o PE indica que “profissionalismo é sinônimo de desengajamento”<sup>81</sup> e que, “em um ano de eleições, é natural que o profissionalismo signifique, sobretudo, a luta contra o partidarismo”.<sup>82</sup> Não seria demais entender que qualquer engajamento, nesse momento, seria o mesmo que qualificar o jornalista como mau profissional.

Nessa direção, o projeto afirma a seus jornalistas, em especial àqueles que mantêm artigos assinados, que o “apartidarismo é um imperativo”<sup>83</sup> e lembra o pressuposto de que a legitimidade de tratar livremente de assuntos, em artigo assinado, é dada pelo jornal “por força do próprio convite para escrever regularmente”.<sup>84</sup> Com essas orientações, supõe-se que a *Folha* temia uma adesão partidária-

---

81 Idem.

82 Idem.

83 Idem.

84 Idem.

ria – possivelmente ao PT – de seus jornalistas, já que o Sindicato da categoria no Estado de São Paulo era afiliado ao partido e muitos jornalistas nutriam simpatia por ele.

É interessante notar o quanto os PE da *Folha*, em especial o de 1982, lutam em seus enunciados para convencer seu interlocutor (no caso, o jornalista) a não se manifestar politicamente no exercício de sua atividade, como nos exemplos anteriores. Quando relaciona apartidarismo com bom jornalismo, o Conselho Editorial evoca um atributo caro ao profissional de imprensa – a competência – para afastá-lo da política partidária. E os PE, que deveriam ser documentos de abrangência mais ampla sobre o papel do jornal e da imprensa, limitam-se a ordenar a forma de agir de cada uma das escalas hierárquicas dos jornalistas da *Folha*.

O texto do PE de 1982 leva a crer que nem mesmo os jornalistas mais conceituados – aqueles que assinam colunas e matérias e que, portanto, se supõe terem certa liberdade de manifestação de opinião – contam com a total confiança dos membros do Conselho Editorial. Senão, veja-se: ao tratar dos jornalistas que assinam artigos, “inclusive os das colunas permanentes do jornal”,<sup>85</sup> o projeto reconhece que esses profissionais devem ter “legitimidade para tratar dos assuntos que enfoca (o reconhecimento dessa legitimidade é dado por força do próprio convite para escrever regularmente)”.<sup>86</sup> Mas, ainda reconhecendo esse fato, considera necessário orientar esses mesmos jornalistas, inclusive no PE, argumentando que, no caso deles, o “apartidarismo é um imperativo, a não ser que o jornal decida-se a criar uma coluna destinada especificamente à expressão das teses oficiais de todos os partidos reconhecidos por lei [...]”.<sup>87</sup>

Novamente, assim como no PE anterior, entende-se que a voz de autoria dos projetos não coincide com a voz de autoria dos produtores do jornal, uma vez que as recomendações sobre a ne-

---

85 Idem.

86 Idem.

87 Idem.

cessidade de apartidarismo e de neutralidade – que o próprio documento reconhece não existir, mas que deve ser perseguida – se acentuam nesse projeto, assim como costuma acontecer nos anos eleitorais.

O próprio PE afirma: “O problema é real e já se faz sentir com toda a nitidez. As pressões de fora para dentro do jornal se avolumam e as tensões internas, provocadas pelo drama eleitoral, tornam-se mais agudas”.<sup>88</sup> A palavra **drama** tenta dar conta da dimensão de caos ideológico instalado dentro do jornal num período desses, em que a Direção, que certamente tem suas próprias convicções políticas, tenta impor, por meio do argumento do “apartidarismo, reflexo do profissionalismo”, uma atitude de difícil adoção por seus profissionais, independentemente da discussão da postura da imparcialidade na profissão.

Nesse sentido, Stam faz uma interessante análise das políticas culturais dos meios de comunicação de massa a partir das conceituações bakhtinianas. Ele critica uma reação, a seu ver, típica da uma ala da esquerda, que condena os meios de comunicação como a “voz da hegemonia burguesa” ou “máquina de influenciar” que provoca pouca resistência”. Tratando, nesse caso, da televisão, diz:

É claro que a heteroglossia da televisão, de certas maneiras, é severamente comprometida, truncada; muitas vozes sociais jamais são ouvidas ou são severamente distorcidas. Mas como matriz na qual os discursos centrípetos/dominantes e centrífugos/opositores se confrontam, a mídia de massa talvez nunca reduza completamente o diálogo antagônico das vozes das classes [...]. Existem padrões de supremacia e claras tendências ideológicas, mas a dominação nunca é completa, pois a televisão não se constitui apenas dos seus próprios donos e gerentes executivos; ela também é constituída pelos participantes criativos, funcionários e audiência, que podem resistir, pressionar e decodificar.

Numa abordagem bakhtiniana, não existe nenhum texto unitário, nenhum produtor unitário e nenhum espectador unitário;

---

88 Idem.



em vez disso, existe uma heteroglossia conflituosa que permeia o produtor, o texto, o contexto e o leitor/observador.<sup>89</sup>

O que Stam observa na televisão pode também ser apropriado para o jornal, uma vez que, nesse sentido da prevalência dos discursos, a mesma situação se impõe, ainda que, numa circunstância em que se configure um impasse, uma cisão ou um “drama” – como o do momento das eleições –, a palavra final seja sempre a dos detentores do poder.

A cisão que o projeto demonstra existir entre os jornalistas na questão dos partidos políticos, ou entre esses profissionais e a direção do jornal, só seria superada dois anos depois, quando uma causa maior uniria novamente jornalistas e Direção em torno de um objetivo comum, ideológico, enquanto a crise nas relações de trabalho se aprofundaria.

### **PE 1984 – União pelas Diretas-já**

Talvez o PE 1984 – “A *Folha* depois da campanha Diretas-já” – tenha sido escrito, como se verá a seguir, num dos melhores momentos da *Folha* em sua trajetória: logo após a votação da emenda Dante de Oliveira pelo Congresso Nacional. Nesse ano, a *Folha* experimentou a oportunidade de angariar para si os frutos de uma decisão que mudou sua história: a de ter aderido, em primeira mão, ao movimento pelas Diretas, com consequências tão positivas que viriam a legitimar profundas mudanças na estrutura do jornal. Veículos de comunicação que relutaram em apoiar o movimento, como a Rede Globo, sofrem até hoje pelas marcas deixadas por um momento histórico raro no Brasil, caracterizado pela extrema força da opinião popular. O PE 84 traduz a euforia do momento e da

---

89 STAM, R. Bakhtin e a crítica midiática. In: RIBEIRO, A. P. R.; SACRAMENTO, I. (Org.). *Mikhail Bakhtin: linguagem, cultural e mídia*. São Carlos: Pedro & João Editores, 2010, p.333.

identificação da *Folha* com os anseios da população em eleger seu presidente, tanto que toma para si características de um governo eleito pelo povo.

Temos um mandato expresso de 300 mil compradores de jornal, renovado a cada dia nas bancas e na não suspensão de assinaturas, para levar esse Projeto adiante. É em nome dos quase 900 mil leitores reais, que estão por trás daqueles 300 mil, que fazemos a *Folha*. É o mandato conferido implicitamente por eles, e que eles podem cassar a qualquer dia que legitima as nossas decisões.<sup>90</sup>

Note-se que, ao adotar – e na terceira pessoa do plural – léxico típico da esfera político partidária (**mandato, conferido, cassar, legitima**), a *Folha* usa exatamente o mesmo procedimento que no primeiro PE (o de 1978), provavelmente de autoria de Cláudio Abramo, também utilizou. O recurso foi criticado por Silva, justamente por seu caráter político: “Poderia ser um programa de ação para um partido político, uma plataforma de ação para um candidato a cargo público”,<sup>91</sup> comentário do jornalista a respeito do PE. Agora, Silva não nota componente político, e diz, comparando ambos os projetos: “[...] a forma final do projeto [de 1984] seria jornalística e não política, como se delinear a em 1978”.<sup>92</sup>

A animação que contaminava o Conselho Editorial, autor do PE, chegava até a redação e às ruas do país. O fato de a *Folha* ter antecipado esse sentimento de união nacional em torno de uma causa, e de tê-lo assumido como bandeira em suas páginas, mostra uma peculiar característica do jornal em identificar anseios do seu interlocutor, em assemelhar-se a ele e em responder prontamente, de forma que autor e interlocutor se confundam. Para isso, há recursos

90 Ver PE 84, na seção **Anexos**, ao final deste livro.

91 SILVA, 2005, p.99.

92 Idem, p.108.

científicos correntes de avaliação e pesquisa, utilizados pelo jornal para identificar características, opiniões, desejos, enfim, o perfil do seu leitor, artifícios cada vez mais precisos e elaborados.

Mas talvez tenha sido em 1984, mais do que em qualquer outro momento da história, que a *Folha* experimentou a plena dimensão dialógica de que fala Bakhtin. O “outro” é de tal importância na elaboração do discurso que praticamente o define. Sem desconsiderar a real opinião do Conselho Editorial da *Folha* na problemática das eleições diretas para a presidência da República brasileira naquele período, o que seria do jornal sem a adesão de seu leitorado?

De outro lado, não foi apenas respondendo aos anseios políticos de seus leitores que o jornal alcançou o prestígio de que desfrutava no período e de que ainda desfruta, mas, principalmente, o fato de ser um jornal de opinião, independente de governos, patrocinadores e outras forças de pressão. Em 1984, a *Folha* contaria com a vantagem de ter tido opinião a respeito das eleições diretas desde muito cedo – pelo menos em relação aos outros grandes veículos de imprensa – e de essa opinião ter sido, se não plenamente unânime, pelo menos bastante representativa da grande maioria de seus leitores. O próprio projeto citaria essa qualidade da *Folha*, que o jornal chama sensibilidade “aos movimentos da opinião pública”.<sup>93</sup> O mesmo não viria a acontecer no momento subsequente da política brasileira, quando parte do segmento de leitores identificado com o jornal se dividiu entre o apoio e o não apoio à candidatura indireta de Tancredo Neves à presidência. Novamente, a *Folha* manteve sua postura crítica, mesmo contrariando parte de seus leitores. “Não somos jornalistas para elogiar, mas para criticar”, dizia o PE 84.<sup>94</sup>

O projeto defende as opções por um jornalismo crítico (“não basta relatar os fatos, é preciso expô-los à crítica”), pluralista (“vamos deixar que as dissonâncias corram soltas”), apartidário

93 SILVA, 2005, p.108.

94 Ver PE 84, na seção **Anexos**, ao final deste livro.

(“uma opção partidária significaria, hoje, reduzir nosso impacto sobre a opinião pública e autocondenarmo-nos ao isolamento”) e moderno (“jornalismo moderno na medida em que se propõe a introduzir, na discussão pública, temas que até então não tinham ingresso nela”).<sup>95</sup>

Ao mesmo tempo que esse clima de adesão política ia produzindo efeitos no crescimento de vendas do jornal e o processo de implantação de mudanças internas ia se intensificando, a resistência interna às alterações também aumentavam. Nesse ano, a *Folha* lançou seu primeiro *Manual de Redação* e implantou um sistema de avaliações internas a que o jornalista não estava habituado.

O PE de 1984, de certa forma, reflete essa realidade, reafirma a necessidade de o jornal combater com mais vigor os erros enfrentados com a implantação do *Manual de Redação* e cita problemas estruturais e de adequação ao *Projeto Folha*, mas continua manifestando confiança nas decisões implantadas naquele ano, que viriam a modificar o jornalismo brasileiro:

A *Folha* é o meio de comunicação menos conservador de toda a grande imprensa brasileira. É o que mais tem-se desenvolvido estes anos. É o mais sensível aos movimentos da opinião pública e é também o mais ágil. Politicamente é o mais arrojado. É, com certeza, o que encontra maior repercussão entre os jovens. Foi o que primeiro compreendeu as possibilidades da abertura política e o que mais se beneficiou com ela, beneficiando a democratização. É o jornal por que a maioria dos intelectuais optou. É o mais discutido nas escolas de comunicação e nos debates sobre a imprensa brasileira. Está no rumo certo, graças à lucidez e à competência dos que dirigem a empresa e graças ao trabalho jornalístico que conseguimos desenvolver até aqui.<sup>96</sup>

95 Idem.

96 Idem.

Apesar de todos os projetos, frequentemente, elencarem as qualidades do jornal, foi no de 1984 que, provavelmente motivada pelos resultados da venda de assinaturas, a *Folha* começou a apresentar uma postura que se refletiria nas páginas do jornal e na opinião geral do público e dos concorrentes, e que pode ser considerado um certo ufanismo ou/e arrogância. Seguem alguns trechos que podem ser atribuídos a esse posicionamento:

[a *Folha*] impôs-se ao país inteiro, como uma das principais forças formadoras de opinião pública.

Antes da campanha, era difícil a *Folha*; depois dela, tornou-se impossível.<sup>97</sup>

Nesse projeto, talvez contaminado pelo clima de efervescência política que dominava o país, a *Folha* utilizou um termo do universo léxico da política sindical para se referir ao seu jornalista, interlocutor dos projetos – **companheiro**:

Os companheiros que ocupam cargos de chefia na Redação e sucursais devem dedicar menor tempo e atenção aos trabalhos da rotina diária, os quais devem ser delegados aos subordinados que possam responder pelas consequências da execução.

ou:

Os companheiros que não exercem cargos de chefia precisam investir constantemente em seu próprio desenvolvimento profissional.<sup>98</sup>

97 Idem.

98 Idem.

O componente afetivo do termo, entretanto, não correspondia ao clima que se vivia na Redação. Naquele ano, como fruto das avaliações recém-implantadas, o jornal demitiu, de uma só vez, 27 jornalistas – cerca de 10% dos profissionais trabalhavam na sede, em São Paulo. Em relatório interno, o jornal dizia que “o histórico de sua avaliação profissional revelava incompatibilidade de várias naturezas em relação às expectativas do conjunto das chefiadas e às demandas de exigência técnica crescente colocadas pelo projeto”.<sup>99</sup>

Essa forma pouco sensível de conduzir seu projeto de reformulação interna ressoa no projeto de 1984. Àqueles que não são chefes, ou que não correspondem ao padrão de qualidade determinado pelo projeto, a *Folha* não demonstra dedicar muita paciência. O documento deixa claro que o profissional ideal não é aquele que se encontra na folha de pagamentos do jornal. O projeto reclama da falta de tempo dos editores para orientar os repórteres e admite que “ainda há um número considerável de jornalistas cuja qualificação profissional não está à altura das exigências colocadas pelo PE da *Folha*”.<sup>100</sup> Como o jornal não tem tempo nem condições materiais para “adestrá-los” e “prepará-los” adequadamente, “terão que ser substituídos”, segundo o PE.

A visão que o jornal tem de seu interlocutor e, principalmente, o grau de desempenho que dele espera são outros dois elementos cuja análise esse documento permite fazer. A começar pelo verbo **adestrar**, realçado anteriormente, e mais adequado para referir-se ao treinamento com animais.

Note-se que, inicialmente, a *Folha* elogia seus jornalistas: “[...] na *Folha* como um todo trabalha um número expressivo de jornalistas talentosos, capazes e dedicados”.<sup>101</sup> Na frase a seguir, entretanto, o jornal narra as falhas de suas edições: serviços noticiosos precários, qualidade flutuante das edições, erros grosseiros de in-

99 SILVA, 2005, p.106.

100 Idem.

101 Idem.

formação e edição, problemas diretamente relacionados ao desempenho dos jornalistas.

Na seção em que propõe atacar os problemas, a *Folha* mostra-se exigente e propõe a seus funcionários inúmeras tarefas:

- uniformizar critérios editoriais e técnicos, o que deveria ser feito com o *Manual de Redação*, lançado naquele ano;
- informar mais e melhor, com textos mais concisos, corretos, objetivos, claros, completos e exatos;
- planejar antecipadamente as edições;
- delegar tarefas a subordinados;
- orientar melhor as equipes;
- agilizar relacionamento entre editorias e reportagem, sucursal e correspondentes;
- punir erros e substituir profissionais;
- hierarquizar assuntos e pautas; etc.<sup>102</sup>

Esse é o PE no qual, provavelmente, a lista de tarefas ou prescrições é maior do que em todos os outros. Para a *Folha*, “quem exige esse zelo é o leitor, ele próprio cada vez mais exigente”.<sup>103</sup> Ao transferir para o leitor esse papel, é como se fosse ele o patrão, e não a empresa, e também fosse o leitor quem cobrasse do funcionário a realização de todas essas tarefas.

## **PE 1985 – O reinado do leitor**

A partir de 1984, o Conselho Editorial decidiu que os PE não teriam mais títulos – seriam denominados apenas PE. Apesar disso, ao ser divulgado na internet, o PE 85 recebeu a denominação “Novos rumos”. Segundo Silva,<sup>104</sup> outras novidades foram adotadas,

---

102 Idem.

103 Idem.

104 SILVA, 2005, p.119.

entre elas a de que todas as pessoas a serem contratadas teriam que ler e manifestar concordância com o PE para poderem ser admitidas e a de que a versão final do PE, escrito pelo Conselho Editorial, passaria pela avaliação final de toda a Redação.<sup>105</sup>

Por ter sido produzido apenas um ano depois do *boom* da campanha pelas eleições diretas, seria natural que o foco temático desse projeto ainda fosse a política, mas uma breve análise dos PE revela uma curiosidade: a ênfase desse projeto recaiu sobre a figura do leitor.

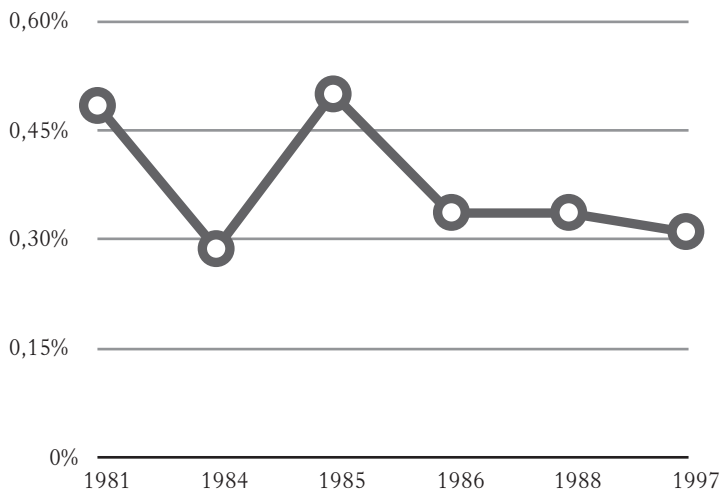
Considerando apenas os documentos oficiais, observa-se maior incidência absoluta do termo **leitor** no universo de palavras dos PE:

- o de 1981 possui 1.852 palavras, sendo nove delas **leitor** (uma vez **público-leitor** e quatro **leitores**);
- o projeto de 1984, com um total de 2.069 palavras, repete seis vezes a palavra **leitor** (duas vezes no plural);
- o projeto de 1985, estudado neste subitem, com 3.197 palavras, repete 16 vezes a palavra **leitor** (uma delas **leitor-cidadão**, uma vez **leitorado** e duas vezes **leitores**);
- o projeto de 1986, de um universo de 1.774 palavras, utiliza seis vezes a palavra **leitor**;
- o de 1988, por sua vez, com 2.946 palavras, usa a palavra **leitor** dez vezes (quatro vezes no plural e uma vez **leitorado**);
- e, por fim, o de 1997, com um universo de 3.195 palavras, repete dez vezes a palavra **leitor**, três delas no plural.

Em termos relativos, comparando-se com o total de palavras dos PE, a incidência da palavra **leitor** poderia ser visualizada desta forma:

105 Ver PE 85, na seção **Anexos**, no final deste livro.





**Figura 4.1** – Gráfico sobre incidência da palavra “leitor” nos PE da *Folha de S. Paulo*.

Como se pode observar no gráfico, do ponto de vista relativo da incidência da palavra, os projetos de 1981 e de 1985 demonstraram maior interesse pelo leitor. A pressuposição é de que esse interesse faça parte de um processo iniciado em 1981, cuja influência não se tenha feito sentir no projeto de 1984, justamente pelo fenômeno do movimento das Diretas. Qualquer que seja a explicação, o ano de 1985 é considerado aquele em que a *Folha* passou a adotar mais explicitamente modelos da imprensa norte-americana, em especial a do jornal *USA Today*, que, por sua vez, teria sido criado com base no *Projeto Ruth Clark*. Para falar sobre isso, é importante retroceder um pouco para procurar entender um processo que não é apenas brasileiro, mas mundial, iniciado muitos anos antes, mas adotado pelos jornais brasileiros – pela *Folha* em especial – somente a partir da década de 1980.

Não se pode tratar das alterações editoriais e gráficas sofridas pela *Folha de S. Paulo* a partir da década de 1970, sem falar das influências que o jornal sofreu da parte do jornalismo norte-americano. Para isso, é necessária uma breve contextualização.

Um importante panorama do jornalismo mundial da época foi resumido por Rey, e sua transcrição será útil para caracterizar o fenômeno que interessa a esta parte do livro:

A década de 1970 marcou de forma decisiva um período de grandes transformações para a imprensa mundial, notadamente na televisão, suscitando um novo formato para os jornais nos anos 1980 e nas décadas subsequentes. O sistema em cores da televisão e o jornalismo-imagem criaram um espetáculo apetitoso aos olhos do público, modificando os hábitos de leitura em relação às gerações anteriores.<sup>106</sup>

Uma nova conjuntura começava a assustar os editores de jornais. Do início ao final da década de 1970, os jornais registravam acentuada queda nos índices de leitura, a ponto de colocar em risco o suporte econômico das empresas e mobilizar um aparato de recursos na busca da recuperação dos leitores.

Rey considera que, se a preocupação era com o declínio no nível de leitura dos jornais, a solução teria nascido quase uma década antes, embora não tivesse causado grande impacto na época, e teria partido da premissa de que deveriam ser promovidas pesquisas de satisfação junto ao público-leitor.

Essa solução teria partido de Ruth Clark, vice-presidente de Mídia da empresa Yankelovich, Skelley & White, que, em 1972, comandou uma pesquisa que se tornou referência nos Estados Unidos e que versava sobre as relações entre jornais e leitores naquele país. A ideia era ouvir o leitor e, a partir de seus desejos, influenciar o trabalho de produção dos jornais, mas a pesquisa não atraiu de imediato a atenção de editores e empresas, o que acabou ocorrendo somente no final da década.

Em 1979, com o trabalho aprimorado, Ruth Clark transformou-o em um projeto que, de acordo com Rey,<sup>107</sup> “virou objeto de desejo de todos os editores e de proprietários de empresas jornalísticas”.

106 REY, L. R. S. Jornal impresso e pós-modernidade: o Projeto Ruth Clark e a espetacularização da notícia. *Estudos em Comunicação*, v.6, p.319-320, 2009.

107 Idem, p.327.

A pregação de Clark era no seguinte sentido: Atendam as nossas necessidades e ajudem-nos a enfrentar os problemas. Não se limitem a nos falar sobre o mundo – ajudem-nos a entendê-lo. Sejam nossos representantes... [...]

No entanto, o estudo estimulou muito mais que uma onda de matérias sobre comportamento. Ele também reforçou outras tendências em formação, introduzindo os boxes de correção de erros, distorções e falhas de informação, os textos complementares, explicando os assuntos enfocados, bem como sumários, notas e índices, a numeração das páginas tipo A-2 e C-3 etc.<sup>108</sup>

Segundo Silva,

No Brasil, esse fenômeno se observa em especial a partir dos anos 1980, e nenhum jornal vai mais fundo nessa linha do que a *Folha de S.Paulo*, que inclusive estabeleceu seu próprio instituto de pesquisa de opinião pública, o DataFolha, que é responsável por dezenas de manchetes do jornal por ano e ainda realiza um estudo de perfil do leitor periódico, que pretende colocar o jornal em permanente contato com o seu leitor.<sup>109</sup>

Como se sabe, o modelo que a *Folha* adotaria muito tempo mais tarde trouxe praticamente todas essas inovações, mas supõe-se que seu exemplo direto tenha sido o jornal *USA Today*:

O receituário deixado pelo Projeto Ruth Clark não apenas foi modelar para a imediata reestruturação de quase todos os jornais norte-americanos e canadenses, como favoreceu o surgimento de produtos altamente revolucionários. O mais ousado deles foi o *USA Today*, de circulação nacional, que, em 1982, exacerbou nas cores e nas medidas das transformações, tornando-se o periódico mais comentado, mais amado, mais copiado em todo o mundo, e

108 Idem, p.327-328.

109 SILVA, C. E. L. *O adiantado da hora: a influência americana sobre o jornalismo brasileiro*. São Paulo: Summus, 1991, p.116.

também alvo de críticas de concorrentes, de pesquisadores e até mesmo de leitores.<sup>110</sup>

Em menos de uma década, o jornal se tornaria o segundo maior dos Estados Unidos, com uma circulação anual paga de 146 milhões de exemplares. Sua filosofia era “*Don’t tell me, show me*” (“Não me conte, me mostre”). Seus maiores diferenciais eram a forte exploração da imagem, com fotos grandes, coloridas e bem produzidas, gráficos, boxes, ilustrações e textos mais informais, muitas vezes com a utilização da terceira pessoa do plural, o que imprimia um tom intimista junto ao leitor. Havia uma intenção clara de competir com a televisão. Com o sucesso alcançado pelo novo modelo, o jornal passou a ser copiado no mundo todo:

No Brasil, o modelo mais próximo foi o adotado em 1985 pela *Folha de S.Paulo*, jornal editado na cidade de São Paulo e de circulação nacional (cuja tiragem média é estimada em 500 mil exemplares/dia), com suas “caixas” nas capas dos cadernos para anunciar o conteúdo das páginas interiores, o aumento do corpo das letras e com a adoção de cores nas fotos e nos recursos gráficos, além da modulação, que re-equacionou o espaço noticioso e reduziu o tamanho das notícias. Infográficos, fotos como informação autônoma, dropes e seção “Erramos” foram heranças dessas transformações. A *Folha* passou por reformas, tendo abandonado a modulação e retornado recentemente ao texto mais adensado.<sup>111</sup>

Além da ênfase nos desejos do leitor e das novidades supostamente copiadas do *USA Today*, o PE de 1985 inovou em relação aos anteriores por tratar-se de um documento mais maduro e detalhado. Nele havia prescrições sobre a atuação do jornal no contexto social, mas sobretudo sobre sua organização em editoriais. Havia também orientações específicas para cada uma delas: “Política”,

---

110 REY, 2009, p.328.

111 Idem, p.14.

“Economia”, “Exterior”, “Geral”, “Educação e Ciência”, “Esporte”, “Folhinha” e “Folhetim”.

Logo no início do texto, chamavam a atenção novos conceitos em relação aos PE anteriores. O jornal queria criar uma “imagem pública” “ostensivamente diferenciada” e pretendia tornar-se um produto de mercado “indispensável”. A ênfase dada à **opinião**, registrada no último PE, aparentemente se diluía com a modalização provocada por um **principalmente**, que precedia a palavra **informação**, mas o jornal continuava a acentuar a necessidade da crítica, até para preservar valores como o apartidarismo, que voltou à tona nesse projeto: “Crítica contra tudo e contra todos, porque a *Folha* é e precisa ser radicalmente apartidária”.<sup>112</sup>

A *Folha*, então, incorporou essas inovações e reforçou sua opção pelo leitor até ao falar da necessidade de ser apartidária: “O jornal precisa ser apartidário porque a base de leitores é pluripartidária”.<sup>113</sup>

O jornal manteve a defesa dos valores expressos anteriormente, propôs ampliar o espaço de prestação de serviços e aumentar o grau de didatismo do material publicado, todos caminhos para atingir a meta de ser um jornal “indispensável” ou um “produto de primeira necessidade”. Também nesse caso – como, aliás, em todas as propostas feitas ao longo dos anos – o que a *Folha* julgava ser e aquilo que ela propunha para si traduzia o que o veículo pensava de seu leitor. Senão, vejamos: Por que a necessidade de didatismo, se a imagem que ela fazia de seu leitor era a de uma pessoa atualizada, culta, preparada para fazer conexões dos fatos sobre os quais leu na semana ou no ano anterior, ou aqueles que conhecia por meio de sua experiência ou cultura histórica? O mais provável é que o jornal imaginasse que grande parte dos leitores precisasse desse recurso “didático” para compreender melhor notícias, editoriais e outros textos.

“A apreensão pelo leitor deve ser fácil, clara e rápida”, afirma o projeto. É provável que ela veja seu leitor como uma pessoa sem

112 Ver PE 85, na seção **Anexos**, no final deste livro.

113 Idem.

tempo para ler atentamente, ou que não goste de textos mais complexos, por isso sugere: “... tudo o que puder ser dito sob a forma de quadro, mapa, gráfico ou tabela não deve ser dito sob a forma de textos”.<sup>114</sup>

Em síntese, o que o jornal propõe é aquilo que, em escala mundial, vinha sendo o reflexo da implantação do Projeto Ruth Clark no jornalismo: dar ao leitor aquilo que se imagina – ou o que as pesquisas demonstraram – que ele queira.

Politicamente, dessa vez, a *Folha* não se identificou como liberal-progressista, mas como radical-liberal, e propôs “reformas estruturais praticáveis e concretas, capazes de contribuir para uma sociedade menos injusta, mais organizada e desenvolvida”. O jornal também dispôs-se a “fiscalizar o exercício da política” e orientou que os fatos fossem tratados “com uma mentalidade prática e crítica à qual não deve faltar uma certa irreverência, desde que elegante”.<sup>115</sup>

### **PE 1986-1987 – A informação exclusiva**

Confirmando o acerto de suas estratégias até então, a *Folha* ampliou em 39,5% sua circulação paga no período de 1984 a 1986, atingindo a marca de jornal brasileiro com a maior circulação no período, posição que manteve até 2010.

O Conselho Editorial abriu o PE de 1986 noticiando precisamente esses índices e relativizando a participação da Redação nesse crescimento: “A Redação contribui para o êxito, mas não é a única responsável por ele. Esse sucesso é resultado de um esforço conjunto de toda a **empresa** que edita o jornal”.<sup>116</sup> Note-se, aqui, o emprego da palavra **empresa**.

---

114 Idem.

115 Idem.

116 Idem (*grifo nosso*).

O discurso é feito de escolhas, sendo que escolher é também o ato de prescindir de determinada opção, no caso, da opção lexical. Em vez de **empresa**, poderiam ter sido utilizados, por exemplo, os termos **equipe**, **estrutura** ou outro, e cada um deles manifestaria determinado componente valorativo. O termo **empresa** valoriza o aspecto comercial do jornal, além de valorizar mais a equipe de direção do que a equipe de criação formada pelos jornalistas. Não podemos esquecer que o PE configura a empresa, ou seja, aquilo que ela considera valores empresariais importantes. Mas não é apenas o sentido adquirido historicamente que explica a utilização lexical adotada no documento. Ao observarmos, na perspectiva dialógica que insere cada documento, cada enunciado como réplica de um grande diálogo, ao observarmos todos os PE em perspectiva histórica e contextual, podemos identificar o embate empresa × jornalistas que a *Folha de S. Paulo* vem travando desde o seu primeiro texto (o de 1978) – possivelmente antes e, com certeza, depois. Trata-se de um embate multifacetado, que vai desde a tentativa do veículo de inserir seus profissionais numa realidade mais globalizada e tecnológica até a de exigir uma postura política coadunada com os ideais da empresa, ou até mesmo no que se refere à falta de reconhecimento da participação de alguns jornalistas no desenvolvimento da empresa, como parece ter acontecido ao não se deixar clara, por exemplo, a autoria de Abramo na confecção do primeiro PE da *Folha*.

O PE de 1986, denominado “A *Folha* em busca da excelência”, almejava esse novo patamar de qualidade por meio, principalmente, da “informação exclusiva”. “Mas informação exclusiva não vale quase nada, se não for comprovada e exata. Perde muito da sua força quando mal escrita ou mal editada”,<sup>117</sup> diz o PE. O documento sugere o cumprimento do *Manual de Redação*, mas ressalva que isso não basta “para fazer bom jornalismo”.

---

117 Idem.

Para alguns pesquisadores, entre eles Cavalcanti,<sup>118</sup> que, ao estudar a questão “identidade” do jornalista em vários momentos da história do país, acaba referindo-se a essa etapa da *Folha*, o projeto de 1986 marcou um recuo do jornal em relação aos PE anteriores. Note-se que Cavalcanti estuda o desenvolvimento da identidade do jornalista através dos séculos e depara com a *Folha* ao tratar do fim da imagem romântica desse profissional para a entrada de um jornalista técnico, de resultados, como viria a propor o jornal paulistano no período do *Projeto Folha*. Em seu estudo, Cavalcanti nota que a *Folha* lutou para destruir a visão romântica do jornalista, aquele boêmio que farejava a notícia e buscava a verdade a todo custo. Em seu lugar, o jornal paulistano desejava implantar um jornalismo empresarial, quantitativo. A autora vê, portanto, um recuo no projeto de 1986 em relação ao movimento iniciado anteriormente:

A história do *Projeto Folha*, que pode ser vista como a implantação do modelo [norte-]americano de jornalismo no jornal *FSP*, aponta para essas contradições. Nos primeiros documentos, exige-se do profissional a adoção irrestrita de preceitos como a técnica, a organização, a precisão, a neutralidade. [...]

A essas exigências, que apontam para um jornalista “racional” e eficiente, vêm somar-se outras, em documentos posteriores, que pouco lembram o perfil apontado anteriormente [o do jornalista romântico]. Ao insistir que o jornalista obtenha informações exclusivas (exigência presente no documento de 1987), o chamado “furo jornalístico”, recupera-se a imagem do combativo, o que denuncia injustiças, o “gênio” que trabalha sozinho, que sai em busca da grande reportagem.<sup>119</sup>

Grande parte do PE de 1986 é utilizada para discorrer sobre os avanços obtidos pelo jornal nos últimos anos, em especial os rela-

118 CAVALCANTI, J. R. *No “mundo dos jornalistas”: interdiscursividade, identidade, ethos e gêneros*. Tese (doutorado). Campinas, SP: Unicamp, 2006.

119 Idem, p.88.



cionados a aspectos administrativos – como os salários –, que passaram a ser competitivos para os jornalistas, segundo o projeto; a diminuição da rotatividade de profissionais; a consolidação da Avaliação de Desempenho Profissional; e a adoção do Plano de Metas Trimestrais. São conquistas sempre relacionadas àquele jornalismo quantitativo que, conforme Cavalcanti, a *Folha* perseguia nos primeiros PE para substituir o jornalismo romântico. Provavelmente, a autora analisou trechos como o apresentado a seguir, extraído da cópia do PE disponível na tese de Silva:

É importante, agora, evitar que esse desenvolvimento obtido no aspecto organizacional da Redação se traduza em uma tendência para burocratizar o trabalho jornalístico. Não se cogita de abandonar o percurso já realizado, nem de transigir com os objetivos de organizar mais e melhor as condições a partir das quais é produzido o material jornalístico. Não se deve, tampouco, menosprezar a importância vital da racionalidade e do planejamento do jornalismo de hoje.<sup>120</sup>

É importante ressaltar que, mesmo reforçando os aspectos de racionalidade, planejamento e organização, o PE acentua a preocupação com que esse processo resulte na burocratização do trabalho jornalístico e no “apagamento” do jornalista cujas características – mais combativo, mais intuitivo – a *Folha* rejeitou inicialmente, a partir da introdução desse PE. A conclusão de Cavalcanti sobre o PE 1986-1987 é a seguinte:

Em outras palavras: do excesso de regras e métodos emergiu um jornalista apático, um “jornalista de proveta”, uma imagem (e também textos) que é preciso evitar. Para isso, o documento conclama editores e ocupantes de cargos de confiança a fazerem uma “revolução cultural”, a redigirem habitualmente, a fim de

---

120 SILVA, 1987, p.296. Esse excerto não coincide com os PE divulgados no site da *Folha*. Nos documentos, fala-se em “tendência para buscar o trabalho jornalístico”, e não em “burocratizar”.

formar os outros jornalistas a sua imagem e semelhança, leia-se “gênios singulares como eles”.<sup>121</sup>

Realmente, apesar dos avanços apregoados, o PE continua demonstrando insatisfação com o trabalho desenvolvido pela Redação:

A quantidade de furos tomados, erros de informação e falhas de aproveitamento de notícias deve ser motivo de grave preocupação para todos os jornalistas da *Folha*. Não podemos nos satisfazer com o nível de qualidade média alcançada até aqui, que é muito baixo.<sup>122</sup>

Nesse, que é o mais curto dos PE da *Folha* – provavelmente porque, entre os textos oficiais, foi o único a ser feito pelo terceiro ano consecutivo, depois do de 1984 e o de 1985 –, o jornal mantém a ênfase no leitor, acentuando-a. Conforme mostrado no gráfico da página 164, nesse PE a incidência da palavra **leitor** é semelhante, em valores relativos, a do PE de 1981.

O PE de 1986 identifica os componentes e características daquilo que considera um jornal ideal e orienta seus produtores a seguirem os passos necessários para atingir uma meta baseada nos critérios ali formulados. São elencados aspectos como “informação crítica e concisa”, “a arte da boa edição” e “metas para um estilo marcante”.<sup>123</sup> Coincidência ou não, a orientação de que a *Folha* buscasse informação exclusiva parece ter dado frutos: no ano seguinte, em 13 de maio de 1987, o jornal publicava um furo de reportagem que marcaria a história do jornalismo brasileiro. O jornalista Jânio de Freitas assinou matéria denunciando uma fraude na concorrência pública para a construção da ferrovia Maranhão-Brasília, que

121 CAVALCANTI, 2006, p.89.

122 Ver PE 86-87, na seção **Anexos**, no final deste livro.

123 Idem.

ficou conhecida como Ferrovia Norte-Sul. As provas da fraude ficaram estabelecidas cinco dias antes da divulgação da matéria, com a publicação, em código, das firmas que seriam contratadas. A relação das 18 vencedoras saiu num espaço que se confundia com o dos classificados do jornal, antes mesmo de esses candidatos serem oficialmente conhecidos pelo governo.

O PE de 1986 também orienta os jornalistas quanto à expectativa do jornal em relação à maneira de lidar com temas políticos e econômicos, que dominarão o próximo período, entre eles a reforma tributária e a elaboração da Constituinte: “A *Folha* deve revelar ao seu leitor, sem receios, os interesses corporativistas que serão mascarados em propostas com retórica de defesa da sociedade como um todo”.<sup>124</sup> Apesar disso, nesse PE não há um enfoque acentuadamente político.

O foco está mesmo na defesa da informação exclusiva e na constatação de que as bases e as prescrições lançadas nos PE anteriores começavam a se consolidar e a fazer parte da rotina do jornal. Dessa maneira, o PE é concluído com a seguinte reflexão: “Até agora tratou-se principalmente de lançar as bases de um jornalismo que se destaque como o melhor do país. Agora, trata-se de fazê-lo”.<sup>125</sup>

## **PE 1988 – O avanço da concorrência**

O PE de 1988, denominado “A hora das reformas”, marcou o momento em que a *Folha* percebeu que as qualidades que a transformaram no maior jornal do país poderiam, se excedidas, causar novos problemas. Esse reconhecimento, conforme apontou Cavalcanti,<sup>126</sup> já vinha se delineando no projeto anterior. O PE de 1988 apontava para o risco de as virtudes do jornal – “agilidade, ausência de ranço ideológico, prestação de serviços, pluralismo,

---

124 Idem.

125 Idem.

126 CAVALCANTI, 2006.

espírito de controvérsia, imaginação e irreverência” – se radicalizarem a ponto de se transformarem em defeitos. Falando sobre um passado recente em relação ao documento, diz o PE: “A *Folha* tinha que lutar apenas contra si mesma: contra o risco de exagerar o que tinha de bom (transformando-o em arbitrariedade, invencionice, gosto de chocar) e contra o risco de naufragar no que tinha de ruim”.<sup>127</sup>

Nesse caso, o enunciado é uma resposta – mais do que isso, uma ratificação – a um discurso recorrente a respeito do jornal à época, um discurso crítico principalmente por parte dos próprios jornalistas: o de que a *Folha* estaria exagerando na tentativa de introduzir um tipo de jornalismo excessivamente técnico, didático, quantitativo, empresarial, racional, sem personalidade, importado dos padrões norte-americanos. De outro lado, o mesmo projeto combate o que pode ser considerado um procedimento oposto a esse de um jornalismo mais “técnico”. Diz o PE de 1988:

É preciso cultivar o sentimento de que apesar de todos os avanços ainda há o que fazer; de que apesar de todos os esforços e de todas as lutas – contra o jornalismo chapa-branca, contra o corporativismo profissional, contra a ignorância, contra o populismo, todas as concepções românticas e provincianas da imprensa – o trabalho mal começou.<sup>128</sup>

Talvez o motivo desse recuo seja, mais uma vez, puramente empresarial. Afinal, é a “voz do empresário” que, nesse PE, mostra um início de preocupação do jornal com a concorrência, expressa desta maneira:

127 Ver PE 88, na seção **Anexos**, no final deste livro.

128 Idem.

Atualmente, as transformações no restante da imprensa diária e a concorrência permanente da televisão impõem um tipo de preocupação que não mais decorre, simplesmente, da necessidade de fazer um bom jornal – ideia que vai sendo absorvida pelos concorrentes –, mas de corresponder, de fato, ao lugar de liderança obtido pela *Folha* até agora.<sup>129</sup>

Também são citadas ali emissoras que, “condenadas à marginalidade”, deram a volta por cima e jornais que adotaram estratégias de marketing definidas como “uma característica feroz de guerra total”.<sup>130</sup> Aparentemente, o *O Estado de S. Paulo*, principal concorrente da *Folha* no estado paulista, é alvo de sua preocupação, pois, embora não o cite expressamente, o jornal se refere a ele desta forma: “[...] os jornais que se contentaram com a sua aura de tradição e elegância se veem subitamente ameaçados de extinção”.<sup>131</sup>

O que a *Folha* diz, em suma, é que, apesar de ser hostilizada por seus métodos revolucionários de jornalismo, foi copiada pelos mesmos que a hostilizaram. Entretanto, o PE deixa claro que, aparentemente, as estratégias adotadas pelos concorrentes – ainda que tenham sido fruto de uma imitação ao seu modelo – deram bons resultados.

Em resposta a isso, o jornal novamente propõe mudanças. Aliás, o que se mostra inalterado no conteúdo temático dos PE da *Folha*, do primeiro ao último, é a disposição incansável por mudanças. O que o PE parece querer dizer é que são necessárias alterações, correção de rumos, a busca da excelência – não mais apenas para que se produza um grande jornal, mas para que a *Folha* obtenha o sucesso empresarial desejado. Novamente, é colocada a necessidade de um excelente produto jornalístico como estratégia empresarial:

---

129 Idem.

130 Idem.

131 Idem.

A necessidade de investir no pluralismo, na preocupação com ser um jornal ágil e moderno, de fornecer informações precisas e confiáveis ao leitor foi-se tornando evidente e se disseminando na imprensa brasileira. É sinal do sucesso do PE da *Folha*. Mas não é mais garantia do sucesso para a *Folha* enquanto produto.<sup>132</sup>

O PE de 1988 descreve, portanto, o que deve ser mudado, aperfeiçoado, levado até “as últimas consequências” para vencer o avanço da concorrência. São elencadas propostas editoriais, recursos de arte, estratégias de fotojornalismo, qualificação profissional, necessidade de planejamento prévio, revisão de estratégias (é proposta, por exemplo, nas várias editorias, uma discussão sobre a “segmentação ou riqueza de detalhes”) e uma reforma gráfica é posta em curso naquele mesmo período.<sup>133</sup>

Os motivos da aura de arrogância de que o jornal foi acusado naquele período encontra um pouco de explicação no PE de 1988. A *Folha* coloca-se como exemplo, como pioneira, é a única a fazer jornalismo diferenciado no país:

Depois de um longo período de marasmo, onde a *Folha* parecia ser, no conjunto da mídia, o único local onde havia vida e movimento [...].

Os pressupostos e os métodos do Projeto Editorial que vêm se desenvolvendo aqui são reconhecidos por quem antes se mostrava incrédulo; copiados por quem até há pouco nos hostilizava. Adotados na prática por quem ainda insiste em fazer profissão de fé contrária a nós. O *Projeto da Folha* se tornou, em poucos anos, patrimônio coletivo do jornalismo brasileiro [...].

132 Idem.

133 Idem.

Segmentamos o jornal em cadernos e suplementos, de modo a atrair psicologicamente a leitura e atrair novas frações do leitorado. Foi uma decisão correta, que também não tardará a ser imitada [...].<sup>134</sup>

Essa característica de ser um jornal exemplar, único no país, é apenas uma das facetas que a *Folha* explora para criar uma mitificação em torno de si mesma, segundo Cavalcanti. Além dessa, existem outras, como a autonomia e a combatividade.

A FSP, por exemplo, mesmo dizendo assumir-se como uma grande empresa, um negócio, traz em sua primeira página, abaixo do nome do jornal, seu *slogan* principal, *Um jornal a serviço do país*, que aponta para sentidos próximos aos do jornalismo combativo, o período “áureo” relatado nas narrativas sobre a prática.<sup>135</sup>

A reiteração dessas qualidades ficariam expressas nas páginas do jornal e na “história oficial” contada sobre ele, ainda que sob essa história pesem vozes dissonantes e contradições internas. Em sua tese, Cavalcanti cita como exemplo o fato de Lins da Silva ter “se esquecido” de atribuir a Cláudio Abramo a autoria da reformulação das páginas 2 e 3 da *Folha* em *Mil dias: os bastidores da revolução em um grande jornal*, ao qual este livro já se referiu. Como exemplo de contradições internas, a autora cita o episódio das Diretas, por muitos considerado uma estratégia de marketing, um estímulo à participação da esquerda na década de 1970, como iniciativas democráticas, e o episódio autoritário que se seguiu com a implantação do *Projeto Folha*, “uma reforma repressiva e autoritária”.<sup>136</sup>

134 Idem.

135 CAVALCANTI, 2006, p.127-128.

136 CAVALCANTI, 2006, p.129.

Sem dúvida, a história da *Folha* mostra essa dissonância e essas contradições também nas sucessivas e diferenciadas direções empresariais; nas conturbadas relações internas entre patrões e empregados; na visão do leitor, como veremos adiante, em especial no PE de 1997; no ideal de jornalismo que defende e que se transforma no decorrer do tempo.

Por fim, é interessante constatar um aspecto na configuração formal desse PE, que destoa de seus antecessores e também de seu sucessor: a ausência de parágrafos num volume muito grande de texto. De um total de 2.944 palavras que compõem o PE, um bloco de 1.440 não é segmentado por um único parágrafo sequer.

Esse formato contraria uma das características assentadas, neste livro, como uma das particularidades do gênero **projeto editorial**, uma vez que pode ser notada em todos os PE da *Folha* e também no da *Superinteressante*: a similaridade daqueles textos com os que pertencem ao gênero jornalístico padrão, ou seja, a **notícia**, que, entre outras características, reclama objetividade, frases curtas, léxico simples, segmentação por parágrafos. Essas são algumas das marcas do estilo **notícia**, presentes também nos textos do PE, exceto no PE de 1988, pela ausência de paragrafação.

É difícil atribuir um sentido a essa característica do documento, a não ser, talvez, que seu conteúdo temático específico concentre-se num turbilhão de perguntas/respostas/prescrições/crítica à concorrência/elogios a si mesma, que pouco espaço dá à reflexão e, tampouco, à respiração do leitor.

O foco temático desse bloco de texto é a preocupação com a concorrência e os novos desafios que a disputa pelo mercado impõe à *Folha*, para que o veículo possa continuar ocupando o primeiro lugar em circulação nacional. Todas essas ideias, que poderiam tranquilamente ser dispostas em vários parágrafos, são jogadas como que em um processo que aparenta muito mais uma tentativa de reafirmação de superioridade que se supõe ameaçada. O bloco de texto começa assim: “Depois de um longo período de marasmo, em que a *Folha* parecia ser, no conjunto da mídia, o único local onde



havia vida e movimento, uma febre de mudanças sacode os jornais, as revistas, a TV”.<sup>137</sup>

O longo parágrafo vai, então, tentar mostrar o que a concorrência vem fazendo para ganhar espaço, mas o quanto a *Folha* é superior aos outros e como ela é, por isso, copiada por todos; e finaliza com uma série de perguntas que se propõem a superar suas próprias marcas:

[...] outros, que demoraram a compreender o que se passava, se lançam agora a uma tentativa atabalhoada de recuperar o tempo e a posição que perderam, ainda que essa recuperação lhes custe a própria identidade.

O *Projeto Folha* se tornou, em poucos anos, patrimônio coletivo do jornalismo brasileiro [...].<sup>138</sup>

Num fluxo contínuo, sem pausa de texto, a *Folha* anuncia a ameaça dos concorrentes, coloca-se como superior a eles e, ainda, prescreve a necessidade de novas mudanças para garantir a liderança. Novamente é o diálogo com o mundo se manifestando. Agora, a tônica não é mais seu jornalista, nem os problemas internos, nem a política, embora 1988 fosse um ano de eleições municipais. A preocupação maior é a concorrência, a ameaça de perder o posto de principal jornal do país. Afinal, para Silva, a melhor maneira de saber se o leitor está aprovando o jornal é justamente analisando o seu índice de vendas.

Ninguém gasta dinheiro no que não gosta. Se as vendas crescem, é sinal de que o jornal está tendo boa receptividade entre o público. Se caem, alguma coisa está indo mal. Pode não ser a melhor maneira de medir a reação do leitor. Mas, com certeza, não é a pior.<sup>139</sup>

137 Ver PE 88, na seção **Anexos**, no final deste livro.

138 Idem.

139 SILVA, 2005, p.215.

Pelo fato de Silva pensar dessa forma, e sendo um alto funcionário da *Folha*, tendo inclusive assumido a função de *ombudsman* e vivenciado internamente a construção do *Projeto Folha*, pode-se inferir que a opinião dele coincide com a do jornal ao considerar o leitor um termômetro da qualidade do produto. Assim, o diálogo, essa relação dialógica identificada nos PE, não se estabelece apenas com os concorrentes, mas também com a figura do seu público direto, sobre a qual se falará mais detidamente a seguir.

### **PE 1997 – “Sujeição” às leis do mercado**

Nove anos após a divulgação do PE de 1988, a *Folha* divulgou um novo projeto, o de 1997, denominado “Caos da informação exige jornalismo mais seletivo, qualificado e didático”, que continua em vigor.<sup>140</sup> Esse é um dado relevante: desde que lançou o seu primeiro PE, em 1978, ou considerando-se o PE oficial de 1981, a *Folha* nunca havia ficado um período tão grande – 15 anos – sem produzir novo projeto. De 1997 para cá foram feitas alterações gráficas; a última, particularmente, foi acompanhada de uma reforma editorial considerável, porém sem o lançamento de um novo projeto específico para tal finalidade.

Na perspectiva dialógica do Círculo de Bakhtin, o texto, o discurso é componente de uma rede de interlocução da qual fazem parte a história, os personagens, os textos e os discursos, aqui representados principalmente pelos PE anteriores, fruto de um intercâmbio de relações, conflitos, interesses e – por que não? – convicções inerentes a todas as atividades humanas intermediadas pela linguagem.

Os valores transmitidos por um PE fazem ainda mais sentido quando se localiza essa rede de relações dentro de uma estrutura ideológica e política marcada pelo capitalismo, que promove uma lógica – expressa nos textos dos PE – de lucro acima de quaisquer

---

140 Este PE estava em vigor até julho de 2012, quando este livro foi escrito.

ideais jornalísticos. Essa lógica já era intuída desde o nascimento do jornal, em 1921, quando dois jornalistas decidiram deixar o veículo concorrente para se lançar numa aventura empresarial que, provavelmente, pouco antecipava o percurso trilhado pela *Folha* nos 90 anos de história completados em 2011.

O PE de 1997 também não dá conta das complexidades vigentes no atual cenário de globalização, que inclui problemas financeiros de toda a mídia e antecipa desafios, como uma certa saturação informativa e a concretização, no dia a dia das pessoas pertencentes à elite intelectual e econômica, dos meios eletrônicos e virtuais de obtenção da informação, principalmente por meio da internet e da televisão.

Esse PE registra “uma constelação de mudanças espetaculares na política, na economia, nas ideias”,<sup>141</sup> referindo-se, principalmente, aos reflexos da queda do Muro de Berlim. Ao fazer essa análise, o jornal deixa claros os seus valores: “a dualidade política foi substituída por um consenso”; “o modelo vitorioso se impôs pela eficiência com que produz bens e serviços”; “os próprios vínculos coletivos como ‘nação’ ou ‘classe’ entretanto se enfraquecem”; “a opinião pública ganha unidade com a convergência geral de ideias, mas se dispersa numa segmentação de interesses que desafia a linguagem em comum”.<sup>142</sup> E diz ainda:

Uma só superpotência impôs seu predomínio ao mundo, quase todas as sociedades procuram se aproximar de seu modelo. Com pouca variação de grau, há só uma receita econômica (o mercado), uma só fórmula institucional (a democracia), num mundo que tende inevitavelmente à “globalização”.<sup>143</sup>

É importante pensar que, de certa forma, essa assertiva já não tem a mesma relevância quanto na época em que foi escrita – dada

141 Ver PE 97, na seção **Anexos**, no final deste livro.

142 Idem.

143 Idem.

a proximidade com a queda do Muro de Berlim –, portanto, com o fato de existir uma superpotência impondo seu predomínio ao mundo. De lá para cá, os Estados Unidos já perderam muito do seu poder, e outras conjunturas expressas no PE já não são as mesmas.

Na época em que foi escrito, entretanto, o PE expressava variadas crenças do jornal, instituídas pelo efeito de convicção gerado pela categorização do discurso. A partir delas, a *Folha* estabeleceu sua estratégia para os anos seguintes. No item “Investimentos, novas tecnologias e pressões de mercado”,<sup>144</sup> o PE dispôs acerca da tendência de associação, dentro e fora do país, de empresas e grupos. A própria *Folha*, mais uma vez mostrando sua capacidade de antecipação de tendências, estabeleceu uma parceria com a Editora Abril para a criação do maior portal da internet, o UOL (Universo OnLine), que, em 2001, ampliou sua abrangência com a adesão da operadora de telecomunicações Portugal Telecom. Outras iniciativas de parceria aconteceram no período, como a estabelecida com o Grupo Estado para a distribuição de jornais.

O PE de 1997 deu conta de um processo de saturação das tiragens dos jornais nos países desenvolvidos e de que havia um grande contingente de leitores a ser conquistado nos países emergentes, o que seria possível “à medida que seus padrões de educação e consumo melhorem”.<sup>145</sup> Isso mostra que houve um desenvolvimento do jornalismo na última década, mas também aponta uma característica difícil de ser solucionada na atividade, por ser própria dela: a fragmentação do noticiário, que tende a provocar simplificações e o não esclarecimento “de processos complexos e contraditórios”.<sup>146</sup>

O texto identifica ainda uma “balbúrdia informativa”,<sup>147</sup> representada por um excesso de informação num sem número de veícu-

---

144 Idem.

145 Idem.

146 Idem.

147 Idem.

los de comunicação, processo de certa forma já identificado no PE de 1988. Por conta disso, tendo em vista a finalidade prescritiva que o define, propõe o seguinte:

Organizar a informação inespecífica, aquela que potencialmente interessa a toda pessoa alfabetizada, como também torná-la mais compreensível em seus nexos e articulações, exatamente para garantir seu trânsito em meio à heterogeneidade de um público fragmentário e dispersivo.<sup>148</sup>

Outra novidade a se destacar – mas que também não deixa de fazer parte de um processo – é a proposta de que os jornalistas transitem de um padrão de texto puramente informativo para outro, com um componente analítico:

A transição de um texto estritamente informativo, tolhido por normas pouco flexíveis, para um outro padrão textual que admita um componente de análise e certa liberdade estilística é consequência da evolução que estamos procurando identificar.<sup>149</sup>

Esse componente não é novo – já foi uma preocupação apresentada em PE anteriores e retomada na reforma gráfica de 2010. O PE de 1997 propõe, porém, cuidado nesse processo de transição, para que “o leitor não fique à mercê dos caprichos da subjetividade de quem está ali, para, antes de mais nada, informar com exatidão”.<sup>150</sup> O PE volta a reafirmar a opção da *Folha* por um jornalismo “crítico, pluralista e apartidário”, valores que, segundo o documento, “adquiriram a característica doutrinária que está impregnada na

---

148 Idem.

149 Idem.

150 Idem.

personalidade do jornal e que ajudou a moldar o estilo da imprensa brasileira na última década”.<sup>151</sup>

Talvez o que mais surpreenda nesse PE, contudo, seja justamente o fato de a *Folha* admitir que se sujeita ao mercado. Na verdade, o jornal nunca escondeu esse dado, como afirmado neste livro. A ênfase dada a ele no PE de 1997, porém, é bastante direta, como neste caso: “[...] firmou-se nos meios impressos o prestígio de um profissionalismo independente, submetido apenas às forças de mercado”. A palavra **mercado** aparece oito vezes nesse PE, além do adjetivo **mercadológico** (duas vezes) e do substantivo **mercadoria-informação** (uma vez). A mesma palavra apareceu apenas uma vez em 1985, duas em 1986 e cinco em 1988. E, pela primeira vez, como será visto mais adiante, apareceu a palavra **consumidor** para se referir ao leitor. Antes desse PE, houve apenas uma incidência dessa expressão, em 1985 (dessa vez, o termo aparece quatro vezes).

Isso mostra que, mais do que se aceitar como empresa e tratar a informação como mercadoria, a *Folha* coloca essa visão nos PE como uma forma de influenciar seu interlocutor – o jornalista – a ver sua atividade da mesma perspectiva, o que o faz receber mensagens duplicadas: ao mesmo tempo que tem a empresa como patrão, no seu aspecto autor dos projetos, tem o leitor cumprindo o mesmo papel; ao mesmo tempo que vende mercadoria, produto (considerando-se o caráter prescritivo dos PE), vende também imparcialidade, verdade, objetividade, precisão.

Ao mesmo tempo que a *Folha* atribui ao seu interlocutor a responsabilidade pela confecção do melhor jornal do país, também atribui a ele a culpa por suas mazelas e erros. É sobre a imagem dos variados interlocutores dos projetos – os principais, como o jornalista (interlocutor direto) e o leitor do jornal – que abordará também a imagem que a *Folha* revela de si mesma nos PE.

---

151 Idem.



# 5

## O JORNALISTA, A *FOLHA*, O LEITOR

Um texto não é obra de um só autor. Não é fechado, nem acabado, nem tem sua autoria limitada. Nele, várias vozes circulam, movimentam-se. O texto é, portanto, dialógico, porque se origina do embate entre variadas vozes sociais. Todas essas vozes deixam marcas, pistas a respeito do “eu”, daquele que enuncia. Ao mesmo tempo, o sujeito do discurso antecipa a resposta de seu interlocutor para argumentar, explorar um assunto, marcar sua presença.

O mesmo se dá com os PE editoriais da *Folha*, cuja autoria transcende o escopo formado pelos membros do Conselho Editorial. Como documentos de natureza restrita, de uso interno (pelo menos em teoria), os PE têm como principais interlocutores os próprios jornalistas dos veículos de comunicação.

Ao mesmo tempo, o leitor do jornal é figura de destaque nas preocupações do PE e do jornal, tendo sido, inclusive, o personagem principal do mais importante *slogan* publicitário da *Folha*: “De rabo preso com o leitor”. Assim, o “outro” leitor também deve ser alvo de análise. Além disso, é interessante saber como o jornal vê a si mesmo, como se retrata nas páginas do PE.

É desses aspectos que este capítulo vai tratar a seguir.



## O jornalista

Como já se afirmou mais de uma vez neste livro, o PE tem como interlocutor primeiro o jornalista que é funcionário da empresa *Folha de S. Paulo* e, portanto, é responsável por produzir o jornal diariamente. É com esse interlocutor que os sucessivos PE travam uma verdadeira batalha nessa “arena de lutas” que é o discurso.

Para ser o que é, para transmitir o que transmite, para ser produto de fácil e numerosa vendagem, para atingir seu leitor/consumidor – que, em última instância, mantém o jornal –, a *Folha* precisa primeiro convencer seus jornalistas – os verdadeiros produtores dessa mercadoria –, ainda que seu caráter de empresa a identifique antes com o consumidor do jornal:

A tendência da direção dos jornais é aliciar os jornalistas para seus propósitos. Mino Carta aponta como o *Projeto Folha* “não mira o leitor a não ser como segundo alvo, mais distante no espaço e no tempo. O primeiro alvo é o próprio profissional da *Folha* a ser moldado a “um novo tipo de jornalismo diário”, como dizem os *evangelhos* da Barão de Limeira.<sup>1</sup>

O jornalista é o alvo, o interlocutor direto dos PE, situação que se modifica quando esses textos passam a ser divulgados publicamente. Então, com aquilo que se chamou “contaminação de gênero” – já que de documento prescritivo e de uso interno os PE passaram a funcionar também como material mercadológico –, seu interlocutor também muda: em vez do jornalista ou do público interno, passa a ser prioritariamente o leitor.

No que se refere à empresa, uma relação de hierarquia se estabelece entre Direção e jornalista. Essa relação também está presente entre autor e interlocutor, entre os produtores dos PE e seus jornalistas. É preciso deixar claro, entretanto, que este livro não pretende discutir as relações de trabalho, a submissão do empregado ao em-

1 RIBEIRO, J. C. *Sempre alerta: condições e contradições do trabalho jornalístico*. São Paulo: Olho d'Água, 2001, p.130. (*grifos da autora*)

pregador, os novos cenários impostos pela globalização ao emprego e ao salário no Brasil e no mundo.

Embora, de certa forma, todos sejam afetados por essas relações, o jornalista vive uma situação *sui generis*: ao contrário do que ocorre em outras profissões de cunho humanístico, como a advocacia, o jornalismo não é uma profissão liberal, mas assalariada. Por isso, o jornalista vive as contradições de um trabalho com essa característica.

Como lida com as ideias num espaço de discussão social, tendo o dever de informar a verdade – não a verdade como bem utópico, mas como a divulgação de fatos com isenção e imparcialidade –, o compromisso do jornalista é com o público, visto de sua perspectiva não como consumidor ou assinante, mas como cidadão. Já a empresa jornalística – no Brasil, um bem privado, e não um bem público – tem, além da responsabilidade perante o público, também uma responsabilidade junto a seus anunciantes: a de lhes oferecer visibilidade para com isso obter lucros.

De acordo com a perspectiva bakhtiniana, nessa relação dialógica o enunciado que compõe um PE pode pedir emprestada determinada posição ideológica a outro grupo social, em razão da conveniência dessa posição na arena de lutas do discurso. O autor dos PE – no caso da *Folha*, representante da categoria **empresarial** – por exemplo, pode emprestar da difusa categoria dos leitores determinadas posições, caso elas sirvam a alguns objetivos imediatos no jogo de poder com seu interlocutor imediato, o jornalista. Assim como o leitor empresta suas posições ideológicas ao autor, poderiam ser outros a fazê-lo: o mercado, a história ou o próprio jornalista, caso a posição de autoria assumida seja convergente com a dessa categoria profissional.

O PE encontra-se nesse espaço de antagonismo próprio dos discursos que se pretendem convergentes num ambiente de objetivos diversos. As divergências só não são maiores porque, nesses tempos de economia globalizada, a lógica do sistema capitalista impõe que o assalariado compartilhe dos ideais de lucro da empresa, como se isso o livrasse do estigma de fazer parte de uma parcela de

desempregados que aumenta em todo o mundo, principalmente no segmento das comunicações, no qual as inovações tecnológicas têm modificado a concepção de tempo, espaço e acesso à informação.

Apesar desses antagonismos, a *Folha* foi – principalmente na fase áurea do *Projeto Folha* – e continua sendo uma empresa importante para o trabalho do jornalista. Os depoimentos a seguir foram extraídos do livro de Ribeiro e sua inclusão aqui tem por objetivo mostrar o quanto, naquela época, era necessário para o jornalista da *Folha* identificar-se com a comunidade que fazia a história do jornalismo brasileiro:

Kotsho atesta que na campanha presidencial de 1989 “era possível sacar quem era da *Folha* pelo jeito de perguntar, de se apresentar; eles chegaram a cortar o cabelo igual ao do Otávio.

[...]

Lins da Silva aponta o uso de gravata por quase todo mundo na redação da *FSP* como “parte da liturgia, como um certo vocabulário, brincadeiras e modo de fazer das reuniões”.<sup>2</sup>

Ao considerar-se o período de mais de 30 anos analisado neste livro, vê-se que, no Brasil, de certa forma ele coincide com a passagem de um jornalismo artesanal para outro mais industrial, processo com o qual a *Folha de S. Paulo* colaborou diretamente. O PE de 1985 da *Folha* dizia o seguinte: “O jornalismo não é mais artesanal, mas uma atividade industrial que reivindica método, planejamento, organização e controle”.<sup>3</sup>

Sobre essa transição, Cavalcanti afirma que:

[...] a passagem do jornalismo artesanal para o industrial provoca transformações não apenas na prática como no perfil do jornalista: não mais o boêmio, mas o que deve se submeter a novas regras. O jornalista romântico passa a ser visto como ineficaz, despreparado para enfrentar as crescentes mudanças, como a ra-

---

2 Idem, p.137.

3 Ver PE 85, na seção **Anexos**, no final deste livro.

cionalização dos processos de produção. Isso não significa que há puramente uma substituição, sai de cena o romântico e entra o racional, o metódico, mas que novas discursividades se abrem, possibilitando, assim, que novos elementos entrem na configuração do imaginário do/sobre o jornalista, na constituição de sua identidade.<sup>4</sup>

Como já se afirmou, a *Folha* cobrava de seu jornalista o desempenho que prescrevia em seus projetos. O PE de 1981 deixava isso claro: para “os que optarem por permanecer no núcleo dirigente”, “que se elevará o nível das exigências e solicitações”.<sup>5</sup> Logo no ano seguinte, o jornal diria que “a opção radical pela independência está exigindo, de todos nós, grandes esforços e sacrifícios”, referindo-se à “luta contra o partidarismo”.<sup>6</sup> Ainda segundo Cavalcanti,

Nos primeiros documentos, exige-se do profissional a adoção irrestrita de preceitos como a técnica, a organização, a precisão, a neutralidade. Os documentos reiteravam diversas vezes que os profissionais que não adotassem tais regras (a adesão ao projeto) seriam substituídos, o que de fato ocorreu. Nunca houve um período na imprensa em que tantos jornalistas foram demitidos (27 em um único dia), e ainda com a justificativa de não terem qualificações profissionais para continuarem nos cargos (“insuficiência técnica”). Nas palavras de Lins da Silva, um dos mentores do projeto, procurava-se substituir ideologias: no lugar do jornalismo romântico, concebido como uma forma de arte, o jornalismo empresarial, quantitativo. Fica claro aqui onde e em que condições se deu o embate entre as duas formas de conceber o jornalismo.<sup>7</sup>

---

4 CAVALCANTI, J. R. *No “mundo dos jornalistas”*: interdiscursividade, identidade, *ethos* e gêneros. Tese (doutorado). Campinas, SP: Unicamp, 2006, p.70.

5 Ver PE 81, na seção **Anexos**, no final deste livro.

6 Ver PE 82, na seção **Anexos**, no final deste livro.

7 CAVALCANTI, 2006, p.88.

Duas posturas ficaram evidentes desde os primeiros PE: 1) o fato de que, ao dirigir-se ao jornalista, o PE frequentemente adotava não a voz da empresa, mas a do leitor, para exigir dele atitudes e posturas, ou pelo menos pretendia dividir com o leitor, em alguns momentos, essa voz de autoria; 2) a tentativa recorrente de identificar competência e profissionalismo com desengajamento, principalmente, político. Isso ocorreu em PE como o de 1982, por exemplo, no qual essas duas posturas podem ser verificadas num único trecho:

[...] profissionalismo é sinônimo de desengajamento. É uma luta sem trégua contra o *parti pris*, contra o preconceito, contra o senso comum (daí a ideia do “não é o que parece”), contra a falta de clareza e de concisão, contra as informações incompletas ou ambíguas. O leitor espera, do material noticioso e interpretativo (ao contrário do material opinativo), aquele mínimo de isenção jornalística que lhe permita compreender os fatos e suas implicações possíveis ou prováveis.

Em um ano de eleições, é natural que o profissionalismo signifique, sobretudo, a luta contra o partidarismo.<sup>8</sup>

A impressão que se tem é de que o PE de 1982 foi escrito principalmente por causa das eleições, para deixar clara a mensagem do apartidarismo, já que a maior parte do projeto é dedicada a esse assunto.

O projeto seguinte, de 1984, abandonou temporariamente o tema do apartidarismo, até porque, como tinha por foco as Diretas-já, era bastante atípico no conjunto de documentos da *Folha*, mas não desistiu de atribuir ao leitor a responsabilidade pelas inúmeras exigências feitas aos jornalistas. Após elencar um número elevado de atribuições, diz o projeto: “Quem exige esse zelo rigoroso é o in-

8 Ver PE 82, na seção **Anexos**, no final deste livro.

teresse do leitor, ele próprio cada vez mais exigente. Nós não temos alternativa, exceto a intransigência técnica”.<sup>9</sup>

O projeto seguinte, de 1985, novamente relacionava o apartidarismo com a responsabilidade e o compromisso da *Folha* com seus leitores:

Crítica contra tudo e contra todos, porque a *Folha* é e precisa ser radicalmente apartidária. É imaginário supor que o jornal possa emitir compromissos com este ou com aquele setor ideal da sociedade. Sociologicamente, a única base social do jornal é o grupo heterogêneo constituído pelos seus leitores.

O jornal precisa ser apartidário, porque a base de leitores é pluripartidária. Vamos atravessar um período eleitoral em que esse distanciamento crítico da *Folha* em relação a partidos e candidatos tem de ser reforçado.

[...] o exercício do apartidarismo não é uma regalia, mas um encargo.<sup>10</sup>

O tema foi retomado no PE de 1986: “Vamos preservar a atitude editorial de apartidarismo”.<sup>11</sup> O de 1988 abandonou o tema do apartidarismo, que somente seria retomado no de 1997.

A luta do PE seria, portanto, contra a tendência partidária de seu interlocutor, que se acentuava cada vez que se avizinhava e transcorria um período eleitoral – períodos eleitorais eram sempre momentos nos quais os PE eram mais incisivos a esse respeito. Analogamente, esses documentos atuavam como uma espécie de “voz paternal” que precisava corrigir os excessos e os defeitos de seus filhos rebeldes, como ocorreu no PE de 1988, por exemplo:

9 Ver PE 84, na seção **Anexos**, no final deste livro.

10 Ver PE 85, na seção **Anexos**, no final deste livro.

11 Idem.

É preciso cultivar o sentimento de que apesar de todos os avanços ainda há o que fazer; de que apesar de todos os esforços e de todas as lutas – contra o jornalismo chapa-branca, contra o corporativismo profissional, contra a ignorância, contra o populismo, contra as concepções românticas e provincianas da imprensa – o trabalho mal começou.<sup>12</sup>

Ao relacionar os inimigos contra os quais a *Folha* lutava, de certa forma, atribuía indiretamente essas características também a seus funcionários: eles correriam o risco de ser igualmente chapa-branca, corporativistas, ignorantes, populistas, possuidores de concepções românticas e provincianas a respeito da imprensa. Caso contrário, por que o PE, voltado primariamente aos jornalistas daquele órgão de imprensa, necessitaria afirmar que seria preciso lutar contra determinadas posições, se elas não existissem na Redação do jornal?

Em relação ao fato de o PE adotar a voz que se supõe do leitor como sendo a voz da empresa – a voz de autoria – para exigir posturas dos jornalistas, vale a pena olhar os projetos em retrospecto. O PE de 1982, por exemplo, quando pedia o desengajamento, o apatidarismo dos profissionais da casa, se expressava da seguinte forma:

O leitor espera, do material noticioso e interpretativo (ao contrário do material opinativo), aquele mínimo de isenção jornalística que lhe permita compreender os fatos e suas implicações possíveis ou prováveis.<sup>13</sup>

Ao utilizar a figura do leitor para expressar essa expectativa, o PE dava ao jornalista uma responsabilidade maior, já que não era apenas a empresa que estava exigindo essa atitude. Porém, esse foi o tema recorrente em praticamente todo o documento, conforme

12 Ver PE 88, na seção **Anexos**, no final deste livro.

13 Ver PE 82, na seção **Anexos**, no final deste livro.

já se analisou no Capítulo 4. Isso permite deduzir que recorrer ao leitor é um recurso argumentativo que favorece a ampliação da responsabilidade e das chances de a prescrição ser atendida. Isso se faz colocando o leitor como autor da prescrição e, por extensão, do próprio PE: o autor se apropria de uma possível palavra do “outro”, o leitor, esse sim o interlocutor direto do jornalista.

No PE de 1984, a *Folha* utilizou o termo **legitimidade** para se apropriar de um “mandato” conferido pelo leitor, que teoricamente lhe daria o poder de tomar as decisões e as prescrições expressas nos projetos.

Temos um mandato expresso de quase 300 mil compradores de jornal, renovado a cada dia nas bancas e na não suspensão de assinaturas, para levar esse projeto adiante. É em nome dos quase 900 mil leitores reais, que estão por trás daqueles 300 mil, que fazemos a *Folha*. É o mandato conferido implicitamente por eles e que eles podem cassar a qualquer dia que legitima as nossas decisões.<sup>14</sup>

Outro exemplo foi encontrado no PE de 1985, em que a *Folha* explicou sua opção pelo apartidarismo: “o jornal precisa ser apartidário porque a base de leitores é pluripartidária”.<sup>15</sup> Ou, então, no PE de 1986-1987: “A expectativa do leitor é que o jornal se diferencie pela excelência do produto, o que exige perfeccionismo em todas as fases do trabalho”.<sup>16</sup>

Concomitantemente com a questão do apartidarismo, a da autoria híbrida *Folha*/leitor perpassa todos os projetos do jornal e tem sua principal tradução em uma das peças publicitárias mais conhecidas da *Folha*: “De rabo preso com o leitor”, ideia sobre a qual farei mais adiante.

14 Ver PE 84, na seção **Anexos**, no final deste livro.

15 Ver PE 85, na seção **Anexos**, no final deste livro.

16 Ver PE 86, na seção **Anexos**, no final deste livro.



## A Folha

Com a análise dos textos dos PE da *Folha*, tenho buscado mostrar o diálogo mantido pelos projetos e, por extensão, pelo próprio jornal – representado por seu Conselho Editorial – com alguns de seus interlocutores: os próprios PE anteriores e posteriores, a conjuntura política e econômica do país e do mundo, as relações internas do jornal com seus jornalistas. O PE de 1997, por exemplo, resultou de diálogos mantidos com os PE anteriores – era fruto deles e, ao mesmo tempo, também era seu interlocutor.

Nesse processo, algumas vezes enunciador e enunciatário se confundiam e noutras se opunham. De quem era a voz que exigia um jornal apartidário: do jornalista, do Conselho Editorial, da conjuntura política e econômica, do leitor, do consumidor ou do mercado? Quem pedia didatismo? Quem demandava não apenas informação, mas também interpretação e análise? E com que propósito? Quem, afinal, era a *Folha*, nesse mar de vozes que transpareciam ou eram omitidas pelo próprio jornal? Meu objetivo, neste ponto do livro, é identificar na relação dialógica o “eu” que se define pela contraposição ao “outro”.

A versão de 1997 constituía-se de 3.195 palavras – dessas, apenas três referiam-se diretamente ao jornal, como será mostrado a seguir. A palavra **Folha** apareceu pela primeira vez no item introdutório do PE, na primeira oração do primeiro parágrafo, como se pode constatar no trecho transcrito a seguir:

O texto publicado a seguir procura condensar uma série de discussões realizadas no âmbito interno da *Folha*, desde o final do ano passado. O objetivo dessas discussões foi organizar a experiência recente e apontar perspectivas para o futuro do jornalismo brasileiro.<sup>17</sup>

17 Ver PE 97, na seção **Anexos**, no final deste livro.

No terceiro item do projeto, a *Folha* voltou a nomear-se, mas dessa vez apenas para se incluir em dados estatísticos sobre o crescimento dos jornais em países emergentes, em especial no Brasil:

Segundo estimativas da Associação Nacional de Jornais, a circulação de periódicos em todo o país cresceu 21% entre 1991 e 1996. Se tomarmos como ponto de partida a redemocratização em 1985, a circulação dos quatro jornais de influência nacional aumentou 67% (no caso da *Folha*, 116%); a das duas principais revistas, 135%.<sup>18</sup>

Finalmente, no último item do PE de 1997, a *Folha* voltou a falar explicitamente de si, como se pode ver no trecho que se segue:

Em documentos anteriores a este, a *Folha* cristalizou uma concepção de jornalismo definido como crítico, pluralista e apartidário. Tais valores adquiriram a característica doutrinária que está impregnada na personalidade do jornal e que ajudou a moldar o estilo da imprensa brasileira na última década. Cabe questionar, porém, à luz das transformações sumariadas acima, se a implementação desses valores não deveria passar por revisão também, até com a finalidade de sacudir os automatismos fixados pelo hábito.<sup>19</sup>

No restante do documento, a *Folha* não se nomeava explicitamente, nem se referia diretamente a si mesma – nem mesmo quando se tratava de avaliar procedimentos jornalísticos, fazer prognósticos, descrever objetivos ou desafios. Ao contrário dos PE anteriores, o de 1997 não utilizava a forma verbal da terceira pessoa do plural; todo o texto utilizava formas verbais impessoais ou a terceira pessoa do singular. Seus comentários eram genéricos e aplicavam-

---

18 Idem.

19 Idem.

-se (ainda que a própria *Folha* estivesse incluída nessas categorias) ao “jornalismo brasileiro”, à “imprensa”, ou a outro termo que a englobasse, mas, ao mesmo tempo, não a definiam como veículo diferenciado, com especificidades e características próprias.

Não era mesmo de esperar que o documento norteador dos valores de uma empresa jornalística, dirigido à categoria dos jornalistas, que desenvolveram toda uma técnica de texto baseada em princípios como a isenção, a imparcialidade e a objetividade, se expressasse na primeira pessoa, ainda que do plural. O estranhamento, nesse caso, não é a pessoa verbal utilizada, mas a ausência de seu indiciamento direto e de sua denominação, bem como a generalização e a impessoalidade, até porque esse aspecto representa uma quebra de regularidade em relação aos PE anteriores. Observe, a título de comparação:

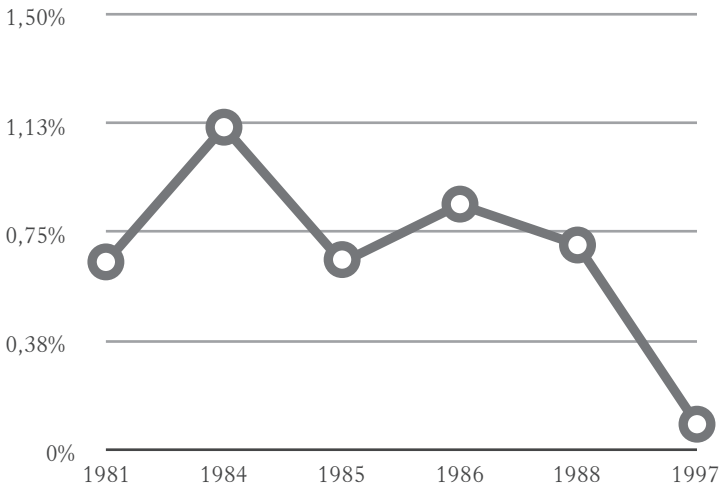
- O primeiro PE, datado de 1981,<sup>20</sup> continha 1.852 palavras, sendo que 12 delas eram **Folha**;
- O segundo, de 1984, tinha 2.069 palavras, e, dessas, 23 eram **Folha**;
- O terceiro, de 1985, tinha 3.197 palavras, sendo que **Folha**, referindo-se ao jornal, aparecia 21 vezes;
- O quarto PE, de 1986, trazia 15 vezes a palavra **Folha**, num universo de 1.774 palavras; e
- O quinto PE, o de 1988 e que é anterior ao atual, tinha 2.946 palavras, sendo que 21 eram **Folha**.
- A palavra **Folha** também estava presente em quatro títulos dos seis primeiros PE: o de 1981 (*A **Folha** e alguns passos que é preciso dar*), o de 1982 (*A **Folha** em busca do apartidarismo, reflexo do profissionalismo*), o de 1984 (*A **Folha** depois da Campanha Diretas-já*) e o de 1986 (*A **Folha** em busca da excelência*). Os títulos dos projetos de 1988 e o de 1997 não mencionam o nome do jornal.

---

20 O PE de 1978 não foi considerado aqui porque não foi disponibilizado na íntegra, e o de 1982 não foi analisado porque, aparentemente, não se trata de uma versão oficial.

É necessário lembrar que só foram selecionadas as palavras *Folha* numa referência de autoria, ou seja, ao próprio jornal *Folha de S.Paulo*, autor de cada PE analisado. Outras incidências dessa palavra, em referência, por exemplo, ao jornal *Folha da Tarde* ou à *Agência Folhas*, foram descartadas.

Projetando tais dados numa representação gráfica, percebe-se mais claramente quão dramático foi o “apagamento” autorreferencial da palavra **Folha** ao longo dos anos:



**Figura 5.1** – “Apagamento” autorreferencial da palavra “Folha” ao longo dos PE da *Folha de S.Paulo*.

Percebe-se, ao analisar o gráfico, que as referências específicas ao jornal foram substituídas por termos homogeneizantes, como **jornalismo, jornais, imprensa, jornalismo brasileiro** e outros nos projetos. Se, nos primeiros PE, a neutralização ocorria com o mecanismo de subversão de uma pessoa por outra, no PE de 1997 a *Folha* anulou não a sua autoria, mas suas especificidades, escondendo suas características numa massa amorfa e representando-as por meio de termos homogeneizantes – muito diferente do que acontecia nos PE anteriores, como se pode ver nesta oposição de enunciados do PE de 1997 aos anteriores:

A **Folha** já tem, afora as intenções ainda a realizar, intenções já realizadas.<sup>21</sup>

Foram relacionados, até aqui, alguns dos desafios que assediavam o **jornalismo** de modo simultâneo e sob diversos prismas.<sup>22</sup>

Antes da campanha [Diretas-já] era difícil a **Folha**; depois dela, tornou-se impraticável.<sup>23</sup>

A evolução do jornalismo brasileiro na década de 1980 culminou com o *impeachment* do presidente da República em 1992, no qual a **imprensa** teve papel determinante.<sup>24</sup>

Crítica contra tudo e contra todos, porque a **Folha** é e precisa ser radicalmente apartidária.<sup>25</sup>

[...] se o **jornalismo** atravessa um período de qualificação, que ultrapassa a ênfase normativa do período anterior [...].<sup>26</sup>

21 Ver PE 81, na seção **Anexos**, no final deste livro.

22 Ver PE 97, na seção **Anexos**, no final deste livro.

23 Ver PE 84, na seção **Anexos**, no final deste livro.

24 Ver PE 97, na seção **Anexos**, no final deste livro.

25 Ver PE 85, na seção **Anexos**, no final deste livro.

26 Ver PE 97, na seção **Anexos**, no final deste livro.

A preocupação mais profunda e permanente da *Folha* neste momento é a informação exclusiva.<sup>27</sup>

Os **meios de comunicação** têm assegurado grande visibilidade para a linha de reformas liberalizantes observada pelos últimos três governos.<sup>28</sup>

Sem esse espírito de insatisfação e de autocrítica constante, sem uma vontade perfeccionista de fazer aquilo que já foi bem feito e de inventar novas fórmulas para resolver novos problemas, é perda de tempo trabalhar na *Folha*.<sup>29</sup>

Espelhar essa contradição e contribuir para que ela seja transposta, pela integração de seus termos na sociedade de mercado e na democracia política, é provavelmente a principal tarefa do **jornalismo** hoje [...]<sup>30</sup>

A necessidade de aparecer abertamente no texto, como aconteceu nos primeiros PE, e a pouca referência a si própria verificada no último projeto, são aspectos intrigantes. Aparentemente, o “apagamento” verificado em 1997 poderia estar relacionado com o amadurecimento da empresa. É como se, na década de 1980, o jornal vivesse os tumultos comuns da adolescência e, só mais tarde, fosse encontrar seu eixo definitivo, sem precisar ficar alardeando suas qualidades. Esse documento marcou também o maior período entre

27 Ver PE 86, na seção **Anexos**, no final deste livro.

28 Ver PE 97, na seção **Anexos**, no final deste livro.

29 Ver PE 88, na seção **Anexos**, no final deste livro.

30 Ver PE 97, na seção **Anexos**, no final deste livro.

um projeto e outro, após a confecção do primeiro, em 1978. Vale notar que já se passaram mais de quatorze anos desde o último projeto.

O PE de 1997 foi não apenas uma resposta aos PE anteriores, como também foi o amadurecimento deles. Em 1986, por exemplo, o texto dizia que “a preocupação mais profunda e permanente da *Folha* nesse momento é a informação exclusiva”.<sup>31</sup> Já em 1997 a postura tinha uma ponta de autocrítica e analisava três tipos de apreciação negativa feitas à imprensa: de que ela seria superficial, invasiva e pessimista. Em relação à terceira, relacionada justamente à informação exclusiva, diz o PE de 1997:

Tangida pela competição à busca do “furo pelo furo”, permeada por uma atmosfera de descrença reinante nas redações, a imprensa adota uma linha destrutiva – daí o seu alegado pessimismo.<sup>32</sup>

O furo de reportagem, ou a informação exclusiva, pressupõe uma ação competitiva de sair na frente com a informação, divulgá-la antes dos concorrentes, o que talvez gerasse a autocrítica do jornal, referindo-se à “atmosfera de descrença presente nas redações”. Ao evitar essa atitude de superioridade em relação aos concorrentes, não apenas quanto a conseguir informações exclusivas – até porque essa postura é historicamente relacionada ao jornalismo de qualidade –, mas quanto ao comportamento arrogante de se considerar o único jornal a fazer um bom trabalho no país, a *Folha* pode ter apagado de seu discurso muitas referências diretas a si mesma.

Como dito anteriormente, o “eu” identificado na análise do PE de 1997 é o de um jornal mais maduro, que não precisa se reafirmar a todo momento, colocando-se à frente dos outros veículos, autoelogiando-se. Isso pode ser notado nos exemplos que mostram as ten-

31 Ver PE 86, na seção **Anexos**, no final deste livro.

32 Ver PE 97, na seção **Anexos**, no final deste livro.

tativas do jornal de reafirmar frequentemente seu pioneirismo e sua liderança no mercado jornalístico, embora tais manifestações positivas sobre si mesmo sejam permeadas por várias doses de autocritica.

No último PE, entretanto, tanto os pontos positivos quanto os negativos do jornalismo e da imprensa foram dirimidos num todo genérico e mal se perceberam as opiniões do jornal acerca de si mesmo – apenas eventualmente, como no trecho em que o PE cita o crescimento da circulação de periódicos em todo o país: “a circulação dos quatro jornais de influência nacional aumentou 67% (no caso da *Folha*, 116%)”.<sup>33</sup> Assim, o que o jornal é, aquilo em que acredita, a visão que tem de si mesmo ficam claros apenas quando se observa o que ele afirma e nega sobre a imprensa em geral.

Outra hipótese para esse aparente “apagamento” pode estar também no seu sentido inverso: a identificação da *Folha* desaparece porque agora ela não fala mais apenas por si mesma, mas por todo o jornalismo brasileiro. É como se o processo iniciado no fim da década de 1970 tivesse tomado uma proporção tão grande que as orientações do jornal já se tivessem tornado unanimidade ou, pelo menos, referência para todo o jornalismo brasileiro. Assim, o PE refletiria a ascendência da *Folha* sobre os outros jornais – sabe-se que seus métodos foram adotados por inúmeras escolas de jornalismo do país – não mais como um argumento, mas como um fato consolidado.

Só que no PE de 1997 essa característica se fez presente não apenas nas qualidades e nas novidades que a *Folha* introduziu no jornalismo brasileiro; houve também uma generalização com relação aos problemas enfrentados pelo jornal, como se explicita no exemplo a seguir, no qual a *Folha* identifica uma característica atribuída, muito mais que aos outros veículos, a si mesma: “Tangida pela competição do ‘furo pelo furo’, a imprensa adota uma linha destrutiva – daí seu alegado pessimismo”.<sup>34</sup> Talvez nenhum outro jornal como a *Folha*

---

33 Ver PE 97, na seção **Anexos**, no final deste livro.

34 Idem.



tenha sido tão condenado pela sua ânsia do “furo pelo furo” ou por seu “pessimismo”.

Ao mesmo tempo, é a partir daquilo que o jornal prescreve, que propõe para si, que se pode inferir aquilo que lhe falta. Por exemplo, ao pregar a necessidade de “desestatização” de seu noticiário, supõe-se que a *Folha* ainda visse a si mesma como um jornal que enfatizava as versões oficiais; ao propor a transição de um texto “essencialmente informativo, tolhido por normas pouco flexíveis, para um outro padrão textual que admita um componente de análise e certa liberdade estilística”,<sup>35</sup> infere-se que a *Folha* ainda não desse liberdade estilística e não permitisse maiores doses de análise em seus noticiários. A análise dos PE anteriores e do *Manual de Redação* permitem concluir que essa característica, com a qual o jornal desejava romper, foi uma orientação do próprio veículo em épocas anteriores.

## O leitor

No quadro teórico do Círculo de Bakhtin, as relações dialógicas devem ser entendidas como os processos de interlocução em que o “outro” não é visto como um simples receptor. A enunciação que se estabelece, citando Bakhtin/Voloshinov,<sup>36</sup> é o produto da interação de dois indivíduos socialmente organizados; mesmo que não haja um interlocutor real, ele pode ser suposto como um representante médio do grupo social ao qual pertence o locutor.

A própria definição que o Círculo de Bakhtin propõe para **enunciado** já contém a presença do “outro”. Diz Bakhtin/Voloshinov:

A palavra dirige-se a um **interlocutor**; ela é função da pessoa desse interlocutor: variará se se tratar de uma pessoa do mesmo

35 Idem.

36 VOLOSHINOV, V. N. (1926) Discurso na vida e discurso na arte. In: BAKHTIN, M. *Freudianism*. New York: Academic Press, 1976 (mimeo, 2000).

grupo social ou não, se esta for inferior ou superior na hierarquia social, se estiver ligada ao locutor por laços sociais mais ou menos estreitos [...] <sup>37</sup>

Como pensar, então, a relação dialógica entre um jornal e seu público? No caso de um jornal impresso, como a *Folha*, cabe também perguntar: o jornal é aquele que fala sem interlocução, que traz em suas páginas informações, opiniões, omissões, pontos de vista, independentemente dos pontos de vista, opiniões e omissões de quem o lê? Num primeiro momento, poder-se-ia dizer que sim, uma vez que é o jornal que, aparentemente sem pedir licença, entra todos os dias na casa do leitor. Nesse sentido, pode parecer difícil falar em interlocução, mas não é o que de veras acontece.

No caso da *Folha* e dos demais veículos de comunicação impressos da iniciativa privada, o primeiro indício de interlocução real é o pagamento pelo produto jornal. Desse modo, o leitor seria um consumidor e a *Folha*, uma mercadoria. Essa concepção legítima pensar que, por meio do pagamento, o leitor dá a sua primeira permissão para que o jornal se posicione desta ou daquela forma, algo como um salvo-conduto ideológico, segundo faz entender a própria *Folha*. Foi, afinal, o leitor quem permitiu que – diariamente, no caso dos assinantes – se estabelecesse esse ato de interlocução e, por que não dizer, de afetividade?

Ainda que do ponto de vista de consumidor × produto, pode-se falar em afetividade na relação do leitor com seu jornal. Como outros objetos do querer do consumidor, ele pode identificar “seu” veículo de comunicação em meio a tantos outros com uma simples passada d’olhos. O leitor desenvolve um sentido de familiaridade e um sentimento de intimidade por seu projeto gráfico, seu tamanho, a relação entre texto, fotos e infográficos, caso haja.

Essa distinção também o faz se “sentir próximo” de outros leitores do mesmo veículo e, portanto, “parte integrante” de uma comunidade composta por eles. A Direção do jornal, “reagindo”, ou seja,

37 BAKHTIN, M. *Marxismo e filosofia da linguagem*: problemas fundamentais do método sociológico na ciência da linguagem. São Paulo: Hucitec, 1999, p.112.

“respondendo” a esse sentimento, por sua vez, também destina ao veículo comportamentos de afetividade, que podem ser traduzidos por algumas atitudes ou atendimento de expectativas, expressas desde as escolhas editoriais e gráficas até outras ações, como uma distribuição eficiente; afinal, quem já não se irritou com o entregador displicente que atrasa a entrega do jornal? Exige-se do jornal pontualidade, fidelidade, que ele corresponda às expectativas que levaram determinado público a aceitar a entrada diária daquele veículo em suas vidas.

Pode-se até afirmar que o jornal é, muitas vezes, espelho de seu leitor. Um se reconhece no outro. O primeiro tenta reproduzir os anseios do segundo, que, por sua vez, se sente identificado nas páginas do jornal ao detectar abordagens que coincidem com sua visão de mundo, o que nem sempre acontece, uma vez que não é possível agradar sempre a um público heterogêneo e diversificado. Em qualquer caso, há um processo de responsividade – nem sempre harmônica, mas certamente dialógica.

Os valores e os gostos do consumidor, e a escolha do veículo de comunicação de sua preferência colocam o leitor numa espécie de comunidade de gostos, compartilhada por milhares de outros cidadãos.

O leitor é, em tese, aquele que garante a existência do jornal. A notícia, modernamente considerada uma mercadoria, adquiriu esse *status* não apenas porque passou a ser objeto de consumo e, portanto, descartável, mas também porque é um produto que, na sociedade industrial de consumo, deve ser projetado a partir da necessidade que os consumidores têm dele, sendo revestido de elementos da preferência deles, em matéria de cores, volume, tamanho, sabor, cheiros, conteúdos etc.

Conforme acentua Otávio Frias Filho, secretário de Redação e um dos herdeiros do Grupo Folha, “a ideia de que o jornal deveria se nutrir única e exclusivamente do seu mercado foi realmente posta pela empresa em prática e garantiu a ela uma autonomia editorial muito grande”.<sup>38</sup>

---

38 FRIAS FILHO, O. In: ABREU, A. A.; LATTMAN-WELTMAN, F. e ROCHA, D. (Org.). *Eles mudaram a imprensa: depoimentos ao CPDOC*. Rio de Janeiro: FGV, 2003, p.365.

Mas quem são os leitores da *Folha*, que permitiram ao jornal crescer de forma autônoma, ao contrário de jornais que precisaram submeter-se ao Estado para sobreviver?

Segundo o DataFolha, em 1988, 28% dos leitores da *Folha* tinham mais de 50 anos. Em 2000, seu leitor-síntese tinha formação superior, era casado, e o grupo com mais de 50 anos já perfazia 41% do total dos leitores no Estado de São Paulo. Esse movimento deu-se sobretudo pela queda na participação dos mais jovens (até 29 anos).

Em 2001, a *Folha* identificava o seu leitor médio como pertencente à faixa dos 40 anos. Além disso, esse leitor-síntese tinha formação superior, era casado, estava empregado no setor formal da economia, tinha renda individual na faixa que ia até 15 salários mínimos ou familiar que ultrapassava os 30 mínimos. Fazia parte da classe A ou da classe B. Era católico, tinha TV por assinatura e utilizava a internet.

Em 2007, o leitor-síntese da *Folha* tinha as seguintes características: 90% pertencia às classes A e B; 69% lia revistas e 57% buscava notícias na internet.

A comparação com o levantamento realizado em 1997 mostra um declínio na proporção de católicos: embora continuassem sendo a maioria do leitorado, houve uma diminuição de dez pontos percentuais (de 65% para 55%) e um aumento dos que se declaravam sem religião (de 10% para 18%).

Outras mudanças notadas em 2007 aconteceram no campo político. Cresceu a desilusão com os partidos – a maioria, 57%, declarou não ter simpatia por nenhum deles (em 2000, eram 45%), houve um aumento dos tucanos (passaram para 18% dos leitores) e uma perda de 21 pontos percentuais dos petistas (caíram de 34% para 13%).

Com base em dados dessas pesquisas, a *Folha* mudou, recuou ou reforçou suas diretrizes. Por identificar um leitor de nível superior, pôde incluir temas mais herméticos ao grande público que os abordados pelos noticiários das emissoras de televisão, por exemplo. Exigia de seus jornalistas, porém, a utilização de recursos visuais e de linguagem mais condizentes com públicos que pouco apreciavam a leitura, ou que dispunham de pouco tempo para ela – a ênfase

na necessidade de didatismo, por exemplo, reforça essa possibilidade. Ao mesmo tempo, em determinado momento, ao propor a transposição de um texto menos informativo e mais analítico, é como se o jornal confiasse mais na capacidade de seu leitor receber uma opinião sem se chocar e/ou sem se deixar levar por ela.

Segundo pesquisa do jornal, esse leitor tinha uma visão “mais liberal” da sociedade. Nesse sentido, podia-se formular as seguintes perguntas:

- O leitor lia a *Folha* porque a *Folha* era um jornal liberal ou a *Folha* era um jornal liberal para agradar a seus leitores e, assim, vender seu produto?
- A *Folha* desenvolvia um jornalismo crítico, apartidário e pluralista ou o seu leitor, preso numa massa amorfa e com identificação da média ponderada, é que era composto por indivíduos de vários partidos, embora de origens, em sua maioria, neoliberais, de várias opiniões – e crítico, sem dúvida, até porque pertencia a uma faixa da população que contava com renda média alta e com ensino superior?

Vale lembrar que, em seus PE, em sua dimensão de manual de conduta voltado aos jornalistas da empresa, a *Folha* já se dizia liberal desde 1981. Seus projetos preconizavam a defesa do mercado, e o jornal colocava o mercado como seu único servo, até mesmo ao chamar explicitamente seu leitor de **consumidor**.

De qualquer forma, dado que o objetivo, aqui, é apontar uma relação de interlocução entre leitor e empresa, vale a pena voltar rapidamente ao passado para identificar se a característica de antecipar as tendências de seus leitores e assimilá-las é uma atitude padrão do jornal. Historicamente, além de ser reconhecida como uma empresa que tem essa característica, a *Folha* também era tida como um veículo que se amoldava a novas circunstâncias sempre que os fatos assim o exigiam. Seus sucessivos PE e projetos gráficos mostram essa faceta.

Muitas fases do jornal mostram isso, mas a mais conhecida foi certamente a defesa do movimento das Diretas-já. A *Folha* vinha de uma fase, durante a ditadura militar, em que seu comportamento com relação à política brasileira foi considerado, inclusive por seus diretores, “anódina”. Não houve, como foi o caso do jornal *O Estado de S. Paulo*, nenhum tipo de enfrentamento, discordância ou qualquer outro posicionamento desse tipo nos anos de ditadura militar.

Esse posicionamento do jornal – ou a falta dele – foi mudando gradativamente a partir da fase de abertura política do país, e ficou consolidada por ocasião do movimento pelas Diretas, quando o jornal não apenas noticiou à exaustão os fatos relacionados ao movimento, mas também se posicionou francamente favorável a ele – no dia da votação da emenda Dante de Oliveira, publicou, na primeira página, uma foto de dezenas de representantes da sociedade civil, sobre o piso de cobertura do edifício do jornal, que se posicionavam a favor das Diretas. Foi a fase de crescimento mais expressivo da história do jornal, mas, ainda assim, pode-se perguntar: o jornal aderiu a uma posição política e, por isso, arrebatou novos leitores, ou apenas curvou-se ao anseio irrefreável e irreversível que vinha das ruas?

Como enunciar é manifestar valores, é importante atentar para o fato de que, antes do PE de 1997, o único projeto a utilizar o termo **consumidor** foi o de 1985 – e, mesmo assim, para referir-se ao tipo de “prestação de serviços”, que não se confunde com o jornalismo clássico. No PE de 1985, a menção é feita quando o documento se refere às variadas editorias do jornal, ao tratar de seus suplementos, como os de “Veículos”, “Turismo”, “Empregos” etc.:

Nos suplementos, a dimensão do serviço deve desfrutar de um predomínio decidido. Eles representam prestação de serviço diretamente do consumidor: informações sobre imóveis ou empregos, viagens ou passeios turísticos, produtos eletrônicos, automóveis, bens e serviços ligados à vida e à casa moderna.<sup>39</sup>

39 Ver PE 85, na seção **Anexos**, no final deste livro.

Esse não é o mesmo enfoque do PE de 1997: ali, usa-se o termo **consumidor** para referir-se ao leitor, porém numa perspectiva de que leitor é aquele que consome a mercadoria notícia, informação, opinião, análise. O termo é utilizado nos trechos do PE a seguir:

Tais grupos [empresas locais que se associam a investimentos estrangeiros] tendem a acumular poder e por isso sofrem restrições mesmo nos países onde a legislação econômica é considerada liberal. No entanto, sendo sua lógica a do mercado, voltada para o atendimento de demandas que remunerem, o risco parece ser menos o de manipulações conspiratórias contra o público do que o de uma atitude, crescente nos meios de comunicação em geral, que se limita a espelhar as expectativas de um **consumidor** estatisticamente médio.

Fala-se em direito à não informação, sintoma de um público que se ressentido não já da falta, mas de um excesso inassimilável de dados, de uma verdadeira cacofonia da comunicação. A proliferação da oferta acirra a disputa pelo tempo do **consumidor**.

Há uma grande massa de informações, para não mencionar o trabalho analítico em torno delas, que o **consumidor** não precisa receber em ritmo mais frequente do que o diário.

Pode-se objetar que parte desse crescimento não decorreu do aumento dos leitores, mas de **consumidores** atraídos por promoções ou descontos vinculados à compra do produto.<sup>40</sup>

O último excerto refere-se à prática, adotada pela *Folha*, de incorporar à venda dos exemplares produtos como enciclopédias, DVDs, CDs, coleções de literatura e outros atrativos para o público – mais uma forma de se modernizar e de incorporar novidades mercadológicas ao processo jornalístico. Essa característica do jornal – a de amoldar-se às circunstâncias – está relacionada de maneira direta a uma prática mercadológica que utiliza preceitos do jornalismo

40 Ver PE 97, na seção **Anexos**, no final deste livro. (*grifos da autora*)

(isenção, imparcialidade e outros) como estratégia de venda de um produto: a informação.

Apesar da pluralidade manifestada por seus sucessivos PE (o jornal conseguiu o feito de reunir colonistas de origens político-ideológicas díspares), a *Folha* tem um objetivo comum na sua proposta: o mercado. Os PE, apesar de defenderem princípios caros aos ideais do jornalismo (isenção, apartidarismo, objetividade, fidelidade da informação, da crítica etc.), sempre procuram lembrar ao jornalista que sua atividade está sujeita às **leis do mercado**, nesses termos.

Apesar da carga negativa que o termo certamente contém numa atividade como o jornalismo, em que ganha credibilidade o veículo que se distancia do mercado, porque essa atitude está relacionada com a característica de isenção, esse aspecto também legitima a opção da *Folha*, manifestada em um de seus *slogans* mais conhecidos: “De rabo preso com o leitor”.

A escolha de um padrão de atuação, que identifica leitores com “consumidores”, permite ao jornal declarar-se como atividade empresarial, e não cultural, como muitas vezes é encarado o jornalismo. Silva, considerado por Azenha um “americanófilo”, ressalta que é:

[...] interessante comparar o período histórico em que se deu o início da efetiva profissionalização das redações nos jornais americanos e quando ela ocorre no Brasil. A conclusão a que se vai chegar é que essa é uma das últimas áreas em que a influência americana se faz sentir. Ela ocorre muito tempo depois da influência na filosofia, no estilo, na legislação e na ética.<sup>41</sup>

Na verdade, em 1990, ela ainda está em seus primórdios, como se pode observar na polêmica que a implantação do “Projeto Folha” causou no jornal *Folha de S. Paulo*. O fato de se encarar com naturalidade que o jornal é um produto de mercado e que sua produção deve obedecer a princípios de organização em muitos aspectos similares aos de qualquer indústria, ainda é considerado por boa parte dos jornalistas brasileiros como blasfêmia. Nos

---

41 AZENHA, L. C. Apresentação. In: SILVA, C. E. L. *O adiantado da hora: a influência americana sobre o jornalismo brasileiro*. São Paulo: Summus, 1991.



Estados Unidos, o consenso em torno dessa constatação já estava tão estabelecido no princípio deste século, que Edwin Shuman podia escrever, em 1903, sem problemas que “o jornal moderno é uma empresa de negócios e os homens que o dirigem são movidos em grande parte pelos mesmos motivos dos homens que conduzem uma loja de departamentos”.<sup>42</sup>

O depoimento de Silva corrobora o esforço demonstrado pela *Folha*, nos sucessivos PE, em sua posição de empresa, para convencer seus jornalistas a aceitar essa postura de sujeição ao mercado. Portanto, a história de mudanças que marcou o jornal – desde 1921, com sua criação sob o nome *Folha da Manhã*, até sua assunção como empresa que identifica seu leitor como consumidor – pode ser vista mais como um reflexo de mudança da sociedade brasileira e uma estratégia mercadológica do que como uma crença em formar opiniões sob os auspícios de valores éticos, políticos e morais.

A *Folha*, assim como outros veículos de comunicação, é responsável por veicular, numa corrente de transmissão em que múltiplas vozes se misturam (o mercado, a política, os poderes instituídos, os componentes de sua esfera de atividade, o leitor), sua forma de enxergar o mundo e seus processos, ou ainda de adotar como sua a forma de seus leitores enxergarem o mundo e os processos dos quais participam e que o constituem. Os PE mostraram que, em alguns momentos, certas vozes tem um poder de influência ideológica maior do que outras, como foi o poder político durante alguns momentos de eleições, ou o poder sindical, após a greve dos jornalistas de 1979 ou, ainda, o poder do público, quando a *Folha* decidiu aderir ao Projeto Ruth Clark. As pressões que essas vozes exerceram na direção da *Folha* se manifestaram nos projetos, que, por sua vez, apareceram nas páginas do jornal.

Pela análise dos PE, pode-se, ainda, observar que o jornal entende sua atividade como uma empresa enxerga a mercadoria: com orgulho de estar fazendo o melhor para vender mais, de acordo com

---

42 SILVA, 1991, p.138-139.

os anseios de seus consumidores, sem, no entanto, jamais abrir mão daquilo em que acredita, ou seja, a manutenção de um controle de qualidade compatível com a sua relevância no cenário nacional, assim como o dono de uma loja de departamentos agiria em relação ao produto que vende.

Apesar de sua ênfase no mercado, a *Folha* diz não se permitir a utilização de recursos chamados “sensacionalistas” e utilizados por parte da imprensa com o objetivo único de vender jornal, pelo menos em se tratando do principal jornal da empresa – basta lembrar que, durante muitos anos, a empresa *Folhas* foi proprietária do jornal *Notícias Populares*, ícone do jornalismo sensacionalista no país.

O que nem sempre transparece é que ser identificada com o jornalismo sério, que evita adjetivos e sensacionalismos, com textos objetivos e imparciais etc., não a faz contrapor-se, em tudo, ao jornal sensacionalista, já que a motivação de ambos é atrair o leitor: um com o apelo fácil do sexo e do sangue, outro com o *status* de ser restrito a um público selecionado, exigente e politicamente correto.

No discurso dos projetos, o jornal possui um mandato conferido pelo leitor, sobretudo quando afirma que é ele quem define sua política editorial, que lhe dita posturas e formas de cobertura; isso, para a *Folha*, traduz-se em signo de independência editorial.

Como manter a liberdade editorial quando ela se contrapõe às leis do mercado? A resposta é simples e não traz em si nenhum paradoxo: quando a *Folha* se refere ao leitor, por exemplo através de seu mais famoso *slogan*, “De rabo preso com o leitor”, refere-se não ao cidadão, ao sujeito, ao agente ativo de seu próprio destino, mas àquele que “consome”.

“Rabo preso” induz a pensar num termo disfórico, que assume identidade com uma ligação ilícita, espúria, sem autonomia. O efeito quebra-se quando a frase se completa: “Rabo preso”, sim, porém, “com o leitor”, cuja função, ali, é evidentemente a de redimir e neutralizar a disforia do primeiro sintagma, e, mais ainda, operar uma conversão absoluta, pois o que era disfórico torna-se agora eufórico, já que o leitor é o valor máximo instituído pelo jornal. O que a frase opera é uma ilusão mercadológica, que ilude precisamente

o leitor, com quem ela afirma ter o rabo preso. É ilusão, porque se refere ao aspecto “consumidor” do leitor, e não ao seu aspecto “sujeito”. Não que a *Folha* deixe de cumprir uma das principais características daquilo que prescreve como bom jornalismo, que é “formar, informando”. Isso ela faz como outros jornais, ou, ainda, muitas vezes melhor. Ela prioriza o consumidor, no sentido de ser ele quem define o jornal.

A frase “De rabo preso com o leitor” também ilude noutro aspecto, porque **leitor**, no projeto, é sinônimo de **consumidor**, e não de **parceiro** ou **cidadão**, a menos que, é claro, se considerem os três termos sinônimos em algum nível.

## 6

# DISCURSO VERBAL E NÃO VERBAL: O PROJETO GRÁFICO

É difícil dissociar uma reforma editorial de uma reforma gráfica. Sempre que há alterações editoriais em um veículo de comunicação como a *Folha*, há também alterações de tipos gráficos, fotos, infográficos etc.

Principalmente no PE de 1985, que foi baseado no jornal norte-americano *USA Today*, em que a *Folha* introduziu elementos que supervalorizavam a imagem, motivada pela concorrência com o que ela considerava a “ameaça televisiva” – ou mesmo antes, quando a necessidade de didatismo impunha a presença de boxes, gráficos e infográficos nas páginas do jornal –, era de reforma gráfica que se tratava, ainda que isso implicasse também alterações editoriais.

Sob o comando de Cláudio Abramo, na década de 1970, e sobretudo depois, com os sucessivos PE, a *Folha* implementou diversos projetos gráficos. Ao contrário dos PE, os projetos gráficos não são apresentados em textos, muito menos divulgados ao público. Em 2000, 2006 e 2010, as reformas gráficas foram noticiadas pelo jornal.<sup>1</sup> A reforma de 2010, particularmente, foi alvo de uma propalada campanha publicitária e, por isso, merece uma abordagem mais detalhada neste capítulo.

---

1 Esse material jornalístico consta da seção **Anexos**, no final deste livro.

O importante é ressaltar que, até há algumas décadas, a mudança de projeto gráfico era um acontecimento de grande porte para qualquer veículo de comunicação impresso, dada a estrutura de pessoal e de maquinário que a empreitada exigia. Nos últimos anos, em função das demandas e do ritmo alucinante das inovações tecnológicas e de design gráfico, as mudanças nem sempre são anunciadas, ainda que, de tempos em tempos – como estratégia de marketing ou por questões de ordem interna –, o jornal opte por apresentar uma reforma ampla e radical.

### ***A abordagem da linguagem não verbal nos PE***

Os PE de 1981, 1982 e 1984 não fazem referência direta à parte gráfica. O conteúdo deles é basicamente editorial e abriga componentes que, do ponto de vista jornalístico, podem ser definidos como mais filosóficos. Em apenas um momento, no PE de 1981 – e, ainda assim, de forma indireta –, há uma referência a projeto gráfico, no seguinte trecho: “Nunca será demais afirmar que a ossatura de um jornal, o que lhe sustenta o corpo dando-lhe consistência e forma, são as reportagens, os textos noticiosos e as fotos de boa qualidade”.<sup>2</sup>

Isso não significa, entretanto, que a linguagem gráfica – uma linguagem não verbal – não fosse, já naqueles tempos, preocupação do jornal. Em 1984, o primeiro *Manual de Redação* trazia orientações precisas a esse respeito e, no mesmo ano, durante a campanha das eleições diretas, diversas primeiras páginas do jornal surpreenderam em termos de design ao exibir fotografias de quase página inteira com fotos da multidão na Praça da Sé. Mas, apesar de o jornal já inovar nas páginas, a questão gráfica ainda não era tratada de maneira direta pelos PE, nem como constatação de procedimentos nem com a apresentação de orientações prescritivas.

---

2 Ver PE 81, na seção **Anexos**, no final deste livro.

Nesse sentido, vale recordar, mais uma vez, que, apesar da postura de planejamento de ações assumida pelo jornal, quer no campo editorial, quer no campo gráfico, as modificações nas últimas décadas sucederam-se em grande velocidade. Como já se afirmou, 1985 é consensualmente considerado o ano em que a *Folha* passou a aderir ao modelo do jornal norte-americano *USA Today*. Isso não significa, porém, que muitas das inovações daquele veículo já não estivessem presentes em suas páginas antes disso.

A adesão ao modelo estrangeiro não partiu de uma decisão abrupta; foi um processo gradativo, assim como o Projeto Ruth Clark, que afetou toda a imprensa mundial antes mesmo de se consolidar de maneira efetiva no *USA Today* – provavelmente já devia ter afetado a *Folha* e outros jornais no mundo todo muito tempo antes; a alta incidência da palavra **leitor** no PE de 1981 pode já ser um reflexo dessa influência.

Coincidência ou não, foi justamente no PE de 1985 que a questão gráfica apareceu de forma direta. O quarto parágrafo desse projeto, logo após sustentar que o jornal se caracterizava como uma publicação com imagem pública ostensivamente diferenciada, definiu-a deste modo: “Por imagem pública devemos entender a unidade formada pelo corte ideológico das preocupações do jornal, pelo seu estilo editorial e pela sua fisionomia plástica”.<sup>3</sup>

A importância de que essa questão se reveste para a *Folha* se fazia presente naquele projeto, o que pode ser demonstrado ao se depararem enunciados como estes:

O didatismo deve estender-se também à disposição visual do que é editado. Precisamos consolidar e homogeneizar os recursos gráficos para identificar o que é informação factual, o que é texto de análise ou interpretação, o que é texto de memória, o que é texto de ambiente, o que é texto de serviço.

3 Ver PE 85, na seção **Anexos**, no final deste livro.

Temos que mudar a nossa mentalidade em relação a quadros, mapas, gráficos e tabelas. Até aqui eles vinham sendo utilizados como complemento eventual do texto. Agora eles passam a ser considerados como o meio de expressão sintética e veloz por excelência.

A rigor, tudo o que puder ser dito sob a forma de quadro, mapa, gráfico ou tabela não deve ser dito sob a forma de texto. Assim como a foto, aqueles recursos gráficos devem usufruir de uma dignidade igual à do texto, desempenhando funções dão [sic] destacadas quando as dele.

E não compete apenas à Editoria de Arte zelar por essa diretriz: trata-se de uma preocupação a ser compartilhada com a direção e com a própria reportagem.<sup>4</sup>

Note-se que, nesse período, a importância da linguagem não verbal é tanta que o PE sugere compartilhá-la não apenas com a reportagem, mas também com a direção do jornal. O PE de 1986 dá continuidade a essa preocupação com a aparência do jornal, ainda que de forma um pouco menos incisiva, se comparada com a preocupação editorial no quadro geral do documento:

É preciso empregar soluções de edição que sejam plasticamente boas e, ao mesmo tempo, suscetíveis de aplicação rápida e prática. Precisamos melhorar a utilização que fazem do modelo gráfico atualmente adotado pela *Folha*. Precisamos aumentar a presença e a qualidade técnica, estética e de legibilidade de fotos, gráficos e ilustrações do jornal, terreno em que obtivemos progressos, mas ainda há muito trabalho a fazer.<sup>5</sup>

---

4 Idem.

5 Ver PE 86, na seção **Anexos**, no final deste livro.

O que esse excerto ressalta – além das prescrições – é que apesar de ter sido uma preocupação recente, o modelo gráfico da *Folha* já tinha obtido progressos, ainda que houvesse muito a fazer, de preferência soluções de “aplicação rápida e prática”. Esse processo, que o jornal quis incrementar com rapidez – o que seria feito nos anos subsequentes –, é enfatizado pelas palavras **melhorar** e **aumentar**, bem como pela ênfase no verbo **precisar**, uma vez no impessoal e duas vezes na primeira pessoa do plural, que encarregam dessa incumbência toda a equipe que produz a *Folha*.

O PE de 1988 lembra os avanços estéticos propostos pelo *Manual de Redação* de 1984, cita algumas das prescrições que já foram assimiladas pelo jornal, a partir do *Projeto Folha*, e menciona os próximos desafios estético-informacionais:

A primeira edição do Manual, de setembro de 1984, já dizia que “tudo o que puder ser dito sob a forma de mapa, gráfico ou tabela não deve ser dito sob a forma de texto”. Fomos pioneiros na valorização desses recursos. Eles ocupam hoje uma posição de destaque no conjunto de cada edição da *Folha* e são reconhecidos como instrumento altamente eficaz para tornar a leitura dos jornais mais atraente, mais rápida e mais proveitosa. Foi à custa de muito esforço que esses recursos se impuseram e hoje aparecem ao lado dos textos, em pé de igualdade com eles – mas ainda francamente integrados a eles. Os recursos de arte não constituem apenas um complemento do texto; devem formar um todo com ele e a preocupação do arte-finalista com a reportagem deve ter por contrapartida uma idêntica preocupação do jornalista com o aproveitamento ao menos de parte das informações que ele apurou sob a forma de tabelas, quadros, gráficos, etc. O restante da imprensa diária está, ainda, num estágio muito primitivo de confecção do seu material iconográfico. Esta situação tende a se modificar rapidamente, e mais do que nunca é necessário investir, agora, na qualidade do acabamento e na eficácia da concepção dos nossos mapas e quadros, que são tantas vezes deficientes.



Raciocínio semelhante vale para a fotografia, terreno em que a *Folha* experimentou considerável progresso recentemente. Incorporamos ao procedimento do fotojornalismo padrões que até então estavam reservados à fotografia artística: ângulos e enfoques diferenciados; ênfase no detalhe das fotos de esportes; fórmulas para que as fotos de jornal expressem mais do que mera imagem e se entrelacem com o significado do evento a que essa imagem está ligada; interesse maior por imagens de beleza plástica e de efeito inusitado, ainda que sua temperatura noticiosa seja baixa. Também aqui é preciso depurar os avanços realizados; evitar com igual energia tanto o retorno ao fotojornalismo convencional como o exagero que consiste em esquecer que num jornal tudo o que se publica deve ser informação.<sup>6</sup>

Como se vê nesse longo trecho, o PE de 1988 detalha essa preocupação da *Folha* com a imagem, a parte gráfica, sua aparência plástica, sua linguagem não verbal, enfim. Vê-se que é uma tendência crescente nos PE, nos manuais e na frequência de implantação dos projetos gráficos. Foi justamente nesse documento de 1988 que, pela primeira vez, um projeto editorial tratou, explicitamente, de uma reforma gráfica, de seu transcurso, aplicação e funcionalidade para o escopo do jornal:

Desde 1987 está em estudo uma reforma gráfica do jornal. Ela será um desdobramento natural da história gráfica da *Folha*, congruente com a fisionomia que o jornal desenvolveu ao longo das últimas décadas e ao mesmo tempo pragmática do ponto de vista da produção industrial das edições. Permitirá que se identifiquem plasticamente os vários tipos de texto – factual, de apoio, de interpretação e comentário etc.

6 Ver PE 88, na seção **Anexos**, no final deste livro.

Com a implantação paulatina dessa reforma, esperamos que o jornal passe a dispor de um arcabouço gráfico capaz de sustentar seu desenvolvimento na próxima década. Nos primeiros meses de vigência deste texto do Projeto Editorial, o mais importante passo dessa reforma deverá ser implantado: a modulação, procedimento que vai tornar irresistível a industrialização do design das páginas e que será também, mais cedo ou mais tarde, seguido pelos outros jornais.<sup>7</sup>

A modulação tratada nessa citação refere-se a um sistema utilizado para facilitar a diagramação. Nesse sistema, cada página é dividida em módulos de centímetros por colunas pré-definidos – como previa a *Folha*, o sistema foi copiado pelos outros jornais. Hoje as agências de publicidade já fazem seus anúncios nas medidas desses módulos, fixos para todos os jornais. Também as notícias são produzidas respeitando esses módulos-padrão, e isso permite que o jornal seja pré-diagramado no momento de sua confecção editorial.

Outra inovação do jornal em 1988, também relacionada à linguagem não verbal, foi a segmentação do jornal em cadernos e suplementos, medida que teve a função de “organizar psicologicamente a leitura e atrair novas frações do leitorado”; ao que o texto do projeto acrescenta: “Foi uma decisão correta, que também não tardará a ser imitada [...]”.<sup>8</sup>

O PE de 1997 não deu ênfase a essas questões gráficas ou estéticas, provavelmente porque, um ano antes de sua divulgação, o jornal já houvesse implantado uma reforma gráfica. Sobre essa reforma há uma referência nas páginas do próprio jornal, em 2000, ano em que aconteceria a próxima grande alteração visual da *Folha*.<sup>9</sup> Matéria sobre o assunto foi publicada na edição de 7 de maio daquele ano, com a opinião de alguns leitores que tomaram conhecimento

7 Idem.

8 Idem.

9 Ver seção **Anexos**, no final deste livro

do projeto antes de sua estreia. “Menos poluído, mais prático” e “mais fácil transitar por ele” teriam sido algumas opiniões unânimes sobre o novo modelo.<sup>10</sup>

Na matéria, o jornal revela qual foi seu objetivo ao fazer a nova proposta: “melhorar a hierarquia das notícias que a *Folha* publica, tornar mais claro o que é essencial e o que é acessório”,<sup>11</sup> necessidade justificada pelo caos da informação, potencializado, segundo o jornal, pelo advento da internet, das TVs pagas e dos noticiários em tempo real. Foi nessa reforma que a *Folha* lançou o caderno “Equilíbrio” e reduziu o tamanho do caderno “Folhateen”.<sup>12</sup>

Outro grande projeto visual<sup>13</sup> da *Folha* data de maio de 2006 e seu objetivo principal, na própria avaliação do jornal, foi facilitar a leitura:

Com o novo projeto, a *Folha* ganha também em legibilidade. A começar do logotipo da “Primeira Página”, todos os elementos gráficos do jornal cresceram, por meio do aumento do corpo e/ou da substituição por letras mais robustas. Isso não implicou, porém, corte de informação. Pelo contrário, em alguns casos houve ganho de espaço nos textos.<sup>14</sup>

Aumentar a presença, a quantidade ou mesmo o tamanho de elementos não verbais também é um propósito constante nos projetos da *Folha*, e isso se repetirá no PE de 2010, que, justamente por ser aquele que está em vigor, será alvo de análise mais detida neste trabalho a partir deste momento.

---

10 Idem.

11 Idem.

12 Idem.

13 Idem.

14 Idem.

## *Jornal do futuro*

Sob o *slogan* “Jornal do futuro”, que serviu de suporte a uma grande campanha de marketing,<sup>15</sup> o jornal *Folha de S. Paulo* lançou, em 23 de maio de 2010, seu mais novo projeto gráfico, que também se fez acompanhar de alterações editoriais. A capa da *Folha* naquele dia denominou essas alterações “Projeto Editorial”, na chamada “Novíssima – Projeto editorial prioriza furos e interpretação”.<sup>16</sup>

Como já abordei neste livro, essa foi apenas mais uma entre as várias alterações do jornal em 90 anos de existência. Essas alterações ocorreram tanto em relação aos gêneros jornalísticos quanto à linguagem – verbal e não verbal –, e se sustentaram em função de inúmeras variáveis, embora apoiadas principalmente na evolução da tecnologia gráfica, desde aquela época imposta aos veículos de comunicação e, evidentemente, à sociedade de modo geral.

Em 1921, o sistema de composição de textos para impressão de jornais era manual, feito letra por letra, em tamanhos diferentes e em alto-relevo, de maneira a formar uma matriz. Justamente por toda a dificuldade que o sistema apresentava, a adoção de fotos e imagens era rara. Seguiram-se a esse sistema o linotipo, a impressão *off-set* e a fotocomposição. Em 1995, a *Folha* implantou um moderno parque gráfico em Tamboré, na Grande São Paulo, o que permitiu a adoção do uso de cores em todas as páginas do jornal.

Apesar da facilidade com que se passou a compor um jornal a partir daí e do barateamento do custo na produção, o Brasil e o mundo encontraram um novo desafio a enfrentar na já difícil tarefa de fazer jornal: a internet, cuja disseminação nos lares já está praticamente solidificada no Brasil, em especial nas regiões mais ricas.

No que se refere ao jornalismo, a internet apresenta vantagens em relação ao meio **papel**. A primeira delas é o custo baixo de se colocar uma página no ar, ao passo que um jornal, para sair diariamente, necessita de um exército de operadores – entre jornalistas,

---

15 Idem.

16 Idem.

motoristas, distribuidores, fotógrafos, técnicos de informática e funcionários do parque gráfico. Outra vantagem incontestável é a rapidez do processo: da apuração do acontecimento até sua publicação na rede, acessível a milhares de pessoas, transcorre um tempo muito reduzido.

Mas a *Folha* demonstrou sempre a ousadia e a vocação para mudança como característica fundamental de seu estilo de jornalismo, marca que vem desde sua criação e que permaneceu, apesar da troca de proprietários e de Direção. Foi assim especialmente na década de 1970 e início da década de 1980, quando os novos PE e projetos gráficos do jornal passaram a fazer escola e a influenciar todo o jornalismo brasileiro.

Nem todas essas mudanças, nem toda a preocupação em estar à frente de seu tempo impediram que a *Folha* sofresse, como outros jornais em todo o mundo, abalos na sua concepção como empresa. O advento da internet – em especial, do jornalismo na internet –, cada vez mais necessário ao público que deseja obter informação, tiveram enorme impacto na receita dos veículos de comunicação, como já afirmei aqui.

Pela primeira vez em 25 anos (desde 1986), a *Folha* perdeu a liderança como o maior jornal do país, segundo o Instituto Verificador de Circulação (IVC), considerando os títulos auditados em 2010. A liderança passou para o jornal mineiro *Super Notícia*, que apresentou circulação apenas 1,5% superior à total da *Folha*. Tido como um jornal popular, custando inacreditáveis R\$ 0,25 contra R\$ 2,50 da *Folha* e com uma redação composta por apenas 20 jornalistas, o *Super Notícia* cresceu 2% em 2010, atingindo média de 295 mil exemplares por edição, contra 294 mil da *Folha*.

Diversos motivos podem ser mencionados para explicar essa situação. Para começar, o custo – é difícil comparar o preço de capa dos dois jornais. Além disso, a diferença de circulação entre ambos é muito pequena, e a queda na circulação da *Folha* está muito mais próxima da estabilidade que de uma queda real, uma vez que foi de apenas 1%. Em terceiro lugar, verifica-se que outros grandes jornais tiveram grande aumento de circulação: naquele período, o *Es-*

*tadão* ampliou sua circulação diária em 23 mil exemplares, ou 11%, o que parece sugerir uma migração de leitores de outros jornais para o concorrente paulistano.

Quaisquer que sejam as explicações, o certo é que o crescimento da *Folha* foi estancado naquele período, que coincidiu com a mais recente reforma gráfica, em que o veículo se autoproclamava “o jornal do futuro”.

Como primeiro passo para o estudo dessa reforma gráfica, será preciso especificar algumas alterações anunciadas pela *Folha* e divulgadas na primeira página do caderno “Novíssima”, feito exclusivamente para divulgar as novidades da última reforma gráfica e publicado na edição de 23 de maio de 2010:

- *Folha* se transforma para ficar mais legível e incisiva;
- Reforma editorial e gráfica muda o jornal no papel e na rede;
- Noticiário mais sintético; mais análise e opinião;
- Novos cadernos, novas seções, novos colunistas e novos ilustradores.<sup>17</sup>

Em relação especificamente à reforma gráfica, a *Folha* anunciou as seguintes alterações:

- O tamanho das letras foi aumentado em 12%;
- Formato das letras e nova diagramação deixariam a leitura mais fácil;
- Os títulos são mais fortes e a hierarquização das reportagens é mais clara;
- Fotos maiores e quadros informativos mais limpos e didáticos.<sup>18</sup>

17 Idem.

18 Idem.

Já em relação ao conteúdo editorial, as mudanças seriam as seguintes:

- Noticiário político, que vinha no caderno *Brasil*, passa a ser agrupado em *Poder. Economia* passa a se chamar *Mercado*;
- *Esporte* ganha formato tabloide;
- *Tec* reunirá às quartas-feiras tendências do mundo digital;
- Acaba o *Mais* e é criado o *Ilustríssima*;
- 29 novos colunistas passam a escrever no jornal, desde o presidente da Febraban e do Banco Santander, até a atriz Fernanda Torres, jovens escritores, e um cadeirante, Jairo Marques, denominado pela *Folha* como “sucesso do meio on-line”. Além deles, novos cartunistas, como um prodígio de 14 anos chamado João Montanaro e os já conhecidos articulistas do jornal, Clóvis Rossi, Gilberto Dimenstein e vários outros, de modo a representar o maior número de colunistas mantido por um veículo de comunicação brasileiro, ou seja, mais de cem.<sup>19</sup>

Na prática, para efetivar essa reforma, a *Folha* tomou uma atitude inovadora: fundiu organicamente suas equipes de jornalistas do meio on-line e do meio impresso, criando, segundo ela mesma:

[...]

um centro captador de notícias que funcione 24 horas por dia e que produza informação de qualidade para qualquer plataforma, seja ela o papel, que é e continuará a ser a vitrine principal da marca *Folha*, seja o on-line, agora rebatizado de *Folha.com*, ou em *smartphones* e *tablets*, por torpedos e e-mails, e o que mais for inventado”.<sup>20</sup>

19 Idem.

20 Idem.

Sobre as novas características que pretendia imprimir ao modo de se fazer jornalismo a partir daí, a *Folha* dizia o seguinte:

Parte dos textos está mais enxuta, maneira de resumir os acontecimentos da véspera sem fazer o leitor perder tempo e paciência. Parte está mais analítica, um dos pilares do projeto novo, que priorizará a contextualização e a interpretação do fato conhecido.

O leitor escolherá seu caminho, o mais rápido, mas de qualidade, ou o mais profundo, mas compreensível; ambos serão contemplados pelo jornal.

Uma coisa, porém, não muda: o compromisso diário da *Folha* de buscar a informação exclusiva, o furo de reportagem, o enfoque único, o olhar diferenciado. A matéria-prima do jornalismo de qualidade é a informação única. Que você passa a receber de cara nova. Novíssima.<sup>21</sup>

Ao comparar a edição do dia imediatamente anterior à reforma (22 de maio) com a da data de lançamento das alterações gráficas (23 de maio), ou, ainda, com exemplares de jornais posteriores a essa data, percebe-se que as mudanças não foram nem tão grandes – nem tão novas – quanto a *Folha* levou a supor com os enunciados aqui transcritos.

Visualmente, as alterações mais evidentes eram a linha vermelha logo abaixo do título, que separava o cabeçalho do material informativo – que ficou significativamente mais fina; o negrito utilizado nas fontes da manchete e dos títulos das chamadas de primeira página na nova versão; e a fonte maior dos textos. Em relação à distribuição de fotos e textos na primeira página, a alteração era sutil: as imagens ocupavam as colunas centrais e os textos distribuíam-se nas colunas laterais.

---

21 Idem.



Ambas as manchetes eram de cunho político, o que não chegava a surpreender, visto que era ano de eleições presidenciais; a de sábado trazia resultado de pesquisa eleitoral, o que também era marca registrada desse dia da semana para a *Folha* em temporada de eleições; a de domingo registrava uma suposta articulação do então presidente Lula para garantir seu futuro quando ele deixasse a presidência.

Em relação aos outros preceitos anunciados – muitos deles de cunho editorial, e não gráfico –, ao examinar os PE anteriores, nota-se que essas propostas já estavam lá. Em 1986, por exemplo, o PE da *Folha* dizia que “a preocupação mais profunda e permanente da *Folha* neste momento é a informação exclusiva”.<sup>22</sup> Em 1988, o jornal perguntava-se: “Como fazer um jornalismo ao mesmo tempo mais analítico e mais conciso?”.<sup>23</sup> O mesmo PE lembrava também que a primeira edição do *Manual de Redação* do jornal, de setembro de 1984, já afirmava que “tudo o que puder ser dito sob a forma de mapa, gráfico ou tabela não deve ser dito sob a forma de texto”.<sup>24</sup> E acrescenta: “Fomos pioneiros na valorização desses recursos. Eles ocupam hoje uma posição de destaque no conjunto de cada edição da *Folha* e são reconhecidos como instrumento altamente eficaz para tornar a leitura dos jornais mais atraente, mais rápida e mais proveitosa”.<sup>25</sup>

Como se pode perceber, tais declarações datam de mais de 25 anos. Entretanto, como se sabe também que tais escolhas gráficas e editoriais não faziam parte do texto jornalístico padrão do século XIX ou início do século XX, emerge daí uma constatação que remete à dinamicidade dos gêneros, em particular a seu constante movimento e modificação. Aquilo que hoje é instabilidade pode se modificar, se rearranjar e se tornar estável em dado período.

---

22 Ver PE 86, na seção **Anexos**, no final deste livro.

23 Ver PE 88, na seção **Anexos**, no final deste livro.

24 Idem.

25 Idem.

No caso da *Folha*, porém, o que se observa é que o *novo* PE pouco tem de novo, a não ser uma publicidade veiculada com grande energia e competência, o que vem a sublinhar um *ethos* criado pelo jornal com o intuito de reforçar suas características de antecipação às mudanças, às inovações de empresa *atenada* com seu tempo e com os ideais do jornalismo. Haveria, então, nessa última reforma, nada mais do que uma intensificação dos procedimentos já prescritos anteriormente pelos projetos: de didatismo, simplificação, análise etc.

Apesar de publicidade, PE e projeto gráfico pertencerem a gêneros distintos, pode-se encontrar um ponto comum entre eles no episódio de lançamento do novo projeto gráfico, e que vem a ser a marca de autoria da cúpula do jornal, que aprovou, tanto em um quanto em outro gênero, a criação de uma imagem de inovação, liderança, inconformismo, pluralidade.

Um dos desafios do novo projeto gráfico – acima de tudo uma mudança editorial – é a proposta de “valorização das análises” e, mais do que isso, distinção entre análise e opinião. “Tudo ocorre na tentativa de fixar, seja nos hábitos de leitura, seja nos procedimentos da Redação, uma distinção significativa, embora nem sempre observada, entre análise, de um lado, e opinião, de outro”.<sup>26</sup>

Note-se que, já no PE de 1981 o objetivo da *Folha* era oferecer informação correta, interpretação competente e pluralidade de **opiniões**, sendo que por “interpretação competente” se entendiam “os comentários e **análises** redigidos por profissionais que, conforme os critérios adotados pelo jornal, aliam o domínio sobre determinada área do conhecimento ou da atividade humana ao domínio sobre a técnica de escrever, combinando em seus textos ambas as habilidades”.<sup>27</sup>

Para o jornal, no PE de 2010, análise seria “o esforço de esclarecer o leitor sobre a importância, o contexto, a origem, as impli-

---

26 Ver seção **Anexos**, no final deste livro.

27 Idem.

cações e o feixe de interesses em torno de informações relevantes publicadas pelo jornal”.<sup>28</sup> Para tanto, os textos de análise deveriam (ou deverão) vir acompanhados de vinhetas vermelhas, “a fim de dar consequência visual a essa diretriz”. Por sua vez, os textos de opinião seriam aqueles “em que o autor se coloca, manifesta preferências e apresenta argumentos que as sustentem”.<sup>29</sup> E isso é tudo o que a matéria explicita sobre esses dois termos e, na verdade, o projeto gráfico da *Folha* vai, assim, assentando suas argumentações sobre um terreno arenoso de instabilidade, termos imprecisos e inconstâncias. Não ficam claros os limites entre os termos **análise** e **opinião** ou, pelo menos, eles são por demais frágeis para justificar demarcação tão evidente quanto uma vinheta vermelha.

Ao mesmo tempo, outra medida, que parece amparar-se muito menos em relações de causa e efeito e muito mais em mudar pelo simples hábito de mudar (ou a crença em que isso equivale a produzir modernidade e melhoria), é a da denominação de cadernos. O PE de 1988 já tratava essa ideia da mudança quase como uma maldição:

Ao disseminar a ideia de que é preciso estar sempre mudando, sempre desconcertando, de surpresa em surpresa, a *Folha* tornou-se vítima da sua própria estratégia: não lhe resta outro caminho senão continuar, não há tranquilidade que ela possa alcançar, nem descanso, exceto o que vier assinalar que ela parou no tempo.<sup>30</sup>

Sobre trocar o nome do caderno “Brasil” por “Poder”, diz a matéria:

28 Ver seção **Anexos**, no final deste livro.

29 Idem.

30 Ver **PE 88**, na seção **Anexos**, no final deste livro.

O caderno **Brasil** ganha novo nome, **Poder**. Os temas abordados, entretanto, se mantêm, seja na cobertura dos poderes Executivo, Legislativo e Judiciário, seja nos assuntos relacionados à religião, aos movimentos sociais e às organizações da sociedade civil brasileira.

Afinal, no âmbito da política institucional ou da sociedade civil, o que une todos esses grupos é justamente a disputa pelo poder.<sup>31</sup>

É curiosa a explicação da *Folha* sobre a troca da rubrica, que, em última instância, substitui uma palavra que *unifica* todos esses temas (judiciário, religião, legislativo, executivo, movimentos sociais etc.), por passar a ideia de nação, de país, por outro tema – que, segundo a explicação dada pelo jornal, “une”, porém, ao mesmo tempo, “divide”, uma vez que, na própria definição do jornal, envolve “disputa”.

A matéria que discorre sobre o projeto e a publicidade em torno dele também faz supor que o jornal não perderá em profundidade de análise, apesar de a reforma gráfica ter ampliado em 12% o tamanho das letras, e diz:

Essa série de alterações visuais é fundamental para amparar as mudanças editoriais da *Folha*, que preveem um jornal mais sintético na sua forma e mais analítico e interpretativo no conteúdo.<sup>32</sup>

Conteúdo semelhante se verifica em uma passagem já citada anteriormente, que também se relaciona com o tópico em discussão:

31 Ver seção **Anexos**, no final deste livro.

32 Idem.

Parte dos textos está mais enxuta, maneira de resumir os acontecimentos da véspera sem fazer o leitor perder tempo e paciência. Parte está mais analítica, um dos pilares do projeto novo, que priorizará a contextualização e a interpretação do fato conhecido.

O leitor escolherá seu caminho, o mais rápido, mas de qualidade, ou o mais profundo, mas compreensível; ambos serão contemplados pelo jornal.<sup>33</sup>

Também aí há uma contradição ou, pelo menos, uma inconsistência. A *Folha* não explica como conseguir mais análise, mais profundidade com espaço 12% menor. Na verdade, o jornal também admitiu que um dos motivos que o levaram a aumentar o corpo da letra foi o de tentar atender a uma necessidade prosaica de seu leitor: conforme demonstraram suas pesquisas de opinião, o leitor médio da *Folha* teria envelhecido e, portanto, necessitaria de letras maiores para enxergar com mais facilidade.

Aliado a isso, a cúpula do jornal buscou, provavelmente, atingir um padrão de leitura mais rápido, que pudesse de algum modo alinhar-se com o considerado padrão da internet. Nada muito diferente do que pregava o PE de 1985, baseado na reforma do *USA Today*, jornal que se esforçava para incorporar a linguagem de televisão em seu *layout*, apresentando textos mais curtos, muitas imagens, profusão de cores, fotografias, mapas e gráficos.

Assim como os textos verbais, a linguagem visual é composta de elementos (formas, cores, tipos gráficos) e de uma sintaxe (o arranjo, a disposição, as relações estabelecidas entre as unidades) que, arranjados de determinada forma, na perspectiva de um projeto gráfico, por exemplo, e com um suporte adequado, expressam determinado sentido a um público específico. Assim como o PE, sem esse projeto gráfico, a possibilidade de atingir um objetivo comunicacional viável dependeria de critérios ocasionais.

---

33 Idem.

Tradicionalmente, no jornalismo impresso, um bom projeto, muitas vezes, é aquele que não chama a atenção para si, mas que revela o conteúdo – ou “aquele” conteúdo – que se quer ressaltar. Quando a *Folha* diz que passará a dar mais importância para a análise e que textos analíticos seriam acompanhados de vinhetas vermelhas, isso basta para concluir que a cor, por seu poder de destaque, revela a importância da análise no escopo do projeto.

No projeto gráfico de 2010, em análise, outra atitude tomada pelo jornal foi utilizar fontes de letras mais fortes para as notícias e mais leves para as análises, talvez como forma de chamar a atenção para o peso maior daquilo que chama de *real* em contraposição à fluidez das análises e opiniões.

Em outros casos, os elementos não verbais são protagonistas da mensagem, como no caso de um infográfico, que não informa apenas por meio de texto, mas principalmente usando elementos visuais e suas relações para, segundo o jornal, informar, explicar ou persuadir. Tradicionalmente, considera-se que um projeto gráfico bem-sucedido procura equilibrar essas diferentes abordagens usando o que cada uma delas tem de melhor, seja para chamar a atenção para si, seja para atuar em silêncio, dando destaque ao conteúdo textual.

A integração entre os suportes impresso e digital foi outra novidade a que o jornal já se referiu. A *Folha* passou a trabalhar a informação em todos os meios – digitais e impressos. A versão do veículo para a internet é a *folha.com*; além dela há a *Folha Digital*, uma reprodução do jornal impresso; e uma **versão texto** da *Folha*, que apresenta as reportagens sem fotos nem infográficos. Há, ainda, o UOL, o maior portal de internet do país, controlado pelo Grupo Folha, com participação acionária da Portugal Telecom.

Essa integração seria o mote da campanha publicitária da reforma gráfica. O principal anúncio publicitário trazia um rapaz com a página central de um jornal aberto e, na página da esquerda, o enunciado: “Sempre à frente do seu tempo, a *Folha* lança o jornal do futuro”.<sup>34</sup> Na página da direita, consta o seguinte texto:

---

34 Idem.

A *Folha* é o maior jornal do país.  
 O mais influente. O mais inovador.  
 Poderia não mudar, não se renovar.  
 Mas, aí, não seria a *Folha*.  
 Não seria o jornal inquieto  
 e corajoso que você conhece.  
 O jornal que representa um Brasil novo  
 e moderno não poderia se acomodar.  
 Nem no topo.  
 Afinal, é nessa hora que os líderes se destacam.  
 A *Folha* está preparando uma nova maneira  
 de fazer jornal. E de ler jornal.  
 Se você é como a *Folha* e sente animação  
 diante do novo, está convidado  
 a participar de um nascimento.  
 O nascimento do jornal do futuro.<sup>35</sup>

O cerne da campanha era formado por várias personagens que buscavam representar gente comum, porém de idades e etnias diferentes. Um deles, na página de um jornal, segurava uma edição da *Folha*, que, por sua vez, segurava um *notebook* e, dentro dele, outro segurava um *ipad* e, nele, alguém segurava um celular.<sup>36</sup> Cada exemplar do anúncio mudava os personagens e a ordem de aparição dos suportes, assim como o *slogan* que acompanhava a imagem, mas todos eles procuravam, certamente, remeter ao conceito, à tendência ou à necessidade de confluência de mídias e à ideia de que o jornal não ia morrer, mas conviver pacificamente com outros suportes de informação. No *slogan*, além disso, lia-se: “*Folha*\_o jornal do futuro: não dá para não ler/ acessar\_baixar\_twitter”.

É o gênero em contínuo movimento.

---

35 Idem.

36 Idem.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Inicialmente, foram destacadas as noções centrais do arcabouço teórico do Círculo de Bakhtin, bem como seu aproveitamento nas partes de que se compõe este livro, para situar metodologicamente a análise dos PE e projetos gráficos do jornal *Folha de S.Paulo*. Procurou-se enfatizar, assim, seu caráter capital também para o desenvolvimento da pesquisa que deu origem a esta publicação e de todas as considerações e análises por ela propiciadas, em particular as noções de **gênero do discurso, enunciado, esfera de atividade, autor e relações dialógicas**.

A seguir, descreveu-se o entendimento de jornalistas e teóricos do discurso a respeito de alguns gêneros utilizados no jornalismo diário impresso, principalmente a **notícia, o editorial e o artigo de opinião**, levando em conta a relevância do primeiro para a existência de todos os outros, e a semelhança, em certo sentido, dos gêneros **editorial e artigo de opinião** com o **projeto editorial**, o primeiro por ser a voz da empresa, e o segundo pelo seu caráter opinativo.

Após essa etapa, tratou-se de trabalhar especificamente com o gênero **projeto editorial**, um discurso caracterizado, neste livro, como pertencente ao tipo **prescritivo**, que, até bem pouco tempo, não era de acesso público. Historicamente, poucos veículos possuem PE sistematizados. A *Folha de S.Paulo* foi um dos primeiros jornais do país a



produzir um documento que se assemelhasse a um projeto, e foi também o primeiro grande jornal brasileiro a divulgá-lo publicamente.

No âmbito deste livro, o projeto da *Folha* foi avaliado em sua configuração formal, plano composicional e estilo e, posteriormente, comparado com o projeto da revista *Superinteressante*, de maneira que a análise pôde apontar diferenças de estilo – como o texto mais sério, no caso da *Folha* – em contraposição ao estilo mais bem-humorado do projeto da revista, por exemplo. Essas diferenças, inevitáveis, por se tratar de autorias diferentes, podem ser atribuídas ao fato de se dirigirem a macrogêneros diferentes, como jornal e revista. Uma terceira possibilidade é a questão da interlocução, que, para os projetos da *Superinteressante*, é restrita a seus funcionários, enquanto para a *Folha*, a partir de determinado momento, passou a ser destinado ao público externo.

Levando em conta a característica dialógica dos discursos, no sentido de que cada enunciado é sempre uma resposta a discursos alheios e anteriores, mas também antecipações a futuros enunciados, foi feita uma análise dos PE da *Folha de S. Paulo*, a fim de contextualizá-los e de identificar seus principais interlocutores: o **jornalista**, sem sombra de dúvida, interlocutor direto, para quem são dirigidas as prescrições do projeto; e o **leitor**, escolhido como objeto de análise por seu papel de personagem principal nas preocupações expressas de forma declarada pelos projetos da *Folha*, e não apenas por eles. O leitor é ainda o principal alvo das pesquisas de opinião do jornal e também expressão do compromisso da principal campanha publicitária da *Folha*: “De rabo preso com o leitor”.

A análise possibilitou determinar que a autoria dos PE, atribuída oficialmente ao Conselho Editorial do jornal, pode variar, de acordo com o contexto histórico e com os interesses da empresa, confundindo-se algumas vezes com as causas e os interesses dos jornalistas, como no projeto de 1978; com os interesses do público, como no de 1984; com os desejos do leitor, como nos de 1985 e 1986; com o da empresa e do consumidor, como no de 1997. Mas, frequentemente, os argumentos utilizados para fundamentar suas prescrições aparecem nos PE como uma exigência do próprio leitor, e não da *Folha*.

Os PE mostram também que, na tentativa de convencer os jornalistas dos seus propósitos, os argumentos utilizados variam, embora sempre se amparem em valores caros a essa comunidade discursiva, como a competência, a imparcialidade e a fidelidade aos fatos. Para alcançar os objetivos de atendimento a suas prescrições, os projetos vão desde uma ameaça velada ou direta de perda do emprego até o argumento de que é o leitor que exige determinado comportamento do jornal – e, portanto, também do jornalista –, o que vai resultar numa prescrição do PE, reforçada pelo argumento de que se comportar de acordo com determinada orientação seria sinônimo de “competência”, virtude perseguida por qualquer profissional – em especial o do campo jornalístico – em que a concorrência e a visibilidade são por demais acentuadas e causa decisiva de oportunidades e sucesso profissional.

Algumas características dos PE se modificam quando o jornalista deixa de ser o seu interlocutor direto, e o jornal decide divulgar esses textos ao público, o que amplia o público alvo dos PE. Essa atitude gera uma “contaminação de gênero”, como foi denominado neste livro, ou seja, ao ampliar o seu público, os PE passam a ter também uma função mercadológica, e não apenas prescritiva, porque, ao liberar ao público assuntos antes tão internos, a *Folha* se mostra “transparente”, oferecendo uma qualidade a mais ao seu leitor.

O cotejamento dos vários PE da *Folha* mostrou ainda o quanto a visão do leitor inscrita neles foi se modificando com o passar dos anos e que, de **leitor** apenas, essa figura de interlocução passou a ser considerada também um **consumidor**, de modo a acompanhar o processo em que o jornal foi se assumindo como empresa que objetiva lucro e que se sujeita às leis do mercado, atitude que já era vislumbrada nos primeiros PE e que é declarada no último, o de 1997.

Por fim, apontou-se uma tendência, verificada na *Folha* e em outros veículos impressos do Brasil e do mundo, a qual acena para a valorização do componente gráfico e visual do jornal, ocasionando uma supervalorização da imagem – em alguns casos, até mesmo em detrimento do texto verbal. Esse processo, que não é novo e que remete ao advento da televisão, veio se acentuando com a difusão da

internet e afetou também a *Folha*, que, no início da década de 1980, adotou procedimentos do jornal *USA Today*, evidenciados no seu PE de 1985. É possível que tenha havido uma prioridade do aspecto gráfico sobre o editorial, o que explicaria o fato de a empresa estar há mais de 14 anos sem produzir um PE, enquanto três projetos gráficos se sucederam desde 1997.

Apesar da ênfase no componente visual, as inovações propostas pelo projeto gráfico de 2010 não se mostraram, de fato, “novidades”, uma vez que já estavam presentes nas versões anteriores – principalmente na de 1985 –, tal como a ênfase nas opções de uso de mapas, gráficos e infográficos em substituição aos textos. Em termos de qualidade, essas mudanças podem ter reduzido a quantidade de material editorial e aumentado a simplificação, tornado o conteúdo mais didático, em detrimento da variedade do texto “autoral”.

Com as análises dos PE do jornal *Folha de S. Paulo*, este livro pretendeu revelar também um pouco do jornalismo brasileiro, de suas relações com o país, sua história, sua política, seu mercado de comunicação, sua estrutura jornalística e a história das relações de trabalho em uma Redação que se pretende a mais arrojada do país. Tal história, diga-se, é a de um jornal eivado de contradições internas e externas, como a análise dos PE mostraram e como também suas capas e suas manchetes mostram todos os dias: dramas, tragédias, calamidades, discursos – enfim, a vida.

A motivação última para isso pode ser sintetizada, uma vez mais, pelo pensamento bakhtiniano, em particular quando afirma que:

Não são palavras o que pronunciamos ou escutamos, mas verdades ou mentiras, coisas boas ou más, importantes ou triviais, agradáveis ou desagradáveis etc. A palavra está sempre carregada de um conteúdo ou de um sentido ideológico ou vivencial. É assim que compreendemos as palavras e somente reagimos àquelas que despertam em nós ressonâncias ideológicas concernentes à vida.<sup>1</sup>

---

1 BAKHTIN, M. *Marxismo e filosofia da linguagem: problemas fundamentais do método sociológico na ciência da linguagem*. São Paulo: Hucitec, 1999, p.95.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ABRAMO, C. *A regra do jogo: o jornalismo e a ética do marceneiro*. São Paulo: Companhia das Letras, 1988.
- ABREU, A. A.; LATTMAN-WELTMAN, F. e ROCHA, D. (Org.). *Eles mudaram a imprensa: depoimentos ao CPDOC*. Rio de Janeiro: FGV, 2003.
- ARBEX JR., J. Editorial. In: MELO, J. M. *Gêneros jornalísticos na Folha de S.Paulo*. São Paulo: FTD, 1992.
- AUTHIER-REVUZ, J. *Heterogeneidade expressa e heterogeneidade constitutiva: elementos para uma abordagem do outro no discurso*. Trad. Sandra Diniz Cosata. Paris: Centre de Recherches del` Université de Paris VIII, 1982.
- AZENHA, L. C. Apresentação. In: SILVA, C. E. L. *O adiantado da hora: a influência americana sobre o jornalismo brasileiro*. São Paulo: Summus, 1991.
- BAHIA, Juarez. *Jornal: história e técnica*. São Paulo: Ibrasa, 1972.
- BAKHTIN, M. *Estética da criação verbal*. São Paulo: Martins Fontes, 2000.
- \_\_\_\_\_. *Marxismo e filosofia da linguagem: problemas fundamentais do método sociológico na ciência da linguagem*. São Paulo: Hucitec, 1999.
- \_\_\_\_\_. *Problemas da poética de Dostoievski*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997.

- \_\_\_\_\_. *Questões de literatura e de estética*. São Paulo: Unesp, 1998.
- BARROS, D. P. Contribuições de Bakhtin às teorias do texto e do discurso. In: FARACO, C. A. et al. *Diálogos com Bakhtin*. Paraná: UFPR, 1996.
- \_\_\_\_\_. Dialogismo, polifonia e enunciação. In: BARROS, D. P.; FIORIN, J. L. (Org.). *Dialogismo, polifonia, intertextualidade*: em torno de Bakhtin. São Paulo: Edusp, 1999. (Ensaio de Cultura, 7).
- BONINI, A. *O conhecimento de jornalistas sobre gêneros textuais*. Tese (doutorado) apresentada ao curso de Pós-Graduação em Letras/Linguística da Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, 1999.
- BRAIT, B. (Org.). *Bakhtin: conceitos-chave*. São Paulo: Contexto, 2005.
- \_\_\_\_\_. (Org.). *Bakhtin: dialogismo e polifonia*. São Paulo: Contexto, 2009.
- \_\_\_\_\_. (Org.). *Bakhtin e o círculo*. São Paulo: Contexto, 2009.
- \_\_\_\_\_. (Org.). *Bakhtin: outros conceitos-chave*. São Paulo: Contexto, 2006.
- BUCCI, E. Introdução. In: GOMES, M. R. *Poder no jornalismo: discurrer, disciplinar, controlar*. São Paulo: Hacker/Edusp, 2003.
- CAVALCANTI, J. R. *No “mundo dos jornalistas”*: interdiscursividade, identidade, *ethos* e gêneros. Tese (doutorado). Campinas, SP: Unicamp, 2006.
- CHARAUDEAU, P. *Discurso das mídias*. Trad. Angela S. M. Corrêa. São Paulo: Contexto, 2006.
- CLARK, K.; HOLQUIST, M. *Mikhail Bakhtin*. Trad. J. Guinsburg. São Paulo: Perspectiva, 1998.
- CONSTITUIÇÃO da República Federativa do Brasil, 1988. Atualizada e acompanhada dos textos das Emendas Constitucionais n. 1 a 67, e das Emendas Constitucionais de Revisão n. 1 a 6. 12. ed. Belo Horizonte: Assembleia Legislativa do Estado de Minas Gerais, 2011, p.21.
- CRISTÓVÃO, A. A. L. *O projeto editorial da Folha de S.Paulo sob a perspectiva do Círculo de Bakhtin*. Dissertação (mestrado) apresentada ao Programa de Pós-graduação em Linguística e Língua Portuguesa da Unesp. Araraquara, SP, 2005.

- DISCINI, N. *O estilo nos textos: história em quadrinhos, mídia, literatura*. São Paulo: Contexto, 2003.
- DINES, A.; VOGT, C. e MELO, J. M. (Org.). *A imprensa em questão*. Campinas: Unicamp, 1997.
- EMERSON, C. *Os 100 primeiros anos de Mikhail Bakhtin*. Trad. Pedro Jorgensen Jr.. Rio de Janeiro: Difel, 2003.
- FARACO, C. A. Autor e autoria. In: BRAIT, B. (Org.). *Bakhtin: conceitos-chave*. São Paulo: Contexto, 2005.
- \_\_\_\_\_; TEZZA, C. e CASTRO, G. (Org.). *Diálogos com Bakhtin*. Curitiba: UFPR, 2007.
- FERREIRA JUNIOR, J. *Capas de jornal: a primeira imagem e o espaço gráfico visual*. São Paulo: Senac São Paulo, 2003.
- FIORIN, J. L. *As astúcias da enunciação: as categorias de pessoa, espaço e tempo*. São Paulo: Ática, 2001.
- \_\_\_\_\_. *Introdução ao pensamento de Bakhtin*. São Paulo: Ática, 2008.
- \_\_\_\_\_. *Linguagem e ideologia*. São Paulo: Ática, 1988a.
- \_\_\_\_\_. *O Regime de 1964: discurso e ideologia*. São Paulo: Atual, 1988b.
- \_\_\_\_\_. O romance e a simulação do funcionamento real do discurso. In: BRAIT, B. (Org.). *Bakhtin: dialogismo e construção do sentido*. Campinas: Unicamp, 1997.
- \_\_\_\_\_. *Para entender o texto*. Leitura e redação. São Paulo: Ática, 1998.
- \_\_\_\_\_. Polifonia textual e discursiva. In: BARROS, D. P. de e FIORIN, J. L. (Org.). *Dialogismo, polifonia, intertextualidade: em torno de Bakhtin*. São Paulo: Edusp, 1999. (Ensaio de Cultura, 7).
- FOLHA DE S.PAULO. *Folha lidera venda de jornais no país*. Caderno Mercado, p. B4. 27 de fevereiro de 2011.
- \_\_\_\_\_. *Manual geral de redação*. 2. ed. São Paulo: Publifolha, 1987.
- \_\_\_\_\_. *Manual de redação*. São Paulo: Publifolha, 2001.
- \_\_\_\_\_. *Manual de redação*. 2. ed. São Paulo: Publifolha, 2010.
- \_\_\_\_\_. Projetos Editoriais: 1981, 1984, 1985-86, 1986-87, 1988-89, 1997. Disponíveis em: <[www1.folha.uol.com.br/folha/conheca/linha\\_editorial.shtml](http://www1.folha.uol.com.br/folha/conheca/linha_editorial.shtml)>. Acesso em: nov. 2012.
- FRIAS FILHO, O. In: ABREU, A. A.; LATTMAN-WELTMAN, F. e ROCHA, D. (Org.). *Eles mudaram a imprensa: depoimento ao CPDOC*. Rio de Janeiro: FGV, 2003.

- GENRO FILHO, A. *O segredo da pirâmide: para uma teoria marxista do jornalismo*. Porto Alegre: Tchê, 1987.
- GOMES, M. R. *Jornalismo e ciências da linguagem*. São Paulo: Hacker/Edusp, 2000.
- GRILLO, S. V. C. *A produção do real em gêneros do jornal impresso*. São Paulo: Associação Editorial Humanitas, 2004.
- HOUAISS, A.; VILLAR, M. de S. *Dicionário Houaiss de Língua Portuguesa*. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001.
- KOCH, I. *Argumentação e linguagem*. São Paulo: Cortez, 1984.
- KUCINSKI, B. *A síndrome da antena parabólica: ética no jornalismo brasileiro*. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 1998.
- LAGE, N. *Controle da opinião pública, um ensaio sobre a verdade conveniente*. Petrópolis: Vozes, 1998.
- \_\_\_\_\_. *Ideologia e técnica da notícia*. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 1981.
- \_\_\_\_\_. *Linguagem jornalística*. São Paulo: Ática, 2003. (Série Princípios).
- LEITE, M. *Quem faz a opinião da Folha*. Disponível em: <www1.folha.uol.com.br/folha/ombudsman/omb\_19960512.htm>. Acesso em: nov. 2012.
- LOPES, D. F.; SOBRINHO, J. C. e PROENÇA, J. L. *A evolução do jornalismo em São Paulo*. São Paulo: Edicon, 1998.
- MACHADO, I. Gêneros discursivos. In: BRAIT, B. (Org.). *Bakhtin: conceitos-chave*. São Paulo: Contexto, 2005.
- MAINGUENEAU, D. *Novas tendências em análise do discurso*. Campinas: Pontes/Unicamp, 1992.
- MARCHEZAN, R. C. Diálogo. In: BRAIT, B. (Org.). *Bakhtin: outros conceitos-chave*. São Paulo: Contexto, 2006.
- \_\_\_\_\_. Gêneros do discurso: o caso dos artigos de opinião. In: PAULA, L.; STAFUZZA, G. *Círculo de Bakhtin: teoria inclassificável*. Campinas: Mercado de Letras, 2010. (Série Bakhtin-Inclassificável, v.1).
- MARCONDES FILHO, C. *O capital da notícia: jornalismo como produção social de segunda natureza*. 2. ed. São Paulo: Ática, 1989.
- MELO, J. M. *A opinião no jornalismo brasileiro*. Petrópolis: Vozes, 1994.

- \_\_\_\_\_. (Org.). *Gêneros jornalísticos na Folha de S.Paulo*. São Paulo: FTD, 1992.
- \_\_\_\_\_. *Jornalismo opinativo: gêneros opinativos no jornalismo brasileiro*. Campos do Jordão: Mantiqueira, 2003.
- MORETZSOHN, S. *Jornalismo em tempo real: o fetiche da velocidade*. Rio de Janeiro: Revan, 2002.
- MOTA, C. G.; CAPELATO, M. H. *História da Folha de S.Paulo (1921-1981)*. São Paulo: Impres, 1981.
- PINTO, A. E. S. P. In: FOLHA DE S.PAULO. *Manual de redação*. São Paulo: Publifolha, 2001.
- PRADA, R. R. Periodismo: la teoría general de los sistemas y la ciencia de la comunicación. México: Trillas, 1997 apud MELO, J. M. de. *A opinião no jornalismo brasileiro*. Petrópolis: Vozes, 1994.
- RAMOS, N. Programa de ação das Folhas. In: MOTA, C. G.; CAPELATO, M. H. *História da Folha de S.Paulo (1921-1981)*. São Paulo: Impres, 1981.
- \_\_\_\_\_. Carta de Princípios. In: MOTA, C. G.; CAPELATO, M. H. *História da Folha de S.Paulo (1921-1981)*. São Paulo: Impres, 1981.
- REVISTA SUPERINTERESSANTE. *Plano Editorial*. São Paulo: Abril, 1996.
- REY, L. R. S. Jornal impresso e pós-modernidade: o Projeto Ruth Clark e a espetacularização da notícia. *Estudos em Comunicação*, v.6, 2009.
- RIBEIRO, A. P. R. e SACRAMENTO, I. (Org.). *Mikhail Bakhtin: linguagem, cultura e mídia*. São Carlos: Pedro & João Editores, 2010.
- RIBEIRO, J. C. *Sempre alerta: condições e contradições do trabalho jornalístico*. São Paulo: Olho d'Água, 2001.
- RODRIGUES, R. H. *A constituição e o funcionamento do gênero jornalístico artigo: cronotopo e dialogismo*. Tese (doutorado). Pontifícia Universidade Católica de São Paulo: PUC, 2001.
- \_\_\_\_\_. Os gêneros do discurso na perspectiva dialógica da linguagem. In: MEURER, J. L., BONINI, A.; MOTTA-ROTH, D. (Orgs.). *Gêneros: teorias, métodos, debates*. São Paulo: Parábola Editorial, 2007.



- SÉRIOT, P. Generalizar o único: gêneros, tipos e esferas em Bakhtin. In: *Revista Línguas e Instrumentos Linguísticos*. Campinas: RG, 2009. Disponível em: <[www.revistalinguas.com/edicao21/revista\\_linguas\\_21.pdf](http://www.revistalinguas.com/edicao21/revista_linguas_21.pdf)>. Acesso em: nov. 2012.
- SILVA, C. E. L. *Mil dias: os bastidores da revolução em um grande jornal*. Tese (livre-docência). Escola de Comunicações e Artes, USP, São Paulo, 1987.
- \_\_\_\_\_. *Mil dias: os bastidores da revolução em um grande jornal*. São Paulo: Trajetória Cultural, 1988.
- \_\_\_\_\_. *Mil dias: seis mil dias depois*. São Paulo: Publifolha, 2005.
- \_\_\_\_\_. *O adiantado da hora: a influência americana sobre o jornalismo brasileiro*. São Paulo: Summus, 1991.
- STAM, R. Bakhtin e a crítica midiática. In: RIBEIRO, A. P. R.; SACRAMENTO, I. (Org.). *Mikhail Bakhtin: linguagem, cultural e mídia*. São Carlos: Pedro & João Editores, 2010.
- TASCHNER, G. *Folhas ao vento: análise de um conglomerado jornalístico no Brasil*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.
- TRAVANCAS, I. S. *O mundo dos jornalistas*. São Paulo: Summus, 1993.
- VILAS BOAS, S. *O estilo magazine: o texto em revista*. São Paulo: Summus, 1996.
- VOLOSHINOV, V. N. (1926) Discurso na vida e discurso na arte. In: BAKHTIN, M. *Freudianism*. New York: Academic Press, 1976, (mimeo, 2000).

# ANEXOS<sup>1</sup>

---

1 Os textos desta seção não sofreram alteração para respeitar a ortografia vigente à época dos documentos originais.

## Projeto Editorial 1981 – A Folha e alguns passos que é preciso dar

### *Um tipo de jornal*

O objetivo de um jornal como a *Folha* é, antes de mais nada, oferecer três coisas ao seu público-leitor: informação correta, interpretação competente sobre essa informação e pluralidade de opiniões sobre os fatos.

Por informação correta entende-se a descrição de tudo aquilo capaz de afetar a vida e os interesses que se acredita serem os dos leitores.

Essa descrição é realizada na forma mais sintética, despojada e distanciada possível (embora seja quase sempre impossível atingir a neutralidade absoluta. Ao contrário, isso é raramente factível. Existem, na realidade, descrições mais neutras, ou seja, mais objetivas que outras; de onde se deduz que a neutralidade é uma quimera, mas aproximar-se de neutralidade não é).

Por interpretações competentes a respeito dos fatos entendem-se os comentários e análises redigidos por profissionais que, conforme os critérios adotados pelo jornal, aliam o domínio sobre determinada área do conhecimento ou da atividade humana ao domínio sobre a técnica de escrever, combinando em seus textos ambas as habilidades.

Por pluralidade de opiniões sobre os fatos entende-se a publicação de textos, artigos, depoimentos, entrevistas, etc., que, tomadas em seu conjunto, funcionem como uma reprodução mais ou menos fiel da forma pela qual as opiniões existem e se distribuem no interior da sociedade.

É evidente que, uma vez fixado o objetivo assim definido, não há um meio automático que permita saber se os critérios utilizados em cada caso estão atendendo às finalidades propostas ou não; só parece possível ter alguma certeza sobre essa questão por meio de processos demorados de discussão interna, combinados à observa-

ção atenta das reações dos leitores, que podem punir ou premiar o jornal.

Mas para o tipo de jornal que a *Folha* parece decidida a ser não basta o atendimento daquelas três finalidades mencionadas no primeiro parágrafo.

Em outras palavras: não é suficiente oferecer ao leitor uma amostra representativa da pluralidade real das opiniões que existem.

Se o jornal se satisfizer com isso, nunca passará de um mero repositório, sem forma nem vontade, das opiniões que a sociedade vai produzindo (o que, no caso do Brasil, já significaria a prestação de um grande serviço).

É necessário que o jornal, sem discriminar opiniões diversas das que adota (e, ao contrário, estimulando polêmicas com elas), tenha as suas próprias convicções sobre os fatos e os problemas. Elas é que transformam o jornal em um ser ativo, com uma identidade visível e um certo papel a desempenhar.

São, também, as opiniões oficialmente expostas pelo jornal que possibilitam o desenrolar de um importante diálogo silencioso entre o leitor e o seu jornal, diálogo que, com o passar do tempo, cimenta os laços de respeito e de estima entre o jornal e seu leitorado.

### ***Um ponto de passado e de futuro***

No início da década passada, a *Folha* começou a aproximar-se mais rapidamente do modelo de jornal esboçado no item anterior deste documento interno. Não cabe aqui inventariar as condições que permitiram ao jornal fazê-lo, nem cabe tampouco sumariar os passos que vem dando e a estratégia geral que vem seguindo desde então.

Ressalta-se, apenas, a existência de alguns ingredientes que parecem muito importantes e mesmo imprescindíveis nesse processo: saúde econômica e financeira da empresa, firme disposição para a independência jornalística e para a superação das tradições paroquiais da imprensa tradicional, senso de oportunidade para saber avançar somente quando as circunstâncias ao mesmo tempo

permitem e reclamam, e – por fim, mas não menos importante – a existência de uma ideia que mereça ser posta em prática: no caso, o projeto de um jornal estabelecido em linhas muito gerais no item anterior.

Para a discussão que se propõe no momento, interessa que nos detenhamos um pouco sobre esse projeto, essa “ideia de jornal”. Pode haver inúmeras coisas por trás de uma ideia; normalmente, porém, elas são ou coisas que se prometem ou coisas que se oferecem.

Quando, na década passada, deu começo à sua “revolução política”, “abertura” ou que outro nome se queira dar a esse processo que nos é conhecido, a *Folha* nada tinha a oferecer à opinião pública, aos leitores, anunciantes e mesmo aos profissionais e colaboradores que nela trabalhavam e atuavam, a não ser intenções.

É claro que já havia a solidez empresarial, fruto de uma concepção administrativa e comercial ao mesmo tempo austera, diligente e por vezes agressiva; já havia uma infraestrutura industrial moderna e um sistema de distribuição de exemplares reconhecidamente bem-sucedido em São Paulo e Estados adjacentes. Havia, ainda, um número de leitores bastante elevado (para os padrões brasileiros), fiéis ao jornal.

No entanto, com relação ao projeto, à “ideia de jornal” propriamente dita, nada havia além de intenções e, portanto, promessas a oferecer. Era natural, dessa maneira, que a *Folha* lançasse mão de todo e qualquer recurso que pudesse auxiliar na sua caminhada, ainda que precária e provisoriamente; era natural, por exemplo, que aproveitasse os ventos da abertura que sopravam já no período 1974-1978 para concentrar a maior parte de seus esforços na criação de impacto opinativo (“agora sim a *Folha* tem opinião”, dizia-se com alguma frequência, pouco importa neste momento se acertada ou equivocadamente) que permitisse ao jornal alçar-se no conceito público.

Houve, ao longo dos anos, muito trabalho, algumas crises (o chamado “caso Diaféria”, a greve praticamente integral da catego-

ria dos jornalistas em 1979, entre outras), sucessos, decepções, etc. Hoje a situação não é mais a mesma.

A *Folha* já tem, afora as intenções ainda por realizar, intenções já realizadas. Embora haja um sem-número de críticas que merecemos e que com frequência nos fazemos, o jornal representa atualmente muito mais do que já representou através de sua atuação e imagem públicas no passado.

Ao seu redor, surge um crescente consenso de que este é, de fato, um jornal independente, confiável naquilo que publica e cujas atitudes devem ser permanentemente levadas em consideração. Vem escrevendo de modo cada vez mais nítido o seu papel real na cena política, preenchendo a função de um órgão liberal-progressista, ou seja, numa só frase: partidário dos princípios e métodos legados pelo liberalismo político e preocupado com a necessidade de introduzirmos reformas pacíficas mas profundas no capitalismo brasileiro, destinados a solucionar os problemas sociais mais graves e criar convivência social estimável para a maioria e aceitável para as minorias.

### ***Os passos necessários***

Para prosseguir em seu projeto, para manter e ampliar as suas posições no mundo jornalístico, para defender as estacas que já demarcou na cena pública e, especialmente, para ser cada vez mais um jornal que conta com a confiança do público-leitor de jornais (porque não deturpa, ao menos deliberadamente, fatos, porque não tem preconceitos, porque não faz campanhas de linchamento moral, porque procura não ser nem elitista nem sensacionalista) – para realizar essas tarefas, este jornal precisa tornar as coisas mais claras ainda.

Precisa, sobretudo, que todas as pessoas que ocupam posições de chefia ou de grande responsabilidade individual na sua estrutura interna conheçam qual é o projeto; o que conseguimos, coletivamente, fazer até hoje e o que pretendemos para o futuro. Podemos dizer que o projeto vem dando certo: é indubitável que a *Folha* é hoje um jornal mais influente, mais forte e mais conhecido do que

era na década passada e mesmo nas décadas anteriores. Parece especialmente fora de dúvidas que a *Folha* vem prestando, de forma concreta, um serviço útil à democracia pela publicação honesta dos fatos e pela divulgação de um amplo painel de ideias, em artigos ou em debates realizados no jornal.

O Brasil atravessa um período de graves dificuldades econômicas e sociais, que se justapõem a um momento de transição política. Estas circunstâncias naturalmente submeterão o jornal a duras provas, para o enfrentamento das quais ele deve estar preparado.

Nesse passo, o núcleo dirigente do jornal (editores, subeditores, diretores de Sucursal e correspondentes no exterior) precisa estar consciente e capacitado para impedir qualquer arranhão na linha de independência que vimos trilhando.

Trata-se de aprofundar essa característica numa conjuntura em que ela será atacada, em que interesses de variada natureza (legítimos, de resto, se postos em seu leito adequado) tentarão introduzir-se em nossas páginas com intenções hegemônicas ou excludentes do livre curso de opiniões e em prejuízo do registro isento dos fatos.

A manutenção do princípio da independência, portanto, exige uma atitude firme e justa, sem hesitações quanto à sua aplicação. Não se trata, frisamos, de estabelecer no jornal qualquer discriminação ideológica ou política na seleção de temas a serem abordados ou de pessoas que conosco trabalhem, mas de manter a linha independente do jornal, sem concessões de quaisquer espécies.

O que propomos, então, para esta nova fase que vivemos?

É nossa convicção de que existe, já consolidado, um projeto do jornal, apenas esboçado neste documento mas claramente desenhado nos últimos anos.

Por motivos que vão vem ao caso desenvolver aqui, esse projeto nem sempre é compreendido em toda sua dimensão por todos quantos fazem o jornal. E, às vezes, é agredido ou negado, quando ocorrem falhas no plano profissional, por ação ou por omissão.

Sugerimos que todos os que exercem cargos de chefia ou funções de confiança façam uma opção permanente – disponham-se a abraçar em definitivo o projeto do jornal como uma missão a ser

cumprida a cada dia, com afinco, aplicação e responsabilidade, ou que desistam do cargo, por discordância ou por inapetência.

Deve ficar claro que, no pressuposto da própria linha do jornal, os que decidirem abandonar o projeto não estarão, nem de longe, convidados a romper com ele. Devem apenas ceder o lugar, exercendo outras funções, isto é, aquelas onde não haja decisões de natureza editorial ou administrativa diretamente envolvidas.

Continuaremos o relacionamento profissional sem discriminação de qualquer espécie. Manteremos, como uma qualidade inalienável do jornal, a tolerância e o estímulo à pluralidade de opiniões.

Para os que optarem por permanecer no núcleo dirigente deve ficar claro que se elevará o nível das exigências e das solicitações.

Elevar a qualidade técnica, informativa, do jornal – essa é a meta. E os que chefiam devem tomar parte ativa na sua consecução, assumindo todas as responsabilidades ligadas a esse esforço.

Nunca será demais afirmar que a ossatura de um jornal, o que lhe sustenta o corpo dando-lhe consistência e forma, são as reportagens, os textos noticiosos e as fotos de boa qualidade. Editoriais e artigos apenas complementam essa ossatura, que segue sendo a essência do jornal. Daqueles que não exercem funções de chefia, portanto, devemos exigir isenção e correção no trabalho individual, compreendendo-se estes dois conceitos como fundamentais à constante elevação do padrão técnico do jornal.

A experiência nos demonstra à sociedade que não existe outra maneira de levarmos adiante o projeto que a *Folha* é obrigada a encarar como missão.

São providências, estas que apresentamos acima, imperativas na defesa do futuro do jornal, dos empregos que garante, dos melhores salários que poderá oferecer e da dignidade profissional cuja proteção não constitui monopólio de ninguém.

Se estivermos corretos, como julgamos estar, quando sustentamos tais convicções, as gerações do futuro poderão olhar para a *Folha* e dizer: “Eis aí algo de útil e bom, algo que deve ser preservado”.



FOLHA DE S. PAULO		NOME:	MATÉRIA:	LAUDA
1234567890	1234567890	1234567890	1234567890	1234567890
1	2	3	4	5
				6

169

"A Folha em busca do apartidarismo, reflexo  
do profissionalismo"

Documento Interno

Conselho Editorial

Março, 1982

(texto para discussão)

RECOMENDAÇÕES: - 1) Escrever à máquina, em 3 cópias, bem alinhado ao número das folhas e sem transpor os limites do retângulo. 2) Preservar o espaço de cabeçalho de lauda e acrescentar em X, (p.e) à altura deixo, a) 1 e numerado. 3) Princípios de parágrafos a 5 exceto de margem esquerda. 4) Todos eles, sempre que possível, no mesmo laudo em que foram solicitados. 5) Evitar frases de mais de 5 linhas. 6) Em cada lauda, no máximo, 4 parágrafos, e no máximo 1 e no máximo 2 parágrafos. 7) Corrigir a margem antes de encerrar. 8) A máquina escrita, nas avulsas.

FOLHA DE S. PAULO NOME - MATÉRIA: Doc. Int. LAUDA: 01  
 1234567890 1234567890 1234567890 1234567890 1234567890 1234567890 1234567890  
 1 2 3 4 5 6 170

1. A Preocupação com a Independência do Jornal

Temos procurado definir o conceito de independência da "Folha" de maneira cada vez mais precisa, entendendo-a como desvinculação com qualquer tipo de grupo de interesses, seja de natureza política ou econômica. Isto não quer dizer, evidentemente, que a "Folha" deva ser um jornal anódino, sem posições, sem idéias. Mas quer dizer que o jornal não está aprioristicamente comprometido com posições pré-estabelecidas. Não quer dizer, tampouco, que o jornal ignora as influências a que está permanentemente sujeito (por meio de grupos de pressão, lobbies etc.) mas quer dizer que se reserva o direito - do qual é especialmente cioso - de levar essas influências em conta ou não, e de pronunciar-se a seu respeito da forma que entender mais adequada.

Em suma, os esforços nessa área podem ser resumidos na seguinte fórmula: não se trata de isolar o jornal do resto do mundo, como se numa torre de marfim; trata-se, porém, de ampliar ao máximo a sua autonomia real.

2. As exigências do profissionalismo

A opção radical pela independência está exigindo, de todos nós, grandes esforços e sacrifícios. Do ponto de vista humano, é difícil

ALHA DE S. PAULO      NOME -      MATÉRIA      Doc. Int.      LAUDA: 02  
 1234567890    1234567890    1234567890    1234567890    1234567890    1234567890  
                   1                    2                    3                    4                    5                    6

01 manter o interesse público acima das nossas predisposições pessoais, 01  
 02 das nossas idiossincrasias e dos nossos pontos de vista - até porque 02  
 03 a essa dificuldade corresponde uma outra : a de saber onde está o in 03  
 04 teresse público, questão sempre controvertida quando se examina cada 04  
 05 caso em concreto. A experiência tem demonstrado que só a contínua e 05  
 06 permanente discussão interna é capaz de nos orientar a esse propósi- 06  
 07 to. 07  
 08                   Esses esforços no rumo da independência exigem, por sua vez, um 08  
 09 crescente profissionalismo da nossa parte. Embora a imparcialidade jo 09  
 10 nalística seja uma fantasia, porque é impossível dar à notícia um 10  
 11 tratamento absolutamente neutro (o destaque da matéria, o número de 11  
 12 linhas, a sequência das informações que contém - tudo isso implica 12  
 13 opções que não são neutras), ainda assim é preciso reconhecer que há 13  
 14 tratamentos jornalísticos mais parciais do que outros. Se atingir a 14  
 15 imparcialidade absoluta é um wishfull thinking, aproximar-se dela 15  
 16 não é, constituindo, ao contrário, algo perfeitamente factível. 16  
 17                   Nesse sentido, portanto, profissionalismo é sinônimo de desenga 17  
 18 jamento. É uma luta sem trégua contra o parti pris, contra o precon- 18  
 19 ceito, contra o senso-comum (daí a idêia do "não é o que parece"), 19  
 20 contra a falta de clareza e de concisão, contra as informações incom 20

RECOMENDACIONES - 1) Escribir á máquina, em 2 exemplares, sobre um folheto de número das linhas e sem transgredir os limites do rectângulo. 2) Apresentar  
 o original de cada uma das folhas e o respectivo em X (de) á última delas, com a numeração de protocollo de paratextos e 3) Escribir em margem esquerda  
 o nome e o número de cada uma das folhas, em cada uma das linhas.

FOLHA DE S. PAULO      NOME -      ENDEREÇO      Doc.      Int.      UNIDADE      03  
 1234567890    1234567890    1234567890    1234567890    1234567890    1234567890    123  
                   1                    2                    3                    4                    5                    6                    172

1 plotas ou ambíguas. O leitor espera, do material noticioso e interpre- 01  
 2 tativo (ao contrário do material opinativo), aquele mínimo de isenção 02  
 3 jornalística que lhe permita compreender os fatos e suas implicações 03  
 4 possíveis ou prováveis. 04

5                    Em um ano de eleições, é natural que o profissionalismo signifi- 05  
 6 que, sobretudo, a luta contra o partidarismo. 06

### 7 3. Diferentes graus de profissionalismo 07

8                    O problema é real e já se faz sentir com toda a nitidez. As pres- 08  
 9 sões de fora para dentro do jornal se avolumam e as tensões internas, 09  
 10 provocadas pela proximidade do drama eleitoral, tornam-se mais agu- 10  
 11 das. É necessário, portanto, que estabeleçamos uma pauta de defini- 11  
 12 ções que permitam esclarecer o problema, adequando a sua solução ao 12  
 13 Projeto do Jornal conforme definido, em linhas muito gerais, no docu- 13  
 14 ento "A Folha e Alguns Passos que é Preciso Dar", de junho do ano 14  
 15 passado. 15

16                    O caráter jornalístico de uma matéria é que define o grau de 16  
 17 profissionalismo exigido em sua produção e redação. Assim: 17

18 a) matérias não-assinadas (inclusive editoriais e "painel", além do 18  
 19 noticiário não assinado) - nessas matérias, é o jornal quem, impes- 19  
 20 soalmente, se dirige ao leitor. O que se exige aí, portanto, é um má- 20

RECOMENDAÇÕES: - 1) Escrever à máquina, em 3 espaços, base em frente ao número das linhas e sem transpor os limites do retângulo. 2) Preservar o espaço do cabeçalho da linha e acrescentar um X (x4) à última delas, após a numeração. 3) Principiar os parágrafos a 5 espaços da margem esquerda e concluir todos eles, sempre que possível, na mesma linha em que foram iniciados. 4) Evitar frases de mais de 5 linhas. 5) Em cada linha, no máximo 1 e no máximo 4 parágrafos, e no máximo 1 e no máximo 3 sublinhados. 6) Corrigir e marcar antes de imprimir. 7) A máquina cizera nas emendas.

1234567890	1234567890	1234567890	1234567890	1234567890	1234567890	Doc. Int.	LEUSA	04
1	2	3	4	5	6			173
21	ximo de profissionalismo em termos de isenção e distanciamento o que,							
22	no caso particular dos editoriais, reclama distanciamento ao emitir							
23	opiniões. A "Folha" não deseja transformar-se em um jornal partidário,							
24	considerando mesmo que o seu papel no processo de formação da opinião							
25	pública e de democratização do País será muito mais útil e valioso à							
26	medida em que mantiver-se apartidária (embora assumindo posição no							
27	que se refere às questões concretas que estão na pauta dos partidos).							
28	É importante, inclusive, que a "Folha" tire o máximo proveito da auto							
29	ridade moral que deflui dessa atitude apartidária. O caso do "painel"							
30	é excepcional e delicado, porque a função da coluna renova natural-							
31	mente para o gossip - seria interessante que os redatores da seção							
32	tenham em mente, mais do que nunca, a responsabilidade de redigirem							
33	aquilo que, em última análise, corresponde à voz impessoal do jornal							
34	(uma vez que a coluna não é assinada) que deve, consequentemente,							
35	ser apartidária.							
36	b) matérias assinadas com iniciais - são compreendidas como matérias							
37	interpretativas ou semi-noticiosas que não correspondem, necessaria-							
38	mente, ao pensamento impessoal do jornal nas que, de duas uma: ou							
39	estão afinadas com esse pensamento em seus traços gerais ou não assi-							
40	nadas por pessoas que na maior parte das vezes estão de acordo com							

JORNAL DE S. PAULO      NOME: -      MATÉRIA: Doc. Int.      LAUDA: 05  
 1234567890 1234567890 1234567890 1234567890 1234567890 1234567890 1234567890  
 1                    2                    3                    4                    5                    6                    7

01 esse pensamento. (      174  
 02 c) reportagens assinadas - tudo o que foi afirmado com relação às ma- (      0  
 03 térias noticiosas não-assinadas (isenção, distanciamento etc.) vale (      0  
 04 para as reportagens assinadas com ressalva de que, nestas é lícito (      0  
 05 e até desejável que a personalidade jornalística do autor apareça com (      0  
 06 clareza, bem como o seu estilo individual. Não é preciso, portanto, (      0  
 07 que o texto seja seco e absolutamente despojado - as reportagens as- (      0  
 08 sinadas comportam um interesse e um esforço pessoais do repórter no (      0  
 09 assunto abordado e toleram bem um tom semi-literário, desde que de (      0  
 10 boa qualidade. (      1  
 11 d) artigos assinados (inclusive os ~~de~~ das colunas permanentes (      1  
 12 do jornal) - as exigências do profissionalismo aqui são muito mais (      1  
 13 tênues. Pressupõe-se, apenas, que o autor tenha legitimidade para tra- (      1  
 14 tar dos assuntos que enfoca (o reconhecimento dessa legitimidade é (      1  
 15 dado por força do próprio convite para escrever regularmente). Mas (      11  
 16 também nesses casos, o apartidarismo é um imperativo, a não ser que (      16  
 17 o jornal decida-se a criar uma coluna destinada especificamente à (      17  
 18 expressão das teses oficiais de todos os partidos reconhecidos por (      18  
 19 lei, o que não acontece. O autor de artigos (não reportagens) assina (      19  
 20 dos deve ter assegurada a sua liberdade para tratar dos seus temas (      20

RECOMENDAÇÕES: - 1) Escrever à máquina, em 3 espaços, base em frente ao número das linhas e sem transpor de limites do retângulo. 2) Apresentar os dados do cabeçalho da lauda e acrescentar em X (até à última delas, após a numeração). 3) Principiar os parágrafos a 5 espaços da margem esquerda e concluir todos eles, sempre que possível, na mesma lauda em que foram iniciados. 4) Evitar frases de mais de 5 linhas. 5) Em cada linha, no máximo 2 e no máximo 4 parágrafos, e no máximo 1 e no máximo 2 brevíssimos. 6) Concluir a matéria antes de entregar. 7) A máxima clareza nas ideias.



FOLHA DE S. PAULO NOME: - MATÉRIA: Doc. Int. LAUDA: 06  
 1234567890 1234567890 / 1234567890 1234567890 1234567890 1234567890 1234  
 1 2 3 4 5 6 175

01 segundo o ângulo de visão que lhe parecer mais apropriado e defende 0  
 02 do os pontos de vista que lhe parecerem corretos, mas não deve dis - 0  
 03 por da liberdade para fazer proselitismo. Na verdade, o jornal dis - 0  
 04 põe de um espaço permanente destinado ao debate livre de teses e de 0  
 05 idéias - e, por consequência inexorável, ao proselitismo, inclusive 0  
 06 o proselitismo partidário - que é a seção 2 "tendências/debates" da 0  
 07 Página Três.

08 4. Em síntese 08

09 Em síntese pode-se dizer que, neste ano de eleições, a indepen- 06  
 10 dência do jornal e o profissionalismo do trabalho jornalístico sig - 10  
 11 nificam apartidarismo. A "Folha" prestará serviços mais relevantes 11  
 12 à opinião pública se continuar abordando problemas, tomando posi - 12  
 13 ções e abrindo espaço para pontos de vista divergentes sem atrelar- 13  
 14 se, no todo ou em parte, a partidos políticos. É da autonomia da im - 14  
 15 tituição jornalística e de sua preservação que se trata. 15

16 Graus diferentes de profissionalismo são requeridos em tipos di 16  
 17 ferentes de material jornalístico. O apartidarismo ~~partidário~~ contudo 17  
 18 é uma exigência presente em todos eles - não o apartidarismo dos 18  
 19 autores das matérias e artigos, mas o apartidarismo de seus textos. 19

20 SP 26/3/82 - OFF 20

RECOMENDAÇÕES: - 1) Escrever à máquina, em 3 cópias, bem alinhadas ao número das linhas e sem ultrapassar os limites do retângulo. 2) Apresentar o texto de cada página de texto e numerar em X (até à última linha, toda a numeração). 3) Principiar no parágrafo a 5 espaços de margem esquerda. 4) Usar letra de molde de 12 pontos. 5) Usar letra de molde de 12 pontos. 6) Usar letra de molde de 12 pontos. 7) Usar letra de molde de 12 pontos. 8) Usar letra de molde de 12 pontos. 9) Usar letra de molde de 12 pontos. 10) Usar letra de molde de 12 pontos. 11) Usar letra de molde de 12 pontos. 12) Usar letra de molde de 12 pontos. 13) Usar letra de molde de 12 pontos. 14) Usar letra de molde de 12 pontos. 15) Usar letra de molde de 12 pontos. 16) Usar letra de molde de 12 pontos. 17) Usar letra de molde de 12 pontos. 18) Usar letra de molde de 12 pontos. 19) Usar letra de molde de 12 pontos. 20) Usar letra de molde de 12 pontos.

## Projeto Editorial 1984 – A Folha depois da campanha Diretas-Já

### *Credibilidade exige responsabilidade*

A campanha Diretas-já faz parte da história brasileira. Faz parte, também, da história da *Folha*, que aderiu à campanha em novembro do ano passado e foi o primeiro grande meio de comunicação a fazê-lo.

De novembro até a votação da emenda Dante de Oliveira, em abril, o jornal experimentou uma mobilização interna sem precedentes. Externamente, disseminou e consolidou o prestígio público acumulado nos anos anteriores. Impôs-se, ao país inteiro, como uma das principais forças formadoras de opinião pública. Conquistou um importante crédito de confiança junto à sociedade civil. Antes da campanha, era difícil ignorar a *Folha*; depois dela, tornou-se impraticável.

Esse desenvolvimento aumenta nossas responsabilidades. Depende do nosso trabalho levar a *Folha* até a sua maturidade jornalística ou fazê-la regredir, desperdiçando uma oportunidade talvez única.

Temos em nosso favor a ausência de preconceito, uma posição política aberta e que encontra ampla ressonância na opinião pública, uma disposição para crescer e mudar e ainda a relativa estagnação em que se acha a maioria dos demais grandes jornais.

Sobretudo, temos atrás de nós uma empresa economicamente sólida, financeiramente saudável e que vem adotando uma atitude crescentemente agressiva no setor publicitário e comercial. É a situação privilegiada da empresa que tem assegurado a autonomia política e a contundência editorial da *Folha*.

Temos contra nós graves problemas de estrutura jornalística. A empresa tem feito investimentos nessa área, e o exemplo mais notável nesse sentido é a criação da reportagem especial. Não somente na reportagem especial, mas na *Folha* como um todo, trabalha hoje um número expressivo de jornalistas talentosos, capazes e dedicados.



Não obstante, enfrentamos dificuldades sérias. Nossos serviços noticiosos são ainda precários, a qualidade das nossas edições é muito flutuante, há altos e baixos no interior de cada edição.

A fase de instalação do sistema de vídeo está praticamente encerrada, e com sucesso. Mas o fluxo interno, desde as fontes de produção até a impressão, é cheio de percalços e irregularidades. Não conseguimos cumprir o cronograma imposto pelas exigências industriais e da circulação. Nossos mecanismos de controle sobre o padrão técnico do material editado são falhos: é raro que uma edição da *Folha* não apresente erros grosseiros de informação e de edição.

Assoberbados pelo acúmulo de trabalho, que às vezes conduz quase à exaustão física e psicológica, os jornalistas que ocupam cargos de chefia estão excessivamente absorvidos pela rotina e pelos problemas do dia a dia, sem tempo – e frequentemente sem ânimo – para atacar os problemas de estrutura, que são a verdadeira causa dos problemas diários.

Nossos critérios ainda são muito heterogêneos e, além disso, é comum faltar orientação editorial para repórteres ou redatores, que se ressentem da falta de instruções precisas e uniformes. Finalmente – e apesar das constantes substituições de pessoal, responsáveis em parte por uma certa turbulência que intranquiliza a Redação –, ainda há um número considerável de jornalistas cuja qualificação profissional não está à altura das exigências colocadas pelo *Projeto da Folha*. Não há tempo nem condições materiais para adestrá-los e prepará-los adequadamente; terão que ser substituídos. A empresa terá que investir para viabilizar essas substituições e para remunerar melhor a maioria que permanecerá.

### ***A busca do jornalismo moderno e apartidário***

O Projeto em curso na *Folha* teve origem em discussões que iniciaram por volta de 1974; há dez anos, portanto. O modelo de jornalismo que este Projeto advoga está claramente delineado em dois documentos sucessivamente produzidos no âmbito do Conselho Editorial: “A *Folha* e alguns passos que é preciso dar” (junho,

1981) e “A *Folha* em busca do apartidarismo, reflexo do profissionalismo” (março, 1982). O crescimento contínuo do prestígio, da credibilidade e da influência da *Folha* constitui um sintoma inequívoco de que este Projeto está correto. Temos um mandato expresso de quase 300 mil compradores de jornal, renovado a cada dia nas bancas e na não suspensão das assinaturas, para levar esse Projeto adiante. É em nome dos quase 900 mil leitores reais, que estão por trás daqueles 300 mil, que fazemos a *Folha*. É o mandato conferido implicitamente por eles e que eles podem cassar a qualquer dia que legitima as nossas decisões.

As ideias gerais que norteiam o modelo de jornalismo que vimos procurando pôr em prática estão condensadas a seguir. Trata-se de um jornalismo crítico, pluralista, apartidário e moderno.

**CRÍTICO** – Não basta relatar os fatos, é preciso expô-los à crítica. Por definição, qualquer fato jornalístico é objeto da crítica jornalística. Pode ser a crítica propriamente dita, como, por exemplo, no editorial ou no artigo assinado. Pode ser a crítica realizada por meio da interpretação do fato e da análise de suas causas e consequências, como na reportagem ou no texto de apoio assinado. Pode ser crítica que o repórter realiza quando compara fatos, estabelece analogias e veicula diferentes versões sobre um mesmo fato. Todo fato comporta mais de uma versão; a verdade pode emergir da contradição entre diferentes versões. Não é errado publicar versões contraditórias; errado é o jornal ou o jornalista fazer-se de árbitro da verdade e impedir uma ou várias versões de chegar até o leitor. O tom de crítica – serena e fundamentada – deve permear o jornal da primeira à última página. Não somos jornalistas para elogiar, mas para criticar.

**PLURALISTA** – A sociedade é plural; há sempre interesses e pontos de vista em conflito. O melhor serviço público que um jornal não partidário pode fazer é tornar essa realidade transparente; é reproduzir, em suas páginas, e na proporção mais exata possível, a forma pela qual as divergências se distribuem no interior da opinião pública. Isto não significa que o jornal se abstém, que não toma posição, que é “neutro” – nada disso. Mas o jornal não quer impor

suas opções ao leitor, não quer aprisioná-lo numa camisa de força ideológica, não quer tiranizá-lo. Vamos deixar que as dissonâncias corram soltas, vamos estimular a polêmica, vamos tornar tudo – inclusive o próprio jornal – cada vez mais visível, mais público e mais transparente para o leitor. Ele que decida de acordo com o seu próprio interesse, que ele sabe avaliar muito melhor do que nós.

Também o pluralismo deve permear o jornal do começo ao fim. As reportagens precisam relatar os vários pontos de vista das pessoas envolvidas com o fato; ao pautar artigos, devem balancear-se tendências diferentes e, se possível, opostas; idem ao se pautarem debates, entrevistas, etc.

APARTIDÁRIO – A *Folha* é grande o suficiente e abarca um número suficientemente alto de leitores para que pudesse ser um jornal partidário; uma opção partidária significaria, hoje, reduzir nosso impacto sobre a opinião pública e autocondenar-nos ao isolamento. Ser um jornal partidário é ser um jornal organicamente vinculado a um partido político, a uma tendência ideológica, a um grupo econômico, a um governo, a um líder. Não temos, felizmente, qualquer vinculação desse tipo. Mas ser um jornal apartidário não significa ser um jornal que não toma partido. Pelo contrário, a *Folha* faz questão de tomar partido no maior número possível de temas. Mas não tomamos partido mecanicamente; não fazemos, para utilizar uma expressão de origem diplomática, “alinhamentos automáticos”. Cada questão é uma questão, e nós tomamos partido em relação a ela especialmente, não em relação à estratégia geral de quem a propõe, seja um partido, um grupo etc.

MODERNO – O sentido de moderno é, no caso, bem concreto. Jornalismo moderno na medida em que se propõe a introduzir, na discussão pública, temas que até então não tinham ingresso nela. Na medida em que põe em circulação novos enfoques, novas preocupações, novas tendências.

O principal objetivo do nosso trabalho é formar, entre nós, uma opinião pública esclarecida, crítica e atuante.

## ***Precisamos atacar os problemas***

Precisamos identificar e atacar diretamente os problemas de estrutura. Antes de tudo, temos que uniformizar nossos critérios editoriais e técnicos. Está praticamente concluído o *Manual Geral da Folha*. Ele é fruto de um processo que se estende desde o final do ano passado.

Um esboço originário, solicitado pelo Conselho Editorial à direção da Sucursal do Rio, foi longamente desenvolvido pela equipe que no início deste ano integrava a Direção de Redação (editor-responsável, secretário do Conselho e secretário de Redação). Foram pedidas críticas e sugestões à chefia da Agência, aos editores, à cúpula da Sucursal de Brasília, aos repórteres especiais e a alguns colaboradores do jornal.

Não se trata de um evangelho editorial. Trata-se de uma base de referência que traduz uma visão uniforme sobre os vários problemas da atividade jornalística. Organizado sob a forma de centenas de verbetes práticos, o *Manual Geral* vai sustentar as nossas discussões e decisões com a objetividade do texto escrito, que substituirá a subjetividade das opiniões pessoais.

É consenso que o ponto frágil da *Folha* é a informação. Precisamos informar mais e melhor. Temos que publicar textos mais corretos, mais objetivos, mais concisos, mais claros, mais completos e, sobretudo, mais exatos. A chefia da Agência está concentrando esforços numa verdadeira batalha pela exatidão em todos os níveis. Esta é a tarefa prioritária. É imprescindível que todos nós estejamos firmemente engajados nela.

Os companheiros que ocupam cargos de chefia na redação e sucursais devem dedicar menor tempo e atenção aos trabalhos da rotina diária, os quais devem ser delegados a subordinados que possam responder pelas consequências da execução. Em contrapartida, os que exercem aquelas funções de chefia precisam voltar-se para o que estamos chamando de problemas estruturais.

Precisam orientar mais suas respectivas equipes, expondo os objetivos e discutindo as falhas ocorridas. Precisam utilizar a ima-

ginação para impulsionar o trabalho de pauta e para conceber novos enfoques em relação ao noticiário. Precisam planejar antecipadamente as suas edições e estabelecer esquemas alternativos a serem adotados caso o planejamento fracasse ou novos fatos determinem que ele seja modificado ou simplesmente abandonado – não está errado mudar o que se planejou; errado é não ter planejado nada.

Precisam, ainda, agilizar o relacionamento entre os editoriais e a reportagem, sucursal e correspondentes. Precisam, também, investir jornalisticamente em alguns assuntos, que considerem promissores, em detrimento de outros, que merecerão apenas registro no jornal. É necessária audácia editorial para apostar nesta pauta e minimizar aquela outra, assim como é preciso determinação para recusar trabalhos de qualidade insatisfatória, para punir erros cometidos e para, em última instância, substituir profissionais.

Quem exige esse zelo rigoroso é o interesse do leitor, ele próprio cada vez mais exigente. Nós não temos alternativa exceto a intransigência técnica. Os companheiros que não exercem cargos de chefia precisam investir constantemente em seu próprio desenvolvimento profissional. Embora as estruturas da carreira jornalística sejam mal organizadas na nossa redação e apesar de existirem desníveis muito pronunciados na nossa estrutura salarial, a *Folha* é reconhecidamente permeável. Para que “se tenha futuro na *Folha*” não se requer experiência, nem “muitos anos de casa” ou de idade, nem se pedem atestados ideológicos a quem quer que seja. Os companheiros que não exercem cargos de chefia devem defender seus interesses pessoais em favor dela. Devem brigar por suas pautas, devem discutir abertamente com suas chefias, devem tomar conhecimento e questionar a avaliação que é feita, mensalmente, acerca de seu próprio desempenho.

Devem procurar aprender e aperfeiçoar-se e profissionais. Devem mostrar na prática a qualidade de seu trabalho e argumentar-se, no trabalho e no debate. A *Folha* estimula a polêmica em todos os níveis salvo o da execução.

A *Folha* é o meio de comunicação menos conservador de toda a grande imprensa brasileira. É o que mais tem-se desenvolvido nes-

tes anos. É o mais sensível aos movimentos da opinião pública e é também o mais ágil. Politicamente é o mais arrojado. É com certeza o que encontra maior repercussão entre os jovens. Foi o que primeiro compreendeu as possibilidades da abertura política e o que mais se beneficiou com ela, beneficiando a democratização. É o jornal pelo que a maioria dos intelectuais optou. É o mais discutido nas escolas de comunicação e nos debates sobre a imprensa brasileira. Está no rumo certo, graças à lucidez e à competência dos que dirigem a empresa e graças ao trabalho jornalístico que conseguimos desenvolver até aqui.

Contamos agora com o respaldo da *Folha da Tarde*, que continuará sendo um jornal diverso da *Folha*, mas que passa a atuar ao nosso lado, segundo uma estratégia comum que prevê uma relação de complementaridade entre ambas.

Do prosseguimento firme do nosso trabalho depende a meta mais alta: fazer da *Folha* o principal jornal do país e dos profissionais que nela trabalham os mais valorizados e respeitados de toda a categoria.

## Projeto Editorial 1985-1986 – Novos rumos

### *Depois da redemocratização*

A implantação de um regime democrático mudou muita coisa no país. O espaço público, antes fechado e dicotômico, abriu-se em matizes sofisticados e possibilidades múltiplas. Trata-se de um novo período, com dificuldades e perspectivas novas.

De agora em diante, o crime será cada vez mais apenas o crime, o cientista terá que se preocupar cada vez mais com a sua ciência e o jornal, mais do que nunca, volta a valer antes pelo que ele é como jornal do que pela sua atitude em face de uma conjuntura.

O desenvolvimento da *Folha* depende, hoje, mais da posição do jornal em relação ao mundo do que da forma pela qual ele trata o mundo e o incorpora à existência pessoal do leitor. Na mesma linha, o desenvolvimento ao Projeto que orienta a *Folha* depende sobretudo de duas coisas: de que ela se caracterize de maneira original como uma publicação com imagem pública ostensivamente diferenciada e de que se torne um produto de mercado indispensável ao público pela quantidade do serviço de interpretação, de opinião e – principalmente – de informação que produzir.

Por imagem pública devemos entender a unidade formada pelo corte ideológico das preocupações do jornal, pelo seu estilo editorial e pela sua fisionomia plástica.

É preciso que essa unidade seja reconhecida pelos que lêem a *Folha* e vivida pelos que a fazem. Não devemos ambicionar as unanimidades (como ocorreu na época da campanha pelas Diretas-já) mas sim o reconhecimento da identidade pela diferença (como ocorreu durante a cobertura da doença do presidente Tancredo Neves).

Devemos aprofundar a política editorial traduzida na prática de um jornalismo crítico, apartidário, moderno e pluralista.

A crítica mais forte é que revela fatos documentados e incontestáveis, mostrando a conexão entre eles sempre que essa conexão também estiver comprovada. Tal crítica é mais eficaz do que qual-

quer crítica adjetiva, baseada em opiniões, travestidas ou não de “interpretação”.

Praticar a crítica substantiva, assim definida, contra tudo e contra todos, é obrigação não apenas moral mas política do jornalismo, especialmente em um país que as circunstâncias dotaram tão generosamente de problemas e de possibilidades.

Crítica contra tudo e contra todos, porque a *Folha* é e precisa ser radicalmente apartidária. É imaginário supor que o jornal possa emitir compromissos com este ou com aquele setor ideal da sociedade. Sociologicamente, a única base social do jornal é o grupo heterogêneo constituído pelos seus leitores. No caso da *Folha* as pesquisas evidenciam o quanto heterogêneo esse público é, seja pelas suas modalidades de inserção na economia, seja pelas suas expectativas, mentalidades e preferências.

O jornal precisa ser apartidário, porque a base de leitores é pluripartidária. Vamos atravessar um período eleitoral em que esse distanciamento crítico da *Folha* em relação a partidos e candidatos tem de ser reforçado. Críticas a essa atitude não nos devem impressionar: ao contrário, a quantidade delas ao longo das campanhas eleitorais será a melhor evidência de que estaremos desenvolvendo uma atuação de fato crítica e apartidária.

Do ponto de vista do Projeto, o exercício da crítica jornalística não constitui um direito, mas uma obrigação, assim como o exercício do apartidarismo não é uma regalia, mas um encargo.

O documento “A *Folha* depois da campanha Diretas-já”, de junho de 1984, definia jornalismo moderno como aquele “que se propõe a introduzir, na discussão pública, temas que até então não tinham ingresso nela”, colocando “em circulação novos enfoques, novas preocupações, novas tendências”. O vulto desse desafio redobra numa sociedade politicamente aberta e que deseja retomar o desenvolvimento.

Se o jornalismo é uma maneira de tornar o mundo diário transparente aos olhos do leitor-cidadão, não se pode excluir dessa transparência a antecipação do que está para acontecer na técnica, na vida cotidiana, na consciência das pessoas. Para isso, precisamos



cultivar a audácia, a sensibilidade e a vontade editorial necessárias para explorar caminhos diferentes dos convencionais.

A promoção do espírito pluralista – na pauta, na reportagem, na edição – também remete para o fato-chave que é a heterogeneidade da base de leitores. Mas a preocupação com o pluralismo combina essa dimensão mercadológica, material, com uma outra, de caráter editorial, que traduz o respeito pela diversidade, o reconhecimento do quanto “as verdades” são frágeis e a convicção de que o encaminamento dos problemas econômicos e sociais num país como o Brasil exige e pressupõe a convivência dos opostos, aliás enraizada na tradição local pela coexistência de moderno e arcaico, progresso e atraso, civilização e miséria.

A execução deste Projeto, nesta fase de maior competição técnica em que as variáveis se multiplicaram e se tornaram mais complexas, exige uma energia inesgotável e uma grande disposição para ser exigente, cada um com seu próprio trabalho e todos com o trabalho de equipe.

O jornalismo não é mais artesanato, mas uma atividade industrial que reivindica método, planejamento, organização e controle. Já avançamos bastante nessa direção, mas ainda há muito o que fazer. A quantidade de erros que cometemos, seja no nível da produção, seja no nível da edição, está longe de ser tolerável.

Precisamos aumentar a nossa capacidade de planejar, agilizar os fluxos internos e agir com rigor implacável tanto na execução das tarefas como na crítica dos erros cometidos. Devemos nos revoltar contra tudo o que estiver abaixo do nível do excelente.

Temos que ampliar o espaço da prestação de serviço no jornal e aumentar o grau de didatismo do material publicado. Essas duas características são inestimáveis na luta que visa transformar a *Folha* num produto de primeira necessidade para o público-leitor, caminho obrigatório do desenvolvimento e da própria sobrevivência dos jornais.

As edições devem conter informações úteis para o esclarecimento do leitor, mas para a sua vida concreta, prática. As pautas devem

explorar os temas que mantenham relação real e imediata com a vida de quem compra ou assina o jornal.

Os textos devem fugir tanto de especulações como de abstrações, para buscar imagens e exemplos do dia a dia, fixando no leitor o ponto permanente de referência. Como tornar essa reportagem, mais do que interessante, imprescindível para a vida de quem vai ler? – esta é a pergunta que temos de repetir a todo o momento.

Quanto ao didatismo, é fundamental que os textos partam sempre do pressuposto de que o leitor não está familiarizado com o assunto e pode nunca ter lido sobre ele antes. Tudo deve ser explicado, esclarecido e detalhado – de forma concisa e exata, numa linguagem tanto coloquial e direta quanto possível. A maior parte dos textos factuais não só comporta como pede um texto de memória, recapitulando o assunto e situando o leitor no contexto do fato.

O didatismo deve estender-se também à disposição visual do que é editado. Precisamos consolidar e homogeneizar os recursos gráficos para identificar o que é informação factual, o que é texto de análise ou interpretação, o que é texto de memória, o que é texto de ambiente, o que é texto de serviço.

A apreensão pelo leitor deve ser fácil, clara e rápida. Precisamos ter maior preocupação com os números e com a sua exatidão: custos, orçamentos, salários, reivindicações, propostas, acordos, investimentos, datas, tamanhos, medidas, preços, número de pessoas, percentuais – quantidades, enfim. Precisamos adquirir um novo nível de precisão quanto a horários e locais.

Temos que modificar a nossa mentalidade com relação a quadros, mapas, gráficos e tabelas. Até aqui eles vinham sendo utilizados como complemento eventual do texto. Agora eles passam a ser considerados como o meio de expressão sintética e veloz por excelência.

A rigor, tudo o que puder ser dito sob a forma de quadro, mapa, gráfico ou tabela não deve ser dito sob a forma de texto. Assim como a foto, aqueles recursos gráficos devem usufruir de uma dignidade igual à do texto, desempenhando funções tão destacadas quanto as dele.

E não compete apenas à Editoria de Arte zelar por essa diretriz: trata-se de uma preocupação a ser compartilhada com a edição e com a própria reportagem.

## ***Investimento e qualidade***

A informação completa, exata e de preferência inédita; o texto correto, conciso e crítico. Esta continua sendo a exigência com relação ao trabalho de reportagem.

O *Manual Geral de Redação* tem sido um instrumento importante no sentido de divulgar as expectativas em torno da produção do jornalismo na *Folha* e de homogeneizar os resultados obtidos. Ainda este ano deverá entrar em vigor a segunda edição do Manual, enriquecida com críticas e acréscimos reunidos por uma comissão de jornalistas da *Folha* que se vem dedicando já faz quatro meses a essa tarefa.

Mas é importante assinalar, desde logo, que se a batalha pela exatidão continua sendo a grande prioridade na área, devemos estimular esforços no sentido de desenvolver uma atitude cada vez mais cética por parte de reportagem em face dos fatos e das fontes. Fazemos ainda uma quantidade excessiva de reportagens baseadas apenas em declaração oficiais ou em material impressionístico, colhido aleatoriamente pelo repórter. Precisamos de menos declarações e de mais fatos comprovados; de menos listas de impressões e de mais levantamentos – apoiados em dados e estatísticas, sempre que possível – capazes de transmitir ao leitor um quadro geral e preciso do que está sendo tratado. Precisamos aumentar a inventividade das pautas e melhorar as ligações entre sucursais, correspondentes, Agências Folhas e Redação – um dos vários problemas estruturais que não conseguimos resolver.

A edição deve alcançar um padrão de acabamento que ela não atingiu até agora. É preciso que haja, no nível da edição, uma maior unidade de estilo e critérios técnicos melhor definidos. Faltam também uma atitude mais perfeccionista em relação ao aproveitamento

do material produzido. Não podemos utilizar as pressões do horário e as dificuldades na antecipação do que será de fato escrito para justificar as falhas. Como profissionais de primeira linha que somos (e que pretendemos, cada vez mais, ser) sabemos que ao leitor isso não interessa – ele tem direito a um produto excelente, porque paga por isso e porque nós somos pagos para isso.

O desafio profissional na *Folha* consiste justamente em fazer um jornalismo melhor do que os demais sob condições estruturais que são, em parte, inferiores às de algumas das demais publicações. Além de uma atitude rigorosa e intransigente com relação à qualidade, os responsáveis pela edição devem influenciar ativamente as pautas, acompanhar seu desenvolvimento, imprimir a personalidade do Projeto às edições e publicar tudo, mas sob um prisma seletivo. O objetivo é fazer um jornal sem sobras de informações, mas onde os editores tenham a audácia de apostar em alguns temas e apenas registrar corretamente os outros.

Dois dos problemas cruciais que o jornal vem enfrentando são a rede de informações localizada fora da sede e das grandes sucursais, pelo lado da produção, e a estrutura do Banco de Dados, pelo lado da edição. Ambos os problemas foram elevados à categoria prioritária no período 1985-1986.

A empresa tem investido corajosamente na formação de um quadro de jornalistas de alto nível e com a ambição de levar o jornalismo brasileiro a um patamar técnico e editorial superior. A *Folha* paga hoje os melhores salários da imprensa diária do país e tem realizado promoções salariais com base na avaliação do desempenho de cada profissional que já beneficiaram, de maio de 1984 a junho de 1985, 46% das pessoas que trabalham na Agência e na Redação. É fundamental que nós continuemos dando uma resposta positiva a essa política de investimento, sob a forma de um desenvolvimento rápido e firme da qualidade do produto que estamos fazendo. Essa resposta é a única capaz de assegurar uma política desse tipo, mostrando que ela é correta do ponto de vista empresarial e necessária do ponto de vista jornalístico.

## O papel de cada editoria

Sob o enfoque propriamente editorial, a *Folha* tem procurado afinar melhor a sua fisionomia radical-liberal e tornar mais clara a sua opção por reformas estruturais praticáveis e concretas, capazes de contribuir para uma sociedade menos injusta, mais organizada e desenvolvida. É imprescindível, da ótica do jornal, que essas fortaleçam a democracia representativa, contem com respaldo suficiente para lhes garantir viabilidade política e sejam formulados corretamente do ponto de vista técnico.

É preciso que essa orientação encontre ressonância nas diversas áreas do jornal. Não para que se envie o noticiário, não para que se deixe de publicar notícias ou opiniões que vão em sentido contrário a ela, nem para que se editorializem os títulos e a edição – mas para que o jornal afirme a sua personalidade pública em bloco, mostrando uma mesma linha de preocupações da primeira à última página.

Além das necessidades que já foram expostas até aqui, é preciso que as editorias, as sucursais e as áreas de reportagem desenvolvam essa linha de preocupações dentro das suas respectivas especialidades.

Na área da Política, temos que tornar cada vez mais transparentes os fatos que ocorrem no plano do Estado e dos partidos, estabelecendo uma ponte de comunicação desimpedida entre a esfera pública e a sociedade civil. Devemos fiscalizar o exercício da política no sentido de contribuir para que se elevem a sua qualidade e a sua clareza; devemos tornar a linguagem dos textos sobre política mais simples e mais coloquial; devemos tratar os fatos com uma mentalidade prática e crítica à qual não deve faltar uma certa irreverência, desde que elegante. Devemos ser insistentes na cobrança de compromisso, ter em vista que a política é representação de interesses concretos e considerar natural que ela seja um terreno de conflitos, como espelho artificial da sociedade que é.

Na área de Economia, temos de tratar os temas com a sofisticação técnica que os assuntos do setor reclamam, mas evitar o jargão e a linguagem cifrada. A própria tecnicidade de que se revestem os

assuntos econômicos impõe uma obsessão redobrada com o didatismo, por um lado, e com a exatidão, por outro. Precisamos encontrar um balanceamento adequado entre macro e microeconomia, desenvolvendo melhor a cobertura nessa última área (empresas e negócios) e aprofundando a investigação de bastidores na primeira bem como as implicações, nela, entre fatos aparentemente isolados. Dedicada também à cobertura dos conflitos entre capital e trabalho, essa editoria deve ter uma preocupação especialmente manifestada em publicar a versão dos dois lados, em cada caso.

Na área de Exterior, devemos promover uma disposição crítica diante da política das superpotências e das violações ao princípio da autodeterminação do povos. Ao mesmo tempo, devemos manter uma atitude análoga com relação aos países do Terceiro Mundo que se veem subjugados por regimes de força, nos quais o poder decisório não se exerce conforme os procedimentos da democracia representativa. Divulgar amplamente as violações dos direitos civis e humanos, onde quer que ocorram. Ter sempre em mente que a seção de Exterior não deve voltar-se apenas para a cobertura da política internacional, mas também para o noticiário geral registrado fora do país.

A área de Geral deve ser a área de prestação de serviço por presuposto. Cabe a ela desenvolver o tratamento de temas heterodoxos, com interesse para o cotidiano do leitor. Questionar os serviços públicos, criticar os serviços particulares, zelar pelos direitos do cidadão-contribuinte e adotar uma posição de acompanhamento constante e implacável das autoridades nas áreas de segurança, saúde, saneamento, previdência social, urbanismo, transporte, etc. Vale especialmente para a Geral o que vale também para a Economia: combinar linguagem acessível com tratamento especializado de temas técnicos; ouvir sempre os dois ou mais lados envolvidos em qualquer conflito. Além disso, a Geral deve procurar um ponto ótimo no equilíbrio temático entre assuntos de interesse social e de interesse estritamente jornalístico, entre o dramático e o pitoresco, entre a tragédia e o cotidiano. Importante que a Geral não seja apenas São Paulo: da atitude da editora nesse capítulo depende

em grande parte a projeção e o alcance nacional que a *Folha*, como jornal regional que é, almeja ter.

Que diz o Projeto com relação a esse problema? Diz, especificamente, que a *Folha* não é uma publicação local nem nacional, mas uma publicação de base local com repercussão nacional, como se transitasse hoje de um estágio para o outro. Por isso, ao redigir ou preparar qualquer texto, em qualquer área do jornal, devemos perguntar: como o leitor que não mora na cidade nem no Estado de São Paulo vai ler e compreender isto?

A Educação e Ciência deve dar um tratamento mais técnico e menos corporativo aos temas de que tratam normalmente as seções do gênero. Deve aproveitar a oportunidade editorial para fazer um acompanhamento sistemático e atraente do mundo científico, imprimindo um novo dinamismo pragmático a essa especialidade jornalística. É uma área em que o rigor e a exatidão técnica são ainda mais imprescindíveis.

Na área do Esporte, devemos encontrar fórmulas que permitam conciliar o pluralismo programático do jornal com as paixões que o jogo desperta e que o jornal deve transmitir; que permitam combinar a riqueza e a precisão de informações com um tratamento gráfico mais aberto e arrojado. Deve-se estimular, na área, a cobertura de esportes conhecidos do grande público, mas que contam com legiões de aficionados nos setores de classe média, o núcleo fundamental do leitorado da imprensa.

A Ilustrada deve nortear a sua ação editorial pelos pressupostos de que a cultura é hoje um fato de mercado, de que as culturas ditas nacionais se confundem sob a influência da produção industrial internacional e de que é assunto, na sua área, tudo o que mobiliza atenções de massa no universo da arte e do espetáculo. Esse reconhecimento não desobriga o setor, no entanto, da tarefa de desenvolver uma atitude profundamente crítica com relação à cultura de mercado, não para atacar a sua existência, que constitui um fato inarredável, mas para atacar, isto sim, os seus produtos de má qualidade técnica, a sua redundância e as suas mistificações. Não desobriga a Ilustrada, tampouco, de garantir um espaço importante

para a arte denominada “de elite”. Trata-se, ao mesmo tempo, do setor do jornal que melhor se presta à experimentação conceitual e plástica. Para preencher essas possibilidades, o caderno precisa contar com uma angulação imaginosa dos termos e com sofisticação e eficácia profissional no seu tratamento.

Nos suplementos, a dimensão do serviço deve desfrutar de um predomínio decidido. Eles representam prestação de serviços diretamente ao consumidor: informações sobre imóveis ou empregos, viagens ou passeios turísticos, produtos eletrônicos, automóveis, bens e serviços ligados à vida e à casa moderna.

A Folhinha deve orientar seus esforços no sentido de incorporar a criança ao mundo real, pela informação e não só pelo divertimento, sem negligenciar as possibilidades didáticas e lúdicas do suplemento.

O Folhetim deve conservar o caráter ensaístico, polêmico e de alta definição, preocupado com os temas que interessam à comunidade universitária e ao público leigo com afinidades intelectuais.

## **Perspectivas**

O Projeto *Folha*, em suas sucessivas versões escritas, indica o jornal que queremos fazer; o *Manual Geral de Redação* define o método e os procedimentos práticos que consideramos apropriados para atingir esse objetivo; o programa de metas registra periodicamente e quantitativamente o quanto estamos avançando nessa direção. São os instrumentos fundamentais na realização desse trabalho coletivo que deverá conduzir à institucionalização de um tipo novo de jornalismo diário, com perspectivas profissionais ainda pouco exploradas e que pode reservar um papel de significação maior para o jornalismo e, nele, para os jornalistas da *Folha*.



## Projeto Editorial 1986-1987 – A Folha em busca da excelência

### *Para estar em primeiro lugar*

A *Folha* é atualmente o jornal de maior circulação entre os diários brasileiros. De junho de 1984 a junho de 1986, nossa circulação paga cresceu 39,5%, chegando a um total de 291.659 exemplares em média por dia. A Redação contribui para o êxito, mas não é a única responsável por ele. Esse sucesso é resultado de um esforço conjunto de toda a empresa que edita o jornal.

Ser o primeiro do país implica inestimável responsabilidade pública e profissional para cada jornalista que trabalha na *Folha*. Qualquer retrocesso significa perder a primazia. Todo o esforço deve estar voltado para ampliar a vantagem.

A preocupação mais profunda e permanente da *Folha* neste momento é a informação exclusiva. Mas informação exclusiva não vale quase nada se não for comprovada e exata. Perde muito da sua força quando mal escrita ou mal editada.

A expectativa do leitor é que o jornal se diferencie pela excelência do produto, o que exige perfeccionismo em todas as fases do trabalho.

Os grandes problemas de infraestrutura jornalística, identificados com insistência nas duas versões do projeto editorial anteriores a esta, estão em parte resolvidos.

O *Manual Geral da Redação* está incorporado aos hábitos do trabalho jornalístico. Sua segunda edição, que deve circular em janeiro de 1987, será mais completa que a atual e de consulta mais fácil. As equipes que deverão usá-la já operam segundo padrões de razoável homogeneidade. Deverão continuar a utilizar o *Manual* em todas as situações, mas estar atentas para o fato de que não basta obedecê-lo para fazer bom jornalismo.

Desapareceu a distância funcional entre reportagem e edição. A estrutura salarial da Redação é competitiva e supera, em certas

faixas, os valores médios do mercado. Dos 350 jornalistas da *Folha*, apenas 78 ganham o piso do jornal (junho/1986), 20% superior ao piso da categoria no Estado de São Paulo.

Diminuiu a rotatividade de profissionais, característica do período ainda recente de imensas modificações de pessoal. Organizaram-se equipes de modo geral mais bem integradas. Vem sendo praticada uma política de valorização com base nas avaliações do desempenho profissional. Em dois anos (junho/1984-junho/1986), 168 promoções salariais por mérito foram efetuadas, além das promoções de função.

As contratações são feitas por concurso público e exame de banca. O Plano de Metas Trimestrais está implantado, ainda que seus resultados palpáveis estejam muito aquém da expectativa. A Avaliação do Desempenho Profissional está consolidada.

A Redação conta com mecanismos que permitem conhecer melhor a qualidade do produto jornalístico, suas virtudes e suas fraquezas. Aumentou a prática da previsão e do planejamento jornalístico. Está em funcionamento o Programa de Seminários com vistas à melhoria da capacidade técnica das equipes e à especialização dos profissionais. Houve avanços na rede noticiosa do jornal fora da sede, no rumo de uma cobertura cada vez mais profissional e menos circunscrita a São Paulo.

O Orçamento da Redação está pronto e será implantado ainda no ano de 1986. Com ele, ocorrerá uma descentralização substancial do funcionamento administrativo da Redação e das decisões editoriais vinculadas a esse funcionamento. É importante, agora, evitar que esse desenvolvimento obtido no aspecto organizacional da Redação se traduza em uma tendência para buscar o trabalho jornalístico. Não se cogita de abandonar o percurso já realizado, nem de transigir com os objetivos de organizar mais e melhor as condições a partir das quais é produzido o material jornalístico. Não se deve tampouco menosprezar a importância vital da racionalidade e do planejamento do jornalismo de hoje.

## **Informação crítica e concisa**

É preciso que todos os esforços estejam mais voltados para a informação exclusiva, inédita, completa, exata, escrita de modo despojado e conciso, editada com inteligência, rapidez e audácia.

A *Folha* está firmemente disposta a publicar com destaque toda informação relevante e comprovada que puder obter. A independência editorial tem-se fortalecido na prática de um jornalismo que procura ser crítico e apartidário, que não presta contas a ninguém salvo ao leitor. É preciso que essas condições políticas sejam preenchidas por um conteúdo jornalístico mais noticioso e de maior impacto.

A quantidade de furos tomados, erros de informação e falhas de aproveitamento de notícias deve ser motivo de grave preocupação para todos os jornalistas da *Folha*. Não podemos nos satisfazer com o nível de qualidade média alcançada até aqui, que é muito baixo.

Precisamos insistir no fortalecimento de uma disciplina rigorosa de prevenção do erro jornalístico. Temos de criar a consciência de que qualquer erro é extremamente importante e configura uma ofensa aos direitos do leitor. É preciso que cada um se sinta estimulado a adotar uma atitude que concilie perfeccionismo e velocidade em face da tarefa jornalística e das necessidades do cronograma industrial e de distribuição da *Folha*.

É preciso que os textos sejam mais bem escritos e que as edições tenham melhor acabamento. É necessário que as pautas sejam inteligentes, imaginosas, agressivamente investigadas. O jornal está repleto de declarações, e esse é um jornalismo cômodo, fácil de fazer, que nos deve interessar pouco. Um fato vale mais do que dez declarações.

## **A arte da boa edição**

Os editores devem dividir seu trabalho de modo seletivo. O jornal tem que noticiar tudo o que sabe comprovadamente, de modo conciso, exato e completo. É a rotina. Mas tão importantes quanto essa rotina são os assuntos que a edição vai aprofundar e destacar.

São opções que é preciso assumir, com energia, no sentido de determinar o que será escolhido para receber tratamento jornalístico especial, com intenso trabalho de reportagem acoplado ao aproveitamento prioritário por parte da edição. Cada editoria do jornal deve noticiar o dia a dia de sua área de forma completa mas concisa e reservar seus altos de página para assuntos que o jornal estará explorando com exclusividade ou primazia, sempre com determinação e coragem editorial.

Precisamos agilizar os meios de informação interna na Redação, na sede e fora dela. Não é possível tomar decisões audaciosas com segurança se o que se tem são “*flashes*” parciais, tardios e, muitas vezes, inexatos. Não é possível que a reportagem e a edição voltem suas baterias para os mesmos temas, sob um mesmo enfoque, se não houver uma intensa afinidade intelectual e técnica entre editores e equipes. É ilusão crer que conseguiremos registrar todas as notícias corretamente e investigar a fundo os assuntos que a sensibilidade jornalística recomendar se esses conceitos não estiverem claros para todos e se os critérios de decisão não forem, por meio da crítica e da discussão internas, transformados em patrimônio geral.

### ***Metas para um estilo marcante***

Vamos manter o pluralismo como característica marcante do perfil da *Folha*. Vamos insistir na necessidade de modernizar o estilo jornalístico e de abordar assuntos sob pontos de vista que correspondem às necessidades emergentes na vida do leitor. Vamos procurar enfoques originais e diferenciados. Vamos preservar a atitude editorial de apartidarismo. Vamos manter a preocupação com o didatismo.

Mas é preciso evitar a aplicação formal, mecânica, desses princípios. Impedir que as etapas anteriores à edição resultem em desatenção quanto às informações concretas ou negligência quanto ao espírito crítico que o jornal deve manter diante delas. Só assim se evitará que a edição se veja compelida, como atualmente, a fazer malabarismo de titulação, a escrever boxes críticos apressados a

fim de corrigir artificialmente um defeito que poderia ter sido evitado durante o processo de produção do material jornalístico.

Precisamos de maior empenho na realização de um jornalismo didático e de serviço, assim como de mais velocidade no processo de especialização profissional. Cada texto publicado na *Folha* deve ser claro e explicativo o bastante para ser lido com utilidade pelo leigo, sofisticado o bastante para ser lido pelo especialista e enriquecido sempre por uma dimensão de serviço que o fará lido por ambos. É importante indagar-se sempre onde está o interesse direto, imediato do leitor, e procurar por todos os meios atendê-lo. É necessário apresentar os assuntos de forma lógica, clara e fácil para quem vai ler.

É preciso empregar soluções de edição que sejam plasticamente boas e, ao mesmo tempo, suscetíveis de aplicação rápida e prática. Precisamos melhorar a utilização que fazem do modelo gráfico atualmente adotado pela *Folha*. Precisamos aumentar a presença e a qualidade técnica, estética e de legibilidade de fotos, gráficos e ilustrações no jornal, terreno em que obtivemos progressos mas onde ainda há muito trabalho a fazer. Precisamos de títulos mais inteligentes, menos óbvios e mais criativos do que temos feito até aqui.

O ano de 1987 será dominado pela presença do Congresso constituinte. A cobertura de suas atividades será um dos temas essenciais para a *Folha* no período de vigência desta versão do Projeto Editorial. A *Folha* deve revelar ao seu leitor, sem receios, os interesses corporativistas que serão mascarados em propostas com retórica de defesa da sociedade como um todo. Deve evitar o tom técnico-jurídico pouco acessível e interessante que provavelmente prevalecerá nos debates. Deve obedecer sempre às propriedades da informação completa, exclusiva, comprovada e bem redigida.

O outro foco de atenção editorial prioritária para a *Folha* neste período será a discussão em torno da reforma tributária. O jornal deve manter o assunto em pauta, em coerência com sua preocupação editorial de contribuir para que a sociedade brasileira possa eliminar a miséria e diminuir os desníveis sociais e regionais. Ao mesmo tempo, o jornal deve manter uma atitude de verificação

constante e implacável do grau de eficiência dos mecanismos estatais na aplicação dos recursos públicos.

Esses princípios de comportamento jornalístico diante de dois temas que estarão entre os mais importantes nestes doze meses no Brasil são congruentes com a atitude do jornal em favor de uma sociedade de mercado dotada de instituições políticas que possam viabilizar as pressões dos grupos excluídos das vantagens do desenvolvimento.

Até aqui, muito do esforço na *Folha* tem sido dedicado a suprir lacunas estruturais da Redação ou a organizar melhores condições no interior da estrutura. O que se propõe agora é uma ofensiva no domínio da informação a ser publicada no dia seguinte. É preciso que as equipes atuem com agilidade, sofisticação e espírito de iniciativa, que as antigas divisões entre trabalho de reportagens, redação e edição desapareçam em favor de um tipo de profissional dotado de conhecimentos especializados mas nem por isso confinado a um compartimento de atividade jornalística. Todos devemos participar do trabalho de pauta e de levantamento de informações, todos devemos trabalhar junto à edição do material informativo, todos os profissionais que exercem cargos de comando devem redigir habitualmente e todo repórter deve ter texto final, de preferência no próprio terminal de vídeo. Até agora tratou-se principalmente de lançar as bases de um jornalismo que se destaque como o melhor do país. Agora, trata-se de fazê-lo.

## Projeto Editorial 1988-1989 – A hora das reformas

### *Aprendendo com as falhas*

A *Folha* beneficiou-se, até agora, de uma situação em que seus defeitos crônicos – acabamento precário da edição, falhas de reportagem, inexperiência e instabilidade da equipe – eram largamente obscurecidos pelo destaque que, em comparação a outros órgãos de imprensa, obtinham suas maiores qualidades – agilidade, ausência de ranço ideológico, prestação de serviços, pluralismo, espírito de controvérsia, imaginação e irreverência. Nesse período, a *Folha* tinha de lutar apenas contra si mesma: contra o risco de exagerar o que tinha de bom (transformando-o em arbitrariedade, invencionice, gosto de chocar) e contra o risco de naufragar no que tinha de ruim. O *Manual Geral da Redação* talvez tenha correspondido, exatamente, a esse esforço de autodisciplina.

Atualmente, as transformações no restante da imprensa diária e a concorrência permanente da televisão impõem um tipo de preocupações que não mais decorre, simplesmente, da necessidade de fazer um bom jornal – ideia que vai sendo absorvida pelos concorrentes – mas de corresponder, de fato, ao lugar de liderança obtido pela *Folha* até agora. A necessidade de investir no pluralismo, na preocupação como ser um jornal ágil e moderno, de fornecer informações precisas e confiáveis ao leitor foi-se tornando evidente e disseminando na imprensa brasileira. É sinal do sucesso do Projeto Editorial da *Folha*. Mas não é mais a garantia do sucesso para a *Folha* enquanto produto.

Depois de um longo período de marasmo, em que a *Folha* parecia ser, no conjunto da mídia, o único local onde havia vida e movimento, uma febre de mudanças sacode os jornais, as revistas, a TV. É como se as tendências do desenvolvimento ideológico da sociedade, primeiro manietadas pela repressão, depois excessivamente absorvidas pela paixão da política que novamente se abria, finalmente irrompessem como desembaraço, vigor e

autenticidade. Agências com mentalidade nova e agressiva investem contra as “sete irmãs” do mercado de publicidade. Emissoras antes desacreditadas mostram que são capazes de desenvolver uma estratégia que lhes garante um lugar ao sol e que vai mostrando quão equivocada era a ideia de que estavam condenadas à marginalidade. Há novidades no mercado de revistas; no mercado de livros, editoras novas comprovam até onde se pode chegar, com imaginação e sensibilidade para perceber que os leitores estão muitas vezes além do lugar em que tendemos a colocá-los. No setor da imprensa diária, a competição por prestígio, por mais anúncios e por mais leitores adquire uma característica feroz de guerra total: os jornais que se contentaram com a sua aura de tradição e elegância se veem subitamente ameaçados de extinção; outros, que demoraram a compreender o que se passava, se lançam agora a uma tentativa atabalhoada de recuperar o tempo e a posição que perderam, ainda que essa recuperação lhes custe a própria identidade. Seria pouco dizer que a *Folha* não pode, agora, isentar-se dessa ebulição que necessariamente transformará em todos os seus aspectos a indústria de comunicações do país. Muito mais do que isso, a *Folha* está no centro dessa ebulição: é sua causa direta no que diz respeito à imprensa diária e está também na origem, indiretamente, das alterações velozes e profundas no restante da mídia, por influência do espírito que criou. Chegamos ao final da década vitoriosos. Os pressupostos e os métodos do Projeto Editorial que vem se desenvolvendo aqui são reconhecidos por quem antes se mostrava incrédulo; copiados por quem até há pouco nos hostilizava. Adotados na prática por quem ainda insiste em fazer profissão de fé contrária a nós. O Projeto da *Folha* se tornou, em poucos anos, patrimônio coletivo do jornalismo brasileiro – eis aí a maior recompensa que poderíamos almejar, e também o maior risco. Até agora, foi relativamente fácil neutralizar os defeitos e fraquezas da *Folha* acenando com as ousadias de que só ela era capaz, com as inovações que ela introduzia uma após a outra, com o espírito de inconformismo, de rebeldia, de radicalidade que parecia perdoar-lhe as falhas todas.



Esse monopólio de vantagens, de que desfrutamos por alguns anos, é no momento posto em xeque por todos os lados, pelos que nos apoiam e pelos que ainda se opõem ao que representamos, pelos que imitam, pelos que se renderam, pelos que persistem solitários e irredutíveis. Ao disseminar a ideia de que é preciso estar sempre mudando, sempre desconcertando, de surpresa em surpresa, a *Folha* tornou-se vítima da sua própria estratégia: não lhe resta outro caminho senão continuar, não há tranquilidade que ela possa alcançar, nem descanso, exceto o que vier assinalar que ela parou no tempo. Ao lado da concorrência com outros jornais, que se torna cada vez mais uma luta pela melhor qualidade do produto, há a concorrência com a TV, que pode ser resumida como uma luta pela melhor qualidade da informação veiculada. Estes dois desafios podem ser respondidos pela *Folha*. Em primeiro lugar, acumulou-se na Redação um conhecimento básico dos procedimentos, exigências e normas de qualidade, implantados pelo *Manual*, de que só agora os concorrentes começam, de forma empírica, a tomar ciência. Em segundo lugar, a busca de uma cobertura diferenciada e imaginosa para os fatos, a diversidade de opiniões e de enfoques veiculada pelo jornal, apesar de trazer resultados ainda incipientes, faz entrever o caminho para superar aqueles pontos em que a concorrência de televisão é de fato imbatível: a exposição concreta do fato, a informação instantânea e bruta. Interessa, então, capitalizar ao máximo os avanços já obtidos na construção de um jornalismo que leve até as últimas consequências os pontos de um projeto que, anteriormente, bastava atingir de forma razoável, mediana e aparente para ficar na liderança da imprensa brasileira. Se for para resumir numa frase o objetivo imposto pelo desafio de uma dupla concorrência, seria o caso de dizer que é preciso, mais do que nunca, fazer a luta contra o óbvio. O óbvio de uma transcrição, de um relatório acrítico dos fatos – coisa que a TV faz melhor –, e o óbvio de um aplicação mecânica de alguns procedimentos que, já incorporados pela Redação, começam a ser copiados pelos jornais concorrentes. Há um óbvio do pluralismo, um óbvio da exatidão, um óbvio da mo-

dernidade, um óbvio da isenção jornalística. Se não formos capazes de fazer desse pluralismo, dessa exatidão, dessa modernidade, dessa isenção jornalística (qualidades que nos garantiram o sucesso até aqui) o ponto de partida para em esforço de criatividade, de sofisticação, de imaginação e de crítica levados a seu ponto extremo de inteligência e arte, a distância até agora alcançada face aos concorrentes vai perder-se na indiferenciação, na rotina e na mediocridade. É preciso continuar, então. É preciso cultivar o sentimento de que apesar de todos os avanços ainda há o que fazer; de que apesar de todos os esforços e de todas as lutas – contra o jornalismo chapa-branca, contra o corporativismo profissional, contra a ignorância, contra o populismo, contra as concepções românticas, e provincianas de imprensa – o trabalho mal começou. Sem esse espírito de insatisfação e de autocrítica constante, sem uma vontade perfeccionista de fazer aquilo que já foi bem feito e de inventar novas fórmulas para resolver novos problemas, é perda de tempo trabalhar na *Folha*. O jornal está firmemente disposto a ultrapassar suas próprias marcas e exigir cada vez mais. Como solucionar simultaneamente todos os problemas que temos pela frente? Como conciliar tantas contradições? Como continuar crescendo num mercado a cada dia mais competitivo? Como inovar depois que todas as mudanças parecem já ter sido feitas? Como atender às demandas de um público que tem interesses crescentemente diversificados e múltiplos, e parece dispor de cada vez menos tempo e inclinação para ler jornais? Como conciliar qualidade e quantidade de leitores? Como adequar as mil e uma precauções com o que melhor convém para o leitor, as necessidades de um acabamento de qualidade artesanal, às implicações e ao ritmo de uma indústria? Como fazer um jornalismo ao mesmo tempo mais analítico e mais conciso? Mais inteligente e mais acessível? Mais planejado e ainda assim apto para responder ao imprevisto de última hora, numa palavra – à notícia? A primeira edição do *Manual*, de setembro de 1984, já dizia que “tudo o que puder ser dito sob a forma de mapa, gráfico ou tabela não deve ser dito sob a forma de texto”. Fomos pionei-

ros na valorização desses recursos. Eles ocupam hoje uma posição de destaque no conjunto de cada edição da *Folha* e são reconhecidos como instrumento altamente eficaz para tornar a leitura dos jornais mais atraente, mais rápida e mais proveitosa. Foi à custa de muito esforço que esses recursos se impuseram e hoje aparecem ao lado dos textos, em pé de igualdade com eles – mas ainda fracamente integrados a eles. Os recursos de arte não constituem apenas um complemento do texto; devem formar um todo com ele e a preocupação do arte-finalista com a reportagem deve ter por contrapartida uma idêntica preocupação do jornalista com o aproveitamento ao menos de parte das informações que ele apurou sob a forma de tabelas, quadros, gráficos, etc. O restante da imprensa diária está, ainda, num estágio muito primitivo de confecção do seu material iconográfico. Esta situação tende a se modificar rapidamente e mais do que nunca é necessário investir, agora, na qualidade do acabamento e na eficácia da concepção dos nossos mapas e quadros, que são tantas vezes deficientes. Raciocínio semelhante vale para a fotografia, terreno em que a *Folha* experimentou considerável progresso recentemente. Incorporamos ao procedimento do fotojornalismo padrões que até então estavam reservados à fotografia artística: ângulos e enfoques diferenciados; ênfase no detalhe das fotos de esportes; fórmulas para que as fotos de jornal expressem mais do que mera imagem e se entrelacem com o significado do evento a que essa imagem está ligada; interesse maior por imagens de beleza plástica e de efeito inusitado, ainda que sua temperatura noticiosa seja baixa. Também aqui é preciso depurar os avanços realizados; evitar com igual energia tanto o retorno ao fotojornalismo convencional como o exagero que consiste em esquecer que num jornal tudo o que se publica deve ser informação.

### **Reforma gráfica**

Desde 1987 está em estudo uma reforma gráfica do jornal. Ela será um desdobramento natural da história gráfica da *Folha*, con-

gruente com a fisionomia que o jornal desenvolveu ao longo das últimas décadas e ao mesmo tempo pragmática do ponto de vista da produção industrial das edições. Permitirá que se identifiquem plasticamente os vários tipos de texto – factual, de apoio, de interpretação e comentário etc. com a implantação paulatina dessa reforma, esperamos que o jornal passe a dispor de um arcabouço gráfico capaz de sustentar seu desenvolvimento na próxima década. Nos primeiros meses de vigência deste texto do Projeto Editorial, o mais importante passo dessa reforma deverá ser implantado: a modulação, procedimento que vai tornar irresistível a industrialização do design das páginas e que será também, mais cedo ou mais tarde, seguido pelos outros jornais.

### ***Profissionais qualificados***

A peculiaridade da situação em que nos encontramos reside sobretudo no caráter conjugado dos problemas que temos de atacar. É necessário agir em várias frentes ao mesmo tempo e não negligenciar nenhuma delas ao investir nas demais, precisamos impedir que a libertação dos controles internos e que o empenho para evitar a burocratização do trabalho jornalístico nos levam a um retrocesso. O *Manual* deve ser observado com inteligência, bom senso e sensibilidade, mas suas normas estão e vão continuar em vigor. Devemos aprimorar nossos mecanismos de seleção de profissionais, estimular a especialização jornalística, simultaneamente encorajar a versatilidade e evitar que o trabalho de cada um se fossilize no exercício prolongado demais de uma mesma ocupação. Os programas de treinamento e os seminários internos têm dado resultados positivos mas até aqui tímidos; temos de melhorar a eficácia desses mecanismos, assim como é necessário agilizar o Programa de Metas, há muito tempo estiolado numa rotina que quase se resume a um ritual. Temos de aumentar o relacionamento do jornal com as culturas estrangeiras e com as fontes de informação e de experiência jornalística sediadas no exterior; muito está sendo feito nessa direção – ainda não é o bastante, contudo.

## **Segmentação ou riqueza de detalhes?**

Segmentamos o jornal em cadernos e suplementos, de modo a organizar psicologicamente a leitura e atrair novas frações do leitorado. Foi uma decisão correta, que também não tardará a ser imitada; quem de nós, no entanto, se considera satisfeito com o conteúdo de cada caderno e de cada suplemento?

Mas o núcleo central dos nossos problemas está, como não poderia deixar de ser, no núcleo mesmo do jornalismo: o texto, a reportagem. O problema do texto, de sua má qualidade média, é de tal forma grave que na reestruturação da Secretaria de Redação, formalizada em julho de 1988, uma terceira área desse organismo central – a de Planejamento – foi especialmente destacada para encarregar-se de transformar, e rapidamente, o texto da *Folha*.

A qualidade da reportagem tem oscilado entre os grandes – e infelizmente eventuais – furos jornalísticos e uma rotina de pautas pouco imaginativas; entre os esforços concentrados dos cadernos especiais e das edições de grandes eventos, geralmente bem-sucedidos, e uma sensível precariedade na cobertura dos fatos do dia a dia. É indispensável investir numa máxima diferenciação de enfoques, no deslocamento das atenções, na descoberta do que não foi dito, não foi perguntado ou não foi lembrado a respeito de cada acontecimento. Isso não significa lançar-se na invencionice e na arbitrariedade, cujo principal mecanismo psicológico parece ser o hábito, não ir ao encontro dos fatos, mas de buscar neles a confirmação de uma generalidade, de uma abstração: a partir daí surgem os “chapéus” mais gratuitos, as associações de ideias bizarras, as valorizações do insignificante. O senso do concreto, do prático, do preciso, não se opõe à imaginação; ao contrário, é o que dá conteúdo e interesse jornalístico ao que poderia terminar como simples masturbação mental. Mas e mais as decisões jornalísticas – seja na edição, seja na pauta – terão necessariamente um quê de arbitrário: pode-se, a partir de um fato “leve”, circunstancial, apenas curioso, criar um grande assunto, descobrir uma nova área de interesse, que a simples reprodução televisiva dos acontecimentos de um dia não

revela. Mas para isso é necessário, antes de tudo, ter fatos concretos, solidamente apurados, ricos de detalhe, capazes por si próprios, e não por malabarismos de edição, de despertar o interesse do leitor.

## **Planejamento**

Na decisão sobre o que privilegiar, em quais assuntos investir, que “sides” destacar, o papel de um planejamento prévio é crucial. Ressentimo-nos ainda de uma improvisação constante, de uma corrida atrás do que já aconteceu, absolutamente negativas para o resultado final da edição e paralisantes para todo esforço de imaginação. As pautas devem ser mais e mais capazes de antecipar os fatos, aumentar a vida útil da notícia, preparar o leitor para o que possa acontecer e o jornalista para o que deverá ser lido. Dada a precariedade do planejamento e a insuficiência do dia a dia, o DataFolha vem, às vezes, suprir as omissões da reportagem. Devemos muitas manchetes às pesquisas do DataFolha e não há dúvidas de que, ao aliar rigor científico com agilidade, esse departamento está escrevendo um capítulo inédito da sociometria aplicada ao jornalismo. Mas será que pesquisas, tão valiosas do ponto de vista da informação, não têm ocultado a nossa incapacidade para investigar, verificar e dar por tecnicamente comprovadas informações importantes e exclusivas? Na *Folha* publica-se tudo o que estiver comprovado. Não temos sido capazes, entretanto, de preencher essa possibilidade com furos mais frequentes, nem mesmo com uma reportagem de rotina que tenha boa qualidade média. Vencemos uma batalha fundamental: a implantação do Projeto Editorial em Brasília, mas continuamos excessivamente presos ao jornalismo declaratório e às fontes governamentais de notícia. As eleições municipais deste ano, e sobretudo as presidenciais no ano de 1989, serão um teste decisivo no qual devemos concentrar todas as nossas energias, numa cobertura desde já absolutamente prioritária.

Todos estamos de acordo, além disso, com relação à necessidade de os textos serem completos, exatos e concisos – o leitor é cada vez mais exigente em termos do que ele necessita saber e dispõe de cada

vez menos tempo para a leitura de jornais, mas na prática é lamentavelmente grande a quantidade de textos incompletos, parciais, imprecisos e prolixos que publicamos.

### ***Competição e modernização***

Para a imprensa, esta é uma época cheia de promessas. A competição direta e acirrada entre os jornais, a necessidade de melhorarem os serviços que prestam a seus leitores, de se fazerem imprescindíveis quando tudo parece tornar-se descartável é algo que abre a perspectiva de uma arrancada extraordinária nos padrões técnico-editoriais da imprensa, no espírito crítico da opinião pública e na valorização do trabalho jornalístico. Mas é também uma época sombria: os produtos jornalísticos tendem a perder suas características e confundir-se numa área cinzenta sob o predomínio da timidez e da redundância, fruto do receio de perder posições no mercado. Surge um bom senso que mal esconde o convencionalismo da imprensa que faz pose de irrequieta, que finge inovar e que é reacionária até quando se moderniza. Mais uma vez o futuro da invenção jornalística depende em grande parte do comportamento da *Folha*, de sua capacidade para enfrentar esta nova situação com audácia e ecletismo, de se apropriar das experiências feitas fora e dentro do país, no passado e no presente, para combiná-las e adaptá-las num modelo próprio capaz de dar resposta aos problemas práticos de cada momento. Está em nossa mãos conduzir o panorama de turbulência e competição, agora caracterizado, numa direção em que as mudanças de aparência se transformem em mudanças mais profundas e permanentes, em que a evolução do jornalismo – subitamente acelerada – contribua para o desenvolvimento real da consciência crítica, da qualidade da vida e das ideias.

## Projeto Editorial 1997 – Caos da informação exige jornalismo mais seletivo, qualificado e didático

O texto publicado a seguir procura condensar uma série de discussões realizadas no âmbito interno da *Folha* desde o final do ano passado. O objetivo dessas discussões foi organizar a experiência recente e apontar perspectivas para o futuro do jornalismo brasileiro.

O documento ressalta as mudanças ocorridas ao longo da última década no plano internacional. Discute o impacto da revolução tecnológica e da expansão da economia de mercado sobre a imprensa. Registra o avanço de um jornalismo mais independente, ao mesmo tempo que identifica suas deficiências e estratégias para superá-las.

Na parte propositiva, o texto apresenta diretrizes que visam qualificar o conteúdo dos jornais, enfatizando uma abordagem mais compreensiva e criteriosa dos fatos.

Sua divulgação tem a finalidade de tornar público o compromisso do jornal com os valores e instrumentos por meio dos quais pretende melhorar a qualidade do serviço que vem prestando ao leitor e ao país.

### UM PANORAMA DE MUDANÇAS NA ECONOMIA, NA POLÍTICA E NAS IDEIAS

Sendo um registro taquigráfico da História, o jornalismo sofre necessariamente o primeiro impacto dos fatos. Até por isso convém que ele seja reexaminado periodicamente, a fim de aferir se sua atividade está sendo capaz de projetar alguma luz para além da efervescência dos acontecimentos, se seus critérios estão sendo os melhores para franquear uma leitura ao mesmo tempo fidedigna, reveladora e útil, se não da realidade, ao menos da sua superfície diária.



Toda época acredita viver transformações importantes. Os últimos dez anos ostentam, porém, uma constelação de mudanças espetaculares na política, na economia, nas ideias. Na metáfora agora tão batida da Queda do Muro, entrou em colapso a concepção maniqueísta, de valores complementares e soluções opostas, que prevalecia desde pelo menos a passagem do século. É como se as cartas da ideologia estivessem sendo reembalhadas e um novo jogo, ainda indefinido, começasse.

A dualidade política foi substituída por um consenso. Uma só superpotência impôs seu predomínio ao mundo, quase todas as sociedades procuram se aproximar de seu modelo. Com pouca variação de grau, há uma só receita econômica (o mercado), uma só fórmula institucional (a democracia), num mundo que tende inevitavelmente à “globalização”. Pois não se trata de um sistema estanque, mas que se propõe a enquadrar toda diversidade étnica ou cultural num mesmo modelo, já batizado como “fim da História”, desde que cumpridos os preceitos da livre competição e da técnica.

O modelo vitorioso se impôs pela eficiência com que produz bens e serviços, renunciando uma era de progresso e multiplicação da riqueza. Seu monolitismo é perturbado, porém, por instabilidades e exclusão. Grupos sociais estão sendo aliados do dinamismo econômico, nações inteiras correm o risco de se verem confinadas ao subdesenvolvimento. Os próprios vínculos coletivos como “nação” ou “classe” entretanto se enfraquecem, quando expostos a um modelo que premia individualmente enquanto exclui socialmente. Surgem novas formas de associação, menos definidas por sua base socioeconômica do que por valores culturais e de consumo, por isso mesmo mais voláteis e cambiantes.

O espaço público, terreno em que o jornalismo sempre lastreou sua legitimidade, passa por um terremoto que ainda não assentou; até a terminologia do debate (direita e esquerda, por exemplo) foi desorganizada. Conceito sempre difuso, a opinião pública ganha

unidade com a convergência geral de ideias, mas se dispersa numa segmentação de interesses que desafia a linguagem em comum. O jornalismo reflete fraturas e deslocamentos que ainda estão por mapear e se defronta com dilemas capazes de pôr seus pressupostos em questão: o que informar, para quem e para quê?

### ***Investimentos, novas tecnologias e pressões de mercado***

Idêntico movimento – um mesmo paradoxo entre convergência e dispersão – acontece na base empresarial, tecnológica e de mercado das comunicações. Empresas locais se associam a investimentos estrangeiros, por sua vez aglutinados na forma de grandes blocos em seus países de origem. Todas as modalidades de comunicação foram convertidas a uma mesma linguagem tecnológica, o que permite a esses blocos integrar um amplo espectro de serviços, do jornalismo ao entretenimento, passando por televisão, telefonia, cinema, vídeo, editoração e Internet.

Tais grupos tendem a acumular poder e por isso sofrem restrições mesmo nos países onde a legislação econômica é considerada liberal. No entanto, sendo sua lógica a do mercado, voltada para o atendimento de demandas que remunerem, o risco parece ser menos o de manipulações conspiratórias contra o público do que o de uma atitude, crescente nos meios de comunicação em geral, que se limita a espelhar as expectativas de um consumidor estatisticamente médio.

As associações em nível empresarial colocam uma quantidade inédita de recursos a serviço das comunicações, ao mesmo tempo que a integração tecnológica permite dar escala econômica a uma imensa gama de interesses específicos. A confluência entre esses dois fatores está propiciando uma explosão das possibilidades de acesso ao conhecimento. Fala-se em direito

à não informação, sintoma de um público que se ressentir não já da falta, mas de um excesso inassimilável de dados, de uma verdadeira cacofonia da comunicação.

A proliferação da oferta acirra a disputa pelo tempo do consumidor. Como o leque de opções é amplo na televisão paga e praticamente inesgotável na Internet, a tendência é que as inclinações pessoais, especialidades e “*hobbies*” encontrem seus nichos, levando o usuário a dedicar parte crescente do tempo a eles. Além disso, o aperfeiçoamento tecnológico dos novos meios ainda está em curso, conforme eles convergem para um mesmo aparelho físico, capaz de enfeixar e redefinir o uso do televisor, do telefone, do livro, da revista e do jornal.

Aqui, é preciso estabelecer uma distinção entre o suporte físico do meio – o papel e a tinta – e seu conteúdo. A reiterada pergunta sobre se os jornais vão sobreviver possivelmente comporta as duas respostas – sim e não. Há uma grande massa de informações, para não mencionar o trabalho analítico em torno delas, que o consumidor não precisa receber em ritmo mais frequente do que o diário. Embora exista quem julgue insubstituíveis as vantagens do formato papel, é provável que ele venha a decair ao longo das próximas décadas, sem que os jornais desapareçam no que é a sua essência: um panorama dos principais acontecimentos da véspera tal como filtrado por uma personalidade editorial coletiva. Seria o caso de perguntar se a Internet vai substituir a rotativa, não o jornal.

Tudo indica que nos países desenvolvidos os jornais atingiram há algum tempo o ponto de saturação das tiragens, que se estabilizaram, quando não tendem a decrescer gradualmente. A situação é outra em países emergentes como o Brasil, onde um largo contingente da população, à medida que seus padrões de educação e consumo melhorem, poderá ser incorporado ao público-leitor. Os índices de circulação alcançados pela imprensa brasileira sugerem que isso já está ocorrendo. Segundo estimativas da Associação Nacional de

Jornais, a circulação de periódicos em todo o país cresceu 21% entre 1991 e 1996. Se tomarmos como ponto de partida a re-democratização em 1985, a circulação dos quatro jornais de influência nacional aumentou 67% (no caso da *Folha*, 116%); a das duas principais revistas, 135%. Pode-se objetar que parte desse crescimento não decorreu do aumento de leitores, mas de consumidores atraídos por promoções ou descontos vinculados à compra do produto. A estratégia mercadológica que prevaleceu, no entanto, foi agregar produtos de valor cultural (atlas, enciclopédias, dicionários, vídeos, etc.), congruentes com a natureza do produto jornalístico.

Contam-se aos milhões as residências que receberam, muitas pela primeira vez, esse acervo mínimo. Não existe razão pela qual as empresas jornalísticas devam abandonar o recurso, ao menos enquanto ele continuar sendo compensatório para ambas as partes, permitindo ainda que uma faixa de não leitores venha a se converter em leitores de jornal.

### ***Um jornalismo cada vez mais crítico e mais criticado***

A evolução do jornalismo brasileiro na década de 1980 culminou com o *impeachment* do presidente da República em 1992, no qual a imprensa teve papel determinante. Os telejornais ganharam desenvoltura informativa, firmou-se nos meios impressos o prestígio de um profissionalismo independente, submetido apenas às forças de mercado. A democracia adquiriu consistência, conforme as instituições mostravam que podiam funcionar. Os meios de comunicação passaram a refletir pressões crescentes de democratização do poder público, expressas em timbre moralizador, tanto mais intensas quanto mais o Estado se mostrava incapaz de atender expectativas mínimas da população, represadas havia muito.

Entrou em grande evidência um jornalismo baseado na investigação, nem sempre conscienciosa, de irregularidades na administração pública, divulgadas de forma categórica, às vezes bombástica. O *impeachment* ocupa entre nós posição análoga à do caso Watergate na evolução da imprensa norte-americana, seja no sentido de ter revitalizado a função político-institucional do jornalismo, seja no de revelar falhas que o próprio aumento da influência dos meios de comunicação tornou patentes.

Assim como cresceu a percepção crítica da imprensa em relação aos poderes instituídos, especialmente os de natureza pública, aumentou também a recepção crítica dos meios de comunicação por parte da sua base social, o público que consome a mercadoria-informação. O mal-estar que cerca a imprensa passou a se traduzir em três acusações predominantes: ela seria superficial, invasiva e pessimista.

Em vez de se voltar para o esclarecimento de processos complexos e contraditórios a imprensa opta – de acordo com a primeira crítica – por pinçar seus fragmentos mais estridentes, praticando simplificações que só aparentemente refletem uma disposição crítica, na verdade conivente com as estruturas que finge ignorar. Para o segundo tipo de acusação, no afã de obter revelações chocantes a imprensa atropela quaisquer limites, sobrepondo um suposto interesse público, cuja extensão ela mesma estabelece, aos direitos individuais de privacidade e reputação. Tangida pela competição à busca do “furo pelo furo”, permeada por uma atmosfera de descrença reinante nas redações, a imprensa adota uma linha destrutiva – daí o seu alegado pessimismo.

Não se trata de acusações descabidas, ainda que generalizem exceções, tomando-as por regra. Subordinado a um regime de pressa que faz parte de sua utilidade pública, o jornalismo está sujeito a erros e distorções, raramente premeditados. É argumentável que alguma incidência deles seja o preço a pagar para que a sociedade possa usufruir de um valioso patrimônio

público, a livre circulação de informações e ideias. Mesmo assim, está claro que uma resposta para os problemas do jornalismo contemporâneo terá de corresponder à sensibilidade de parcelas crescentes do público, que reclamam um emprego mais criterioso do poder de informar.

Os objetivos a compatibilizar nem sempre parecem congruentes. Como praticar um jornalismo mais interessante (pois há queixas também nessa direção) e ao mesmo tempo mais ponderado? Como manter e até ampliar o diapasão de crítica, sem ferir direitos nem utilizar métodos capciosos? Como aprofundar os enfoques sem perder a necessária vivacidade jornalística? Como evitar tanto o conformismo como a crítica pela crítica? Mais especificamente, essas questões deverão assumir forma prática com a nova legislação de imprensa, que provavelmente tornará mais ágeis e frequentes as punições nos casos em que prevalecer, em juízo, o entendimento de que houve negligência ou abuso.

### ***Seleção de fatos e compreensão de seus nexos num texto mais livre***

Foram relacionados, até aqui, alguns dos desafios que assediavam o jornalismo de modo simultâneo e sob diversos prismas: político, empresarial, tecnológico, mercadológico, jurídico. Não existe, evidentemente, uma fórmula capaz de responder de antemão a todos eles. Somente a experiência dos próximos anos permitirá defini-la, conforme os prognósticos que hoje é possível esboçar forem corroborados ou tiverem de sofrer retificações.

Determinadas linhas de ação, no entanto, parecem claras como diretrizes a ser adotadas pelo jornalismo diário. O atendimento cada vez mais copioso e eficaz de demandas específicas não faz desaparecer – ao contrário, ressalta a necessidade

de meios que possam funcionar como âncoras de referência geral. Em meio à balbúrdia informativa, a utilidade dos jornais crescerá se eles conseguirem não apenas organizar a informação inespecífica, aquela que potencialmente interessa a toda pessoa alfabetizada, como também torná-la mais compreensível em seus nexos e articulações, exatamente para garantir seu trânsito em meio à heterogeneidade de um público fragmentário e dispersivo.

Em outras palavras, o jornalismo terá de fazer frente a uma exigência qualitativa muito superior à do passado, refinando sua capacidade de selecionar, didatizar e analisar. É recomendável que a gama de assuntos a ser cobertos até mesmo se reduza em alguma medida, desde que em contrapartida sua seleção seja mais pertinente, e o tratamento que receberem, mais compreensivo. Uma tal mudança implica repercussões na pauta, na reportagem, no texto, na edição. É preciso maior originalidade na identificação dos temas a ser objeto de apuração, bem como uma focalização mais precisa de sua abordagem. Pesquisas de opinião possibilitam conhecer um pouco melhor as necessidades do público e aproximar a pauta do jornal e a vivência concreta do leitor. Mas não substituem o discernimento necessário para detectar a ocasião jornalística nos fatos que reúnam o geral e o específico, em que um processo relevante ou emergente apareça entrelaçado com sua manifestação mais sintomática e humana. Essa preocupação deveria nortear a elaboração do jornal, da pauta à edição.

A transição de um texto estritamente informativo, tolhido por normas pouco flexíveis, para um outro padrão textual que admita um componente de análise e certa liberdade estilística é consequência da evolução que estamos procurando identificar. Trata-se, porém, de política a ser administrada com parcimônia e cautela, seja para que não se perca a base objetiva de informação, seja para que o leitor não fique à mercê dos caprichos da subjetividade de quem está ali para, antes de mais nada, in-

formar com exatidão. A um texto noticioso mais flexível deve corresponder um domínio superior do idioma, bem como redobrada vigilância quanto à verificação prévia das informações, à precisão e inteireza dos relatos, à sustentação técnica das análises e à isenção necessária para assegurar o acesso do leitor aos diferentes pontos de vista suscitados pelos fatos.

Sobrecarregada, até certo ponto, por tarefas que a tecnologia colocou sob sua alçada, a edição enfrenta também o desafio de mobilizar as possibilidades de pesquisa propiciadas pela informática, utilizar melhor a computação gráfica, desenvolver a utilização elegante de imagens coloridas. Será cada vez mais importante que esses esforços parciais sejam integrados de modo criativo e didático, a fim de assegurar uma apresentação mais aguda de tudo o que se decidiu considerar importante no dia.

### ***Treinamento, reciclagem e combate sistemático a erros***

O êxito da transição para um modelo como o delineado acima depende de vários fatores. Depende da capacidade das empresas para preservar e ampliar a distinção entre seus interesses econômicos e sua autonomia editorial, compreendendo que esta convém àqueles. Depende de uma articulação eficaz entre diversos setores: redação, publicidade, circulação, planejamento, impressão, informática, recursos humanos, marketing. Depende de seus níveis de investimento em tecnologia e pessoal qualificado. Mas esses fatores precisam ser complementados por um esforço profundo de aprimoramento intelectual e técnico no âmbito das redações. São as próprias exigências competitivas do mercado que se refletem sobre a formação do profissional de imprensa, compelindo-o a uma reciclagem permanente por meio de cursos, estágios, viagens



e períodos sabáticos. Para tratar um determinado assunto de maneira ao mesmo tempo mais abrangente e explicativa, é indispensável conhecê-lo melhor. Também os mecanismos de recrutamento devem evoluir, com vistas à elevação do nível médio dos quadros profissionais.

A abertura para temas até agora pouco frequentados pela pauta jornalística; a “desestatização” do noticiário, num jornalismo ainda fortemente atrelado a agendas, fontes e declarações oficiais; uma disposição para conferir maior evidência aos assuntos de alcance nacional e internacional; a interpretação dos mananciais estatísticos, em que nem sempre é fácil separar o relevante do incidental; a demonstração dos vínculos entre a aparência e o substrato de cada fato importante – tudo isso reclama uma qualificação profissional em constante evolução. É preciso incrementar o jogo de estímulos recíprocos entre melhores condições de remuneração e trabalho, por um lado, e uma cultura jornalística que incentive o aprendizado, a autocritica e a imaginação, por outro. A densidade dessa cultura interna será elemento decisivo, tanto para garantir a sobrevivência dos jornais em conjunto, como para assegurar posições de liderança no público-leitor.

Os programas de qualidade se converteram em imperativo de gerência empresarial. Embora a qualidade jornalística seja em parte insuscetível de se medir em termos objetivos, ela tem pelo menos uma dimensão – os erros – apta a ser quantificada e submetida a programas desse tipo. A adaptação de programas de qualidade à esfera das redações tem mostrado que é possível reduzir a incidência dos erros de forma (linguagem e digitação), ao mesmo tempo em que abre caminho para um combate pela primeira vez metódico aos erros mais importantes, os de conteúdo, cujo mapeamento, prevenção e retificação ainda são, quando muito, incipientes.

### ***Crítica, pluralidade e apartidarismo num espaço em reformulação***

Em documentos anteriores a este, a *Folha* cristalizou uma concepção de jornalismo definido como crítico, pluralista e apartidário. Tais valores adquiriram a característica doutrinária que está impregnada na personalidade do jornal e que ajudou a moldar o estilo da imprensa brasileira na última década. Cabe questionar, porém, à luz das transformações sumariadas acima, se a implementação desses valores não deveria passar por revisão também, até com a finalidade de sacudir os automatismos fixados pelo hábito.

Se a premissa dessas notas está correta – ou seja, se o jornalismo atravessa um período de qualificação, que ultrapassa a ênfase normativa do período anterior –, a decorrência é que aqueles valores devem ser tomados, também eles, de modo mais qualificado. Isso não significa que o jornalismo deva apelar a sua disposição crítica, mas refiná-la e torná-la mais aguda num ambiente que não é mais dicotômico, no qual o debate técnico substituiu, em boa medida, o debate ideológico.

O pluralismo, apegunado muitas vezes na auscultação meramente formal do “outro lado” da notícia, deveria renovar-se na busca de uma compreensão mais autêntica das várias facetas implicadas no episódio jornalístico. Mesmo a atitude apartidária, que veda alinhamentos automáticos e obriga a um tratamento distanciado em relação às correntes de interesse que atuam sobre os fatos, não pode servir de alibi para uma neutralidade acomodada, quando não satisfeita em hostilizar por hostilizar.

Os meios de comunicação têm assegurado grande visibilidade para a linha de reformas liberalizantes observada pelos últimos três governos. Ao fazê-lo, refletem uma tendência internacional que recebe apoio crescente na opinião pública interna. A discussão pormenorizada do conteúdo e da extensão

dessas reformas, dos prós e contras de seus diferentes matizes, no entanto, é assistemática. Propostas alternativas têm sido objeto de pouca atenção. Da mesma forma, a demora no enfrentamento das carências sociais – problema básico num país como o Brasil – raramente vai além da repetição de enunciados genéricos. Existe um consenso, por exemplo, de que educação e saúde configuram o nó do desenvolvimento do país, mas a imprensa ainda não conseguiu articular enfoques que coloquem esses temas na ordem do dia, acoplando-os à agenda imediata de eventos.

A necessidade de adaptação nacional à dinâmica externa, imperativo aguçado na época que atravessamos, atualiza os problemas tradicionais de uma sociedade em que a divisão entre um setor integrado e um setor excluído nada tem de novo. Espelhar essa contradição e contribuir para que ela seja transposta, pela integração de seus termos na sociedade de mercado e na democracia política, é provavelmente a principal tarefa do jornalismo hoje, até porque de seu sucesso depende a amplitude e mesmo a sobrevivência de um espaço público em reformulação.





ON JORNAL A REVISTA DO BRASIL WWW.FOLHA.COM.BR

# FOLHA DE S. PAULO

SEMPRE À FRENTE DO SEU TEMPO, A FOLHA LANÇA O JORNAL DO FUTURO.

## Dilma sobe e empatia com Serra

Política cresceu 7 pontos e obteve 37%, mesmo índice de favorável, aponta Datafolha. Marina mantém 12%

**Genes e Neymar não poderão ficar em balde**

**Referenda prevê crime penal, e voto de Cambiá**

**PM suspende o crime penal, e corrige o sai**

**Meninas**

**ATROCIDADE**

**De cada sete brasileiros entre 16 e 29 anos, um já fez aborto**

**RESTRITIVO**

**Carta de Obama a Lula suscita reação eletrônica**

**Ford convoca 600 mil para ação: o cenário**

**De cada sete brasileiros entre 16 e 29 anos, um já fez aborto**

**RESTRITIVO**

FOLHA DE S. PAULO

# NO VÍSI SIMA!

FOLHA SE TRANSFORMA PARA FICAR MAIS LEGÍVEL E INCISIVA

REGIÃO EDITORIAL E GERÊNCIA

NO PAPEL E NA TELA

★ **Conteúdo mais objetivo, mais análise e opinião**

★ **Layout moderno, cores claras, melhor leitura e melhor navegação**

★ **Integração perfeita e original: 23 horas por dia**

2 | **INFORMÁTICA** | 15 de maio de 2012 | **BRASILHO**

**Atividade** Como não deve ser usado em uma página, portanto, colada no site. O usuário pode ser obrigado a usar apenas um navegador ou sistema operacional, e isso pode gerar problemas de compatibilidade. Além disso, o usuário pode não ter acesso a certos recursos do site.



## INFORMAÇÃO EXCLUSIVA DE CARA nova

**Projeto prioriza fotos, vídeos, áudio e texto**

Com o objetivo de oferecer uma experiência mais rica e dinâmica ao usuário, o projeto de redesign do site do BrasilHO prioriza o uso de imagens, vídeos e áudio. Além disso, o texto é apresentado de forma mais clara e objetiva, facilitando a leitura e a compreensão das notícias.

**VALORIZAÇÃO DE análises**

O projeto também valoriza as análises e opiniões dos especialistas, oferecendo ao usuário uma visão mais ampla e crítica das notícias. Isso é feito através de artigos de fundo e comentários de especialistas em diversas áreas.

4 | **ESPECIAL** | 15 de maio de 2012 | **BRASILHO**



## Suplementos ficam mais ricos e dinâmicos

Com o objetivo de oferecer uma experiência mais rica e dinâmica ao usuário, os suplementos do BrasilHO foram redesenhados. Isso inclui a adição de mais imagens, vídeos e áudio, além de uma melhor organização do conteúdo.



Os suplementos do BrasilHO foram redesenhados para oferecer uma experiência mais rica e dinâmica ao usuário. Isso inclui a adição de mais imagens, vídeos e áudio, além de uma melhor organização do conteúdo.

BRASILHO | 15 de maio de 2012 | **BRASILHO**

**Brasil** O Brasil agora é poder. Mudança indica novo enfoque para cobertura de política nacional, além da estreia de colunistas e seções.



## BRASIL AGORA É poder

Mudança indica novo enfoque para cobertura de política nacional, além da estreia de colunistas e seções.

**29 NOVOS COLUNISTAS**

Lista de novos colunistas e seções:

- Colunistas:** [List of names]
- Seções:** [List of sections]

4 | **ESPECIAL** | 15 de maio de 2012 | **BRASILHO**

**Esporte** O esporte vai ganhar um novo enfoque. O BrasilHO vai discutir o desenvolvimento tático das partidas.

## ESPORTE COM MAIS emoção

Formato tabuleiro propõe olhar uma experiência de futebol mais além: cobertura de futebol vai discutir o desenvolvimento tático das partidas.

**sanfástico**

**subtração**

## MUNDO DOS ESPORTES TERÁ NOVA COLUNA

Formato tabuleiro propõe olhar uma experiência de futebol mais além: cobertura de futebol vai discutir o desenvolvimento tático das partidas.

**sanfástico**

**subtração**



**RENASCIMENTO** | **OPINIÃO** | **12 DE MARÇO DE 2012** | **BRASILHOJE**

**Até lá, não sabemos que seja uma produção artificial** | **Preço médio** | **Alimentar** | **Até lá, não sabemos que seja uma produção artificial** | **Preço médio** | **Alimentar** | **Até lá, não sabemos que seja uma produção artificial** | **Preço médio** | **Alimentar**



## NO VO ENFOQUE

# vida real

DA ECONOMIA

Como investir em negócios e franquias pessoais e no dia a dia das empresas; como calcular a melhor forma de análise e opinião

### mercado

commodities  
diversa & intras  
fórmula invest  
socialis & cia

**cotidiano**  
como  
trabalhar  
pessoal

**"POR AÍ"**  
FISSECA  
BARROS

**côridos**

**PRÁTICA**

**RENASCIMENTO** | **OPINIÃO** | **12 DE MARÇO DE 2012** | **BRASILHOJE**

## Renovação gráfica

Aaabcdefgij  
a a  
Aaabcdefgij

**Fontes mais fortes para notícias**  
Mais leves para análise, opinião etc.  
**reportagens ESPECIAIS**

**FOCALIZA MAIS INICIA E LEGANTE...**  
**FOCALIZA SP/PELO**

**COM NOTICIAÇÃO E ORGANIZA A LETURA...**

**COM FERRAS A ECONOMIA...**

**BRASILHOJE** | **OPINIÃO** | **12 DE MARÇO DE 2012** | **BRASILHOJE**

**Até lá, não sabemos que seja uma produção artificial** | **Preço médio** | **Alimentar** | **Até lá, não sabemos que seja uma produção artificial** | **Preço médio** | **Alimentar**

**Os New York Times**

**equilíbrio**  
**REFRESQUE SE**

**OS NÓS DO GOOGLE**

## LIGADO nas redes

Seu celular traduzir novidades do mundo tecnológico e de negócios sociais, além de alertar sobre tendências

**MONITORIAIS**

**PRÁTICA**

**BRASILHOJE** | **OPINIÃO** | **12 DE MARÇO DE 2012** | **BRASILHOJE**

**Até lá, não sabemos que seja uma produção artificial** | **Preço médio** | **Alimentar** | **Até lá, não sabemos que seja uma produção artificial** | **Preço médio** | **Alimentar**

**gula**

**O MELHOR DA MAIOR**  
**cidade**

**saopaulo**

Revista dominical, que em 2012, vai destacar as regiões de lazer, cultura e compras que a metrópole proporciona

**GUIA MAIS PRÁTICO**

**atraídos pelas curvas**

**PARA DUAS IDADES**

**serafina**

**PRÁTICA**







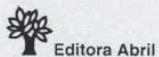


## **Plano Editorial**

Revista: SUPERINTERESSANTE

Diretor de Redação: Eugênio Bucci

Data: novembro de 1996



#### Q Plano Editorial

- \* É anual, discutido e aprovado pela Direção Editorial.
- \* Representa a visão da redação sobre a revista e sua relação com o leitor.
- \* É ferramenta de trabalho do diretor de redação e parâmetro para a redação.
- \* Pode e deve ser revisado e alterado de acordo com as necessidades.
- \* É a alimentação básica e formal da redação para o Plano de Marketing.



Editora Abril

## Conteúdo

1. Missão e Objetivos
2. O Leitor
3. Necessidades do leitor que a revista deve atender
4. Cenário Mundial e Brasileiro
5. Revistas Concorrentes
6. Pontos fortes e fracos da revista
7. Ações Editoriais
8. Equipe e fluxo de trabalho

## Apêndices

- A. Histórico Editorial
- B. Dados sobre o leitor
- C. Estrutura física
- D. Informações comerciais
- E. Panoramas do mundo do leitor
- F. Propostas de logo para a SUPER JUNIOR
- G. Propostas de alteração na planilha de prazos
- H. Organograma
- I. Carta de John Parsons

## Acompanham este Plano Editorial

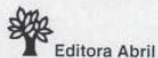
1. Um disquete (arquivos em html) com exemplos da edição eletrônica SUPER ON-LINE
2. Um caderno com exemplos das propostas gráficas aqui apresentadas



Editora Abril

"Há uma grande distância entre a ciência real e o que é descrito nos livros. Quando você tem uma descoberta importante, tudo o que chega às pessoas é um monte de fórmulas. A célebre  $E=MC^2$  é o resumo de tudo o que Einstein descobriu em sua existência. Mas não se sabe sobre a aventura humana que levou a uma descoberta dessas. Nada se fala sobre as dificuldades que enfrentou, a importância de cada passo que deu, as decisões que tomou. Com isso, não se percebe o que tornou uma descoberta possível. O grande momento de prazer da descoberta não é tanto o produto final. É a aventura humana."

*(Carlo Rubbia, físico italiano, prêmio Nobel de 1984, nas páginas amarelas de VEJA de 30 de outubro de 1996)*



## 1. Missão e Objetivos

**Missão da revista** (o que a revista quer ser na vida)

**Revelar a ciência onde há mistério,  
curiosidade e notícia — e revelar a aventura,  
a emoção e a ousadia onde há ciência.**





Editora Abril

## Objetivos da revista

(pontos básicos para cumprir a missão)

- 1) **Explicar o que as outras revistas mal conseguem entender. Traduzir para o leitorês o que os outros publicam em científiquês.**
- 2) **Para tratar de ciência, tecnologia e cultura geral num equilíbrio satisfatório, cada edição da SUPER deve contemplar sete áreas:**
  1. Tecnologia, informática, energia, comunicações.
  2. Paleontologia, antropologia, arqueologia.
  3. Universo, astronomia, tecnologia espacial.
  4. Natureza, meio ambiente, clima, ecologia, biodiversidade, geografia, geologia.
  5. Medicina, saúde, biologia, genética.
  6. História, geopolítica, psicologia, idéias.
  7. Física, química, matemática.
- 3) **Editar palavras e imagens como quem proporciona um espetáculo, uma viagem em clima de ficção científica.**
- 4) **Fornecer informações de fontes primárias: ouvir diretamente, sem intermediários, pesquisadores e cientistas que estejam desenvolvendo trabalhos de ponta, no Brasil e no mundo.**
- 5) **Investigar permanentemente os limites da ciência e do conceito de ciência. Sendo um veículo, não uma fonte, a SUPER não emite o conceito de ciência, mas se apóia nas definições adotadas pela comunidade científica nas universidades — e está atenta ao constante deslocamento dos limites dessas definições.**



Editora Abril

## 2. O Leitor

### Comportamento, atitudes e valores

(20 ou mais características do leitor, segundo a experiência e a intuição da redação. Não consultar pesquisas)

1. O presidente americano Richard Nixon disse certa vez representar a "maioria silenciosa". Recentemente, no Brasil, o ex-presidente Fernando Collor conclamou à "maioria silenciosa" a sair às ruas em sua defesa. Essa "maioria silenciosa" designa aquele contingente majoritário, claro, da sociedade que não é ruidoso nem aparecido demais; não gosta de ser visto, notado, mas está sempre lá. É uma multidão e, não obstante, é quieto no seu canto. Pois bem: o leitor da SUPER **pertence à maioria silenciosa**.
2. O leitor é **múltiplo**. Há vários, com diferentes características: é homem ou mulher, tanto faz. Às vezes, um bom jeito de visualizá-lo é pensar nele como uma família inteira: ele é pai, é mãe, filho ou filha, avô ou avó. Só não é o cachorro e nem o papagaio.
3. A imagem do leitor como **família** é importante também para entender sua moral.
4. **É crítico**: questiona o que come, o que assiste na TV, é um telespectador direcionado nesse sentido, questiona também o que aprende na escola.
5. **É uma vítima da dicotomia entre corpo/ciência/matéria versus espiritualidade/humanidades/sentimento**. É difícil para ele integrar-se como um todo harmonioso, conciliar vida pessoal e vida profissional, conciliar religiosidade e prazer etc. Essas dicotomias decorrem bastante da formação escolar e da própria cultura ocidental, que conduz a sofrimentos hoje conhecidos. Essas dicotomias decorrem, enfim, da própria organização do conhecimento e do modo como o leitor se relaciona com esse conhecimento.
6. Ele se interessa por qualquer produto que tenha a **grife da ciência** e busca a **chancela acadêmica**, respeita a autoridade do **diploma de universidade**.
7. **Faz coleções**: selo, moedas, carrinhos, bonecas, cartas, chaveiros e revistas.
8. **Tem tudo no quarto**: TV, som, a coleção da SUPER, outras coleções, livros e computador. Sobretudo computador. Num altar.
9. Gosta de **comprar por catálogo** e pela Internet. Compra também por anúncios de TV.
10. **Detesta política**, mas tolera alguma ecologia.
11. Ele não é contra as drogas: tem **medo das drogas**.





Editora Abril

12. Ele é **curioso**, mas não de forma genérica. Tem uma curiosidade muito própria, voltada para a minúcia tecnológica, para o diferencial, o detalhe a mais, exclusivo. Gosta de conhecer planetas assim como de entender o funcionamento de um forno de microondas.
13. **Gosta de inventores e de pensadores**: aprecia boas idéias e, principalmente, criatividade.
14. Dentro de seu grupo, é visto como alguém **bem informado** e inteligente. Destaca-se por isso nas suas rodas.
15. **É louco por ficção científica**. Gosta de quadrinhos. É fanático por cinema, sobretudo por filmes de ficção, de aventura e de ação.
16. **Telespectador direcionado**. Assiste ao Discovery, ao GNT, ao *Fantástico* e ao Jô Soares.
17. Tem **fascínio pelo futuro**: falar do futuro, imaginar o futuro. É ligado principalmente no maquinário do futuro.
18. **Gosta de viajar**, na prática ou na teoria: curte uma aventura virtual, por vídeo e fotos
19. É **estudante**: do colégio, do cursinho, da faculdade, ou de inglês, computação, algum curso profissionalizante.
20. É **professor**: de colégio, de cursinho, de faculdade, de computação, de inglês, ou de algum curso profissionalizante.
21. **Pratica esportes**, mais como um valor ("é bom e importante praticar esportes") do que por paixão, diversão ou por gostar de competir.
22. **Adora lazer cultural**. Não quer apenas relaxar, quer algo que mexa com a sua cabeça: como cinema, teatro, livros, museus.

Obs: Ver, nos apêndices, o ponto E: *Panoramas do mundo do leitor*. O exercício ali registrado foi base para a formulação e contextualização das características aqui listadas.



Editora Abril

### 3. Necessidades do leitor que a revista deve atender

Para detectar necessidades, use as características do leitor que você identificou. Lance mão também das pesquisas disponíveis sobre seu leitor.

1. Sentir-se inteligente enquanto lê.
2. Estar superbem-informado sobre o que há de ponta na tecnologia. O leitor quer e precisa entendê-la, em detalhes. Sonha consumi-la.
3. Saber em que direção vão as pesquisas científicas e conhecer a razão delas. De um modo geral, o leitor tem a necessidade de ter na cabeça um quadro permanentemente atualizado: o que é a ciência hoje e para onde ela caminha.
4. Tirar a prova dos nove a toda hora: as ciências e terapias chamadas de alternativas têm fundamento? Por quê?
5. Entender tudo rápido, sem perda de tempo.
6. Ensinar e aprender.
7. Antecipar-se. Dentro do seu meio, precisa largar na frente, destacar-se, não no que se refere a comportamentos e atitudes vanguardistas, mas no campo do conhecimento.
8. Saber em primeira mão quais são as tendências para o futuro.
9. Divertir-se quando busca informação científica.
10. Colecionar — colecionar todo tipo de coisa.
11. Acumular conhecimento (ou melhor, montanhas de informação).
12. Sentir-se cidadão do futuro e cidadão do mundo. Para isso, precisa integrar-se por múltiplos meios (não apenas os eletrônicos) à comunidade internacional e às suas questões e desafios contemporâneos.
13. Fantasiar, sonhar com as possibilidades mais fantásticas que se abrem a partir das mais avançadas pesquisas e teorias científicas.
14. Aconselhar-se, aclarar sua própria visão, não apenas em relação às suas atividades mais rotineiras, mas também em relação às suas preocupações diante do futuro.



Editora Abril

## 4. Cenário mundial e brasileiro sob a ótica da revista

**1996 foi o ano em que a ciência acabou.** Provocativo mas procedente, o livro *The End of Science*, do americano John Horgan, balançou o ano com uma tese perturbadora: o século XX esgotou a era das grandes descobertas; resta agora administrar pequenas melhorias. Segundo o autor, se não tem mais o que descobrir, a ciência perdeu boa parte de sua aura e, talvez, de sua razão de ser. Em uma palavra, acabou.

O mais intrigante é que aqueles para quem a ciência não acabou coisa nenhuma, aqueles para quem a ciência fornece os critérios da verdade, e que supostamente teriam interesse em descartar e desautorizar a argumentação de Horgan, promoveram um respeitoso debate em torno das idéias do autor. Jornalista, editor da revista *Scientific American*, Horgan não é um qualquer. Com ou sem constrangimento, quem leva a ciência a sério precisa levá-lo a sério também. Foi assim que publicações como o *The New York Times Book Review* dedicaram várias páginas ao livro. Mas, respeito à parte, todos discordaram de John Horgan. Com argumentos sólidos.

Falando ao caderno "Mais!", da *Folha de S. Paulo* (29.10.96), o físico Roger Penrose deixou claro o seu desconforto com as conclusões de Horgan. Penrose surpreendeu-se especialmente porque ele próprio foi entrevistado por Horgan para *The End of Science* e não entendeu como, baseado na entrevista que concedeu, alguém pudesse deduzir que a ciência chegou ao fim. Para Penrose, hoje considerado um dos maiores físicos do planeta ao lado de Stephen W. Hawking, "há grandes revoluções reservadas para nós na física fundamental, particularmente no que diz respeito ao modo pelo qual os fenômenos quânticos de pequena escala se relacionam aos fenômenos de grande escala da física clássica". E arremata: "Ainda não compreendemos as singularidades no espaço-tempo e muito pouco da natureza da consciência. O desconhecido é vasto e podemos esperar grandes revelações".

A reação do português António Damásio, um dos principais neurobiologistas da atualidade, residente nos Estados Unidos, foi bem parecida: "Está na moda declarar o fim de tudo: o fim da arte, o fim da ciência, o fim da filosofia, e assim por diante. Sem dúvida, não há nada errado em discutir o atual status da ciência, mas é inconcebível dizer que ela está no fim. Eu diria que não somente é possível responder, mas que haverá respostas para as grandes dúvidas de hoje e revisões substanciais na descrição básica da realidade."

O que Penrose e Damásio, entre outros, estão dizendo é que a ciência, longe de haver terminado, pode estar na trilha de grandes descobertas, que terão o dom de revolucionar o modo pelo qual vemos o mundo. Se esses achados vão acontecer em um, dois, dez ou vinte anos, ninguém pode dizer. O físico Carlo Rubbia, em entrevista a *Veja* que forneceu a epígrafe deste Plano Editorial,





Editora Abril

lembra que os tempos da ciência são dilatados. Uma pesquisa científica pode demorar vinte ou trinta anos para ser concluída. A eventual ausência de grandes rupturas durante um certo período não significa que todas as rupturas tenham se esgotado (e o nosso período não é exatamente o que poderíamos chamar de fase sem rupturas). O importante é que elas virão e a SUPER não pode estar fora desse barco. Ao contrário, precisa antecipá-lo e presentear o seu leitor com o deslombamento da conquista desses fantásticos mundos ainda sequer divisados.

**Por tudo isso, 1996 também pode ser visto como o ano em que foi decretado o renascimento da ciência.** Mas a importância de *The End of Science* talvez não dependa de ver quem é que tem razão na história. Talvez Horgan tenha criado não uma frase de efeito, mas um livro de efeito. Nele não é tão importante a conclusão, mas a barulheira que detona.

O que mais se destaca é que este livro traz para dentro dos domínios da ciência um sentimento fortíssimo na atualidade: a desconfiança em relação às instituições. A ciência estritamente acadêmica, como instituição-fonte do saber, estaria perdendo a primazia na esfera do conhecimento e se veria convidada, constrangida ou mesmo forçada a conviver com fontes alternativas de saber. Mais que conviver com elas, a entendê-las e a incorporá-las. Trata-se de um momento particularmente rico em oportunidades. Pois se a ciência não acabou, o que está em discussão é o conceito de ciência. Este sim, se não em crise, está em deslocamento. É preciso acompanhar esse deslocamento.

Claro, tudo isso tem a ver com o período que vivemos. A ciência está sujeita aos mesmos transe que se dão no campo da cultura. E talvez a outros também. Como ressaltou António Damásio, é como se tudo estivesse acabando o tempo todo. Acabando ininterruptamente. O fim da história foi proclamado há poucos anos pelo livro homônimo (*The End of History and the Last Man*, Free Press, 1992) de Francis Fukuyama. Num outro trabalho mais respeitável, outro autor e jornalista americano, Bill McKibben, localizou o que chamou de *The End of Nature* (Anchor Books, 1990). Ainda em 1996 o telespectador viu em horário nobre a novela de Dias Gomes, *O fim do mundo*, uma óbvia (talvez demais) metáfora para o desmoronamento do que é institucional. Estão em recuo instituições tão diversas como o Estado, a Igreja e, o que nos interessa mais de perto, a Universidade (fonte do conceito de ciência que mais encontra consenso na sociedade internacional). Não se trata de uma tendência de desaparecimento dessas instituições. Recuo é bem o termo: a presença das três na esfera pública não é mais como era antes e, provavelmente, não é mais dominante.

Começando pelo Estado. Como desdobramento da globalização da economia, a expressão "Estado mínimo" ganhou um significado mais que retórico: prático, indiscutível. Os mecanismos de mercado são chamados para regular atividades que há poucos anos ainda dependiam de ações governamentais ou legais. Isso ocorre tanto na Europa, com o fim do *welfare state* e suas decorrências, como na América Latina, onde avançam, com ritmos diferenciados, as privatizações.



Editora Abril

Mecanismos institucionais consagrados, que antes pareciam soluções perpétuas, dão sinais de cansaço. É o caso dos partidos e das eleições. Os primeiros não demonstram, nos países democráticos, a mesma capacidade de mobilização de que dispunham até a década de 70. Em parte substituídos pela televisão, o palanque da atualidade, em parte esvaziados pela própria confusão ideológica, os partidos estão em crise, uma crise cujos reflexos se estendem ao próprio comparecimento eleitoral. Nas palavras do cientista político Gui Hermet (*El Pueblo contra la Democracia, 1989*): "A abstenção parece perfilar-se como o futuro da maioria das democracias europeias. (...) De dezoito democracias europeias, cinco (Suíça, Reino Unido, Espanha, Irlanda e Grécia) são palco de uma evasão caracterizada. Os cidadãos-burgueses helvéticos foram os que mais avançaram nesse caminho. Também os norte-americanos os acompanham no caminho do abstencionismo maciço." No início de novembro, o presidente americano Bill Clinton conseguiu mais quatro anos de mandato num pleito que registrou cerca de 50% de abstenção, embora a campanha tenha sido a mais cara da história (1,6 bilhão de dólares). No Brasil, o estado de ânimo dos eleitores não é muito diferente. Pesquisa do Instituto Gallup revelou que 52% dos cariocas não votariam no segundo turno caso o voto não fosse obrigatório.

Quanto à Igreja ou, mais propriamente, a Igreja Católica, o seu recuo pode ser medido no mundo ou no Brasil pela proliferação das religiões alternativas, cristãs ou não, e pela diminuição de seu peso nos processos políticos (a própria política, as eleições e os partidos não gozam atualmente de grande prestígio). Há um aumento da religiosidade, e um recuo da instituição do catolicismo. Em sua relação com a ciência, a Igreja vive momentos de um ridículo poucas vezes visto. Em outubro, o papa João Paulo II admitiu que a teoria da evolução formulada por Charles Darwin no século XIX deve ser reconhecida como "mais que uma hipótese". Nota-se, mais uma vez, que os papas evoluem mais lentamente que outras espécies do reino animal.

**A Universidade não poderia escapar à pressão dos tempos.** Se não deixou de ser o templo do saber, teve que ceder a uma tendência da nova economia de valorizar mais a ciência, digamos utilitária, do que a básica. Esta última, em vista disso, foi mais atingida pelos cortes de orçamento, conseqüência da diminuição do Estado. O que se explica, também, pelo fim e recente sepultamento da guerra fria: o domínio da ciência e do saber não é mais uma razão de Estado estratégica. Pesquisas mais ambiciosas com verbas públicas ficaram praticamente inviáveis.

Um outro sintoma da privatização do saber está no fato de que a figura do grande professor vem perdendo prestígio para a figura do consultor. Hoje, grandes sábios são aqueles que menos ensinam em aulas públicas e mais vendem suas análises às empresas privadas. Estas, de seu lado, também procuram manter centros de inteligência analítica no seu próprio interior.

Mas, em meio a tantas transições, o fato é que a ciência continua gerando produtos e conhecimentos de valor inestimável. Inclusive para o desenvolvimento econômico. Então, se há desconfiança, com ou sem motivo, quanto à instituição



Editora Abril

científica, nada indica que os resultados científicos vão perder crédito aos olhos da sociedade.

Se não fosse apenas isso, também chama a atenção o fato de que o ritmo das descobertas importantes não foi apreciavelmente afetado pela mudança dos tempos. Ao contrário, como se pode conferir nas próprias páginas da SUPER, ele vem se acelerando. Uma lista rápida referente aos dois últimos anos teria de incluir:

1. Planetas em outros sistemas solares: os astrônomos acharam seis ou sete em poucos meses e dizem que vão encontrar uma centena até o final da década. Isso significa nada menos que a procura de alguma forma de vida ou inteligência em outros planetas. Em 1996, o anúncio de que o meteorito ALH84001, achado na Antártida em 1984, trazia formações minerais que sugeriam a existência de bactérias em Marte foi uma das mais retumbantes manchetes científicas do ano.
2. O quinto estado da matéria, uma previsão de Einstein que permanecia apenas teórica há 60 anos, foi finalmente comprovado. Aliás, a Física passa por um momento de otimismo. No final de outubro de 1996, um congresso na Universidade de Princeton, New Jersey, que reuniu nove prêmios Nobel, divulgou um prognóstico animador. Apesar das dificuldades para conseguir financiamento das pesquisas, os próximos 50 anos registrarão um florescimento inédito da Física. Principal área a ser desbravada: gravidade.
3. Outra previsão igualmente importante e antiga, a de que uma partícula subatômica pode ocupar dois lugares ao mesmo tempo, também foi comprovada, o que põe em polvorosa antigos cânones da física newtoniana.
4. A Terra por dentro: um impressionante conjunto de pesquisas trouxe conhecimentos inimagináveis há poucos anos a respeito das camadas internas do planeta e das transformações geológicas.
5. A civilização amazônica de 11 000 anos: entre outros achados sensacionais, transformou o povoamento da América de um assunto marginal na Arqueologia deste século em tópico de altíssima temperatura.
6. O átomo de antimatéria: foi construído pelos europeus, pela primeira vez, em 1996.
7. A construção da mosca de catorze olhos: a Genética chega a assustar com as possibilidades abertas praticamente todos os dias por meio de achados tão espantosos como este.
8. Cérebro: as pesquisas seguem o passo da Genética no que diz respeito ao volume de conhecimentos novos, cuja consequência pode ser o desvendamento de como funciona a mente humana.

**As aventuras do conhecimento prosseguem**, e o nosso papel, nossa grande oportunidade, é transmitir a sua emoção ao leitor da SUPER. Agora, além da emoção das descobertas, temos a emoção da própria mutação das bases da ciência, da revogação de velhas definições, da busca do que é inteiramente novo.

**Notas sobre o cenário mundial**





Editora Abrii

**Risco:** *Esquecer-se de que a informação que fornecemos, além de fascinante, deve ser útil para o leitor. Útil e segura. O risco é entrar no entretenimento pelo entretenimento.*

**Oportunidade:** *Diferenciar-se, ainda mais, exatamente pela validade material das informações que fornecemos, sem abrir mão da linguagem lúdica, divertida e deslumbrante.*

### 3. A ética é um valor em alta.

Com o esvaziamento dos métodos e das instituições coercitivas para moldar e controlar comportamentos, é cada dia maior o peso da ética (aqui entendida como conjunto de valores que ajudam os homens a viver e conviver bem) nas esferas pública e privada. Fala-se de ética, reclama-se por ética. Isso pode ser verificado em temas de interesse geral, em temas como a justiça, o racismo ou a ecologia, como em assuntos mais específicos: o leitor tem a percepção de que a credibilidade decorre tanto da respeitabilidade das fontes como da clareza técnica do texto.

**Risco:** *“Editorializar” as reportagens. A SUPER não é instrumento de pregação ou de proselitismo.*

**Oportunidade:** *Explorar mais os debates éticos próprios da ciência (manipulação genética, pesquisas nucleares), que mobilizam bastante a curiosidade do leitor da SUPER. Valorizar na edição a qualidade das fontes.*

### 4. Nova ordem, nova geopolítica.

Com a internacionalização, a mundialização e a globalização dos mercados, a lógica geopolítica muda de patamar. Ela deixa de ser bipolarizada e passa a funcionar em outras bases, novos agrupamentos em torno de mercados (Nafta, Mercosul, Comunidade Européia, Tigres Asiáticos). Surge também uma nova lógica de aproximações internacionais, a ecopolítica (representada por preocupações com desenvolvimento sustentado, pelas ações de ONGs como o Greenpeace) e há também um aumento dos programas e projetos de cooperação entre governos. Esse tom de otimismo é o dominante na indústria global do entretenimento, mas... *(ver ponto seguinte):*

### 5. Explodem conflitos étnicos, religiosos ou mesmo ideológicos.

Na Europa Central, na Irlanda, no Oriente Médio as guerras ditas localizadas produzem cenários tão bárbaros quanto aqueles da Segunda Guerra, com campos de concentração, extermínios, genocídios. Diferenças que estavam contidas pela ordem bipolarizada da Guerra Fria afloram agora violentamente, ameaçando as novas bases do convívio internacional. No continente africano, conflitos intertribais na África do Sul ou guerras civis descontroladas como a de Ruanda comprometem as perspectivas de organização social. No México e em outros países da América Latina a guerrilha é um sintoma da instabilidade que nunca é superada. Em vários pontos da Europa e dos Estados Unidos, florescem partidos e milícias nazistas ou neonazistas, pregando a segregação e a expulsão dos estrangeiros.



Editora Abril

**Riscos:** 1) Perder de vista as terríveis desigualdades em todas as pautas relacionadas com a atualidade, e embarcar na venda de uma euforia que contrasta com a vida real do leitor. 2) Perder de vista os progressos reais e vender um pessimismo que nada tem a ver com a missão da SUPER.

**Oportunidade:** O equilíbrio. Nas matérias sobre história, sobre geopolítica ou sobre ética na ciência, entre outras, explicar o contraditório, exatamente o que as outras revistas não conseguem entender. Isso vale também para outras tensões do nosso tempo:

**Globalização versus tribalização:**

Na sociedade globalizada, as formas locais não podem ser esquecidas. Embora surjam efeitos parecidos com uma certa massificação de consumo e hábitos, o fato é que a globalização convive com uma certa tribalização nos chamados microcosmos. Religiões, seitas, agrupamentos culturais de todo tipo, miniações (atenção para o aumento de competidores nas Olimpíadas, que traduz um aumento do número de bandeiras nacionais), diferentes entre si, proliferam-se à medida que a economia se globaliza. O ultraspecífico se conecta no ultrauniversal. Não é uma convivência tranqüila, é óbvio. Para os pessimistas, a globalização tende a dizimar especificidades. Para os otimistas, a globalização promove a grande festa planetária do multiculturalismo. O importante, para nós, é não perder de vista esse paradoxo.

**Tolerância versus totalitarismo:**

O politicamente correto já perdeu seu glamour, virou ridículo, e hoje já está perdendo o seu ridículo, atingindo, digamos, uma terceira fase de vida. Claramente, ele é um antídoto ao racismo, ao sexismo, ao segregacionismo de inspiração nazista ou não. A estrutura da família admite novas variações: pais gays que criam filhos, amigos que moram juntos até a velhice, casais de três. Comunidades diversas começam a tomar corpo. Ao mesmo tempo, no entanto, vai se implantando um rígido padrão de comportamento do qual é muito difícil desviar pois cada cidadão se transforma num vigilante moral de seu vizinho. Um modelo claramente totalitário. Explicando: o autoritarismo se caracteriza pelo exercício mais ou menos violento da autoridade central a partir de seus instrumentos de coerção e repressão, mas quando todos se convertem em agentes policiais das regras de comportamento moral, tem-se o totalitarismo. Nem dentro de casa o homem está livre da vigilância.

**Personalização versus Isolamento:**

Hoje é possível ter um modelo de bicicleta personalizado, um jornal personalizado, até pneu de carro personalizado. Existe um declínio da cultura de massa e um aumento das formas de acesso individual aos





Editora Abril

bens culturais; as pessoas conquistam estilos próprios de ser, de se vestir e de se comportar; o mercado de informação tende a se adaptar a demandas individuais diferenciadas. Há uma explosão dos meios interativos paralela ao declínio dos meios monológicos; a relação cristalizada entre emissor único e receptor massificado está obsoleta. O outro lado da personalização, ou o seu extremo, é o isolamento. Hoje, o convívio social cede mais espaço ao refúgio individual: cada um recluso, diante de uma tela de computador ou de vídeo, conversa com o mundo virtualmente.

#### **6. Falência dos "atravessadores de informação":**

Hoje, qualquer um, virtualmente, pode ter acesso às fontes. Nenhum meio de comunicação (nenhuma revista) é passagem obrigatória para encontrar informações. O público interessado tem hoje muito mais canais para obter as informações que precisa do que tinha há 10 anos, seja porque a ciência se tornou um assunto muito mais presente nos meios de comunicação, seja pelo advento da Internet, que põe o sujeito em contato com centros de pesquisas do mundo todo. E, já já, os brasileiros estarão usando a Internet de maneira ampla.

*Risco:* Cair na armadilha fácil de ficar reproduzindo declarações. É o caminho certo para que o leitor busque outros atalhos, antes impossíveis mas hoje disponíveis, para conseguir a informação de que precisa.

*Oportunidade:* A SUPER vale muito mais por aquilo que explica, por aquilo que traduz para o leitor, do que pelos dados ou declarações que "transporta". O sujeito lê a SUPER para entender o que significam as coisas. A SUPER não é apenas o veículo no qual ele vê uma notícia pela primeira vez (embora isso também aconteça com frequência, pois buscamos muitas informações exclusivas). O nosso trabalho essencial é dotar as informações de sentido. Na Internet, essa oportunidade é ainda mais candente.

**Além das notas sobre o cenário mundial, que têm validade também no Brasil, considerar as seguintes**

**Notas sobre o cenário brasileiro:**

#### **1. A Ciência no Brasil vai bem:**

Existem hoje 158 instituições de pesquisas, entre universidades e institutos, nos quais trabalham 47 983 pesquisadores. O levantamento acaba de ser divulgado pelo CNPq, Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico e traz outros números importantes:

- Em 1994, os cientistas brasileiros publicaram 35 351 artigos científicos. Das seis grandes áreas em que o CNPq divide as ciências — Agrárias, Biológicas, Saúde, Exatas e da Terra, Humanidades, Engenharia e Computação —, a que mais gera artigos é a de Humanidades, com 5 137 trabalhos. A Saúde é



Editora Abril

segunda, com 4 806. Nos países ricos, publicam-se em média 500 000 artigos científicos por anos.

- Mesmo assim, a ciência brasileira está em ótima forma. Especialmente se levarmos em conta que seu orçamento é bem pequeno. Ela recebe atualmente 0,7% do PIB, contra 1,5%, em média, nos países industrializados. Apesar disso, a produção científica aumentou muito no período mais recente. Para ficar apenas no número de doutores formados a cada ano, eles eram 924 em 1980 e chegaram a 6 745 em 1995.
- Também em 1994 foram criados aqui 1 036 produtos e processos tecnológicos, com aplicação potencial nos três setores da economia.

A boa forma da ciência brasileira também pode ser medida qualitativamente. Fiquemos apenas com três indicadores:

- Primeiro, a Matemática nacional, que há dez anos não era significativa internacionalmente, e hoje é reconhecida como uma das dez melhores do mundo.
- Segundo, em apenas 15 ou 20 anos, a Astrofísica saiu do zero para virar uma área no mínimo respeitável de pesquisa. O suficiente para que o Brasil se tornasse, pela primeira vez, sócio de um telescópio gigante, o Gemini, já em construção.
- O terceiro ponto é um crescimento na Química equivalente ao da Astrofísica. No campo específico das substâncias derivadas do petróleo, nossos químicos competem com quaisquer outros do mundo.

**Riscos:** *Fazer uma cobertura sem critérios da ciência brasileira, só porque ela é brasileira. É importante, sempre, saber medi-la pelos critérios e padrões de exigências internacionais.*

**Oportunidades:** *Revelar (a exemplo do que fizemos em "100 motivos para se orgulhar da ciência brasileira", em janeiro de 1996) as conquistas brilhantes dos pesquisadores daqui. Há muita notícia sobre ciência e tecnologia brasileiras passando em branco pelas revistas e jornais brasileiros.*

## 2. Medo:

Seria ingenuidade supor que o otimismo que veio junto com a estabilização da moeda não sofreu mudanças. Ele não é mais o mesmo, e é preciso registrar. Claro que a economia brasileira demonstra fôlego, vigor, muitas qualidades que animam a todos. Mas o dado novo no cenário nacional é o medo. No campo econômico, há uma espécie de síndrome do pânico de perder o emprego. Não é um sentimento que se tenha bem definido, já codificado. Ele é difuso. Uns têm medo do fim da estabilidade, outros temem de modo impreciso pelo prosseguimento do plano; há os que se sentem intimidados com *downsizings* e engugamentos e vêem seu próprio emprego batendo asas em breve. Aliás, para muita gente, a noção do emprego estável já não tem mais lugar. Entre tantos fins que se alardeiam, poderíamos somar mais um: o fim do emprego. E o medo também aparece quando alguém vai fazer planos para o futuro. Recentemente foi



Editora Abril

reaberto o programa de financiamento da casa própria na Caixa Econômica Federal. Ato reflexo, vieram as análises que viam o pior: a classe média não suportaria a elevação das prestações que dobrariam em dois anos. Entre os funcionários públicos, os professores, os aposentados o clima é o mesmo. Esse medo afeta diretamente a vida do nosso leitor. Mas ele não pára aí. A explosão da criminalidade nas grandes cidades e seu alastramento para as cidades menores agrava selvagememente a sensação de insegurança. Poderíamos ir mais longe, mas para registro neste plano isso já basta: o brasileiro tem medo.

**Riscos:** *Há um risco aí para o país, antes de tudo. Sociedades com fome ou com medo tomam rumos às vezes perversos. Mas alertar governantes não é nosso papel aqui. O risco, de nossa parte, é deixar de levar em conta esse sentimento surdo que se abate sobre o leitor da SUPER, alguém particularmente pouco ruidoso.*

**Oportunidade:** *Ser amigo do leitor, aproximar-se, apontar saídas pensadas, refletidas, lançando mão de respostas que a ciência pode oferecer para perguntas que o afligem. É preciso ter em mente que a SUPER pode e deve oferecer respostas sólidas para as perguntas que angustiam o leitor e que nem sempre ele formula. Sobretudo neste período.*

### 3. O Brasil na moda.

Isso: temas nacionais, formas brasileiras, imagens brasileiras, tudo isso está na ordem do dia, de uns anos para cá. Há mais orgulho hoje em ser brasileiro do que havia há dez anos.

**Riscos:** *Patrióticas generalizadas.*

**Oportunidades:** *Mais do que falar do Brasil, temos que aprofundar o nosso trabalho para definir um jeito bem próprio de falar para o Brasil. Repercutir na revista esse orgulho de ser brasileiro.*





Editora Abril

## Dados do Leitor

### Perfil básico:

Analise o perfil básico do leitor em **1995** (fonte Marplan), compare com os anos anteriores e, se houver alguma alteração importante, faça sua análise. Acrescente dados de outras pesquisas, se houver.

- 55% são do sexo masculino (sem alterações significativas nos últimos 4 anos)
- 30% Classe A, 38% Classe B, 26% Classe C, 6% Classe D e 0% Classe E. (Crescemos, em relação ao ano anterior, 1% na Classe A, caímos 3% na B, crescemos 4% na C, caímos 1% na D e, zeramos na E.)
- 21% entre 15 e 19 anos, 39% entre 20 e 29, 22% entre 30 e 39, 12% entre 40 e 49, e 7% entre 50 e 65. (Nós estamos ganhando, nos últimos 5 anos, mais leitores entre 30 e 39 anos. Tínhamos 13% em 1990, e temos 22% agora. Outro dado: os leitores entre 15 e 19 anos eram 24% no ano passado; agora são 21%. O dado é que o leitor de SUPER, ao menos pelo Marplan, vai ficando mais velho, enquanto a revista fica mais jovem editorialmente.)
- 61% de solteiros, 33% de casados e 7% de "outros". (Os solteiros caem 3 pontos.)
- 41% de nível superior, 46% colegial, 10% ginásial e 3% primário. (Sem alterações importantes. Leve elevação no nível superior.)

fonte: pesquisa *Marplan*

**Atenção:** Os números acima diferem ligeiramente de outras tabelas publicadas nestes Apêndices, no ponto D (Informações Comerciais). Isto porque os números acima referem-se a nove mercados: Grande SP, Grande RJ, Grande Porto Alegre, Grande Recife, Grande BH, Grande Salvador, Grande Curitiba, Grande Fortaleza e Brasília. A faixa etária vai de 15 a 65 anos. Quanto à tabela sobre Informações Comerciais, refere-se a 10 mercados (entra a Grande Florianópolis) e a faixa etária vai de 10 a 65.

## Há ainda outras pesquisas a citar:

**Pesquisa de Mercado**  
**Avaliação Editorial**  
**Novembro de 1995**

**Metodologia:**



Editora Abril

- Projeto foi desenvolvido por abordagem qualitativa. Técnica de Discussões em Grupo. Foram pesquisadas três praças: São Paulo, Rio de Janeiro e Porto Alegre. Total de grupos: 15.
- A amostra:
  - . leitores de Superinteressante;
  - . assinantes e compradores em bancas;
  - . ambos os sexos;
  - . faixas etárias: 13 a 16 anos; 18 a 23 anos; 25 a 33 anos.
  - . classe social: A/ B (critério ABA/ ABIPEME)
- Os grupos foram conduzidos adotando-se os seguintes procedimentos:
- levantamento espontâneo das áreas de interesse;
- detalhamento dos itens através de manuseio de revistas nos grupos.

#### Principais conclusões:

- O leitor não é aquele garoto chato e de óculos tipo "geninho". É curioso e valoriza qualidades como inteligência, cultura, sucesso pessoal e profissional, além de flexibilidade.
- De um modo geral, os entrevistados têm o costume de colecionar a SUPER.
- Para o leitor, o caráter científico é bastante forte, destacando a credibilidade e seriedade da revista.
- De textos curtos os leitores gostam muito, é um ponto muito valorizado. Para eles, a SUPER simplifica e traduz assuntos complicados.
- Infográficos são lidos e entendidos antes dos textos.
- A subseção Falhas Nossas é muito importante e aumenta a credibilidade da revista.
- Os leitores esperam que a SUPER sempre se renove, mas sem perder sua identidade.
- As mudanças trazidas pelo novo projeto de novembro de 1994 foram bem avaliadas. Segundo os grupos, elas vieram para melhorar. Observa-se um alto nível de satisfação com a linguagem mais simples e atraente ("antes era muito científica"), textos mais compactos, mais fotos, fotos maiores, visual mais moderno.
- Importante ressaltar: o envolvimento com a revista é tão grande que os leitores têm dificuldades de expressar queixas e críticas.
- Para os grupos, a revista faz com que o leitor se sinta inteligente, atualizado, curioso e além disso diferenciado: "A pessoa tem que ter uma certa base para ler a SUPER".
- Para eles, ela tem imparcialidade, seriedade e rigor científico sem ser "chata".
- Principais frases:
  - "Superinteressante é muito mais que superinteressante."
  - "Dá pra entender tudo."
  - "Fala de coisas difíceis de um jeito que todo mundo entende."



Editora Abril

"Os esqueminhas, figurinhas, conseguem transformar coisas complicadas em coisas simples."

"Superinteressante não é rotina, é coisa que se destaca."

"Comparar Superinteressante e Globo Ciência é comparar BMW e Fusca"

"Superinteressante é só ler a primeira vez que vai ler sempre."

"Gosto tanto de Superinteressante que colocar defeito é difícil."

#### **Pesquisa Datafolha**

#### **Leitor de Superinteressante**

**Levantamento entre abril e maio de 1996**

#### **Metodologia:**

- Pesquisa quantitativa, com abordagem telefônica e aplicação pessoal de questionário.
- Universo: leitores de Superinteressante, com idade entre 13 a 33 anos (assinantes) e 13 a 45 anos (comprador em banca); pertencentes às classes AB(Aba); residentes em São Paulo (capital).
- Amostra:
- 600 entrevistas, 420 delas com assinantes e 180 com compradores em bancas.
- Plano de Amostragem:
- Sorteio aleatório, com base em cadastro de assinantes de Superinteressante e em lista telefônica do município para o comprador em banca;
- Aplicação de filtros: idade, classe e número de edições compradas nos últimos 6 meses.

#### **Alguns resultados:**

- O leitor da SUPER:

é homem: 58%.

é mulher: 42%.

Solteiro em sua grande maioria: 37% entre 13 e 17 anos, 28% de 18 a 24 anos e 28% de 25 a 33 anos.

tem em média 22 anos.

- 70% estão estudando atualmente.
- 26% estão cursando o 2º grau, 20% a faculdade.
- Cerca de 49% trabalham.
- O leitor de SUPER é curioso, interessado e quer ser atualizado.
- Em casa, o leitor tem por hábito primeiramente ouvir música. Depois, ler revista e assistir TV.
- 11% dos entrevistados vão ao cinema e 5% vão ao teatro.
- 74% praticam esporte. Os esportes preferidos: futebol, natação, vôlei.
- 37% possuem TV por assinatura.
- 83% costumam ler jornais.



Editora Abril

- Sobre anúncios de sexo, eles dizem que não combina com a revista, que existem revistas específicas.

A pesquisa mostra um altíssimo grau de satisfação do leitor com Superinteressante. Além de praticamente todos (99%, marca raríssima) avaliarem como ótima ou boa — principalmente pela variedade e linguagem acessível —, a SUPER tem uma imagem fortemente positiva tanto em relação ao conteúdo quanto ao visual gráfico.



## **E. Panoramas do mundo do leitor**





Editora Abril

## 1.0 ambiente

### *Onde pode acontecer o encontro do leitor com a ciência*

*Órgãos e instituições que são importantes áreas de contato do homem com a ciência e que, ao mesmo tempo, podem funcionar como filtros, deixando passar somente os conceitos científicos que lhes interessam*

#### **Universidades (ou instituições da comunidade científica)**

Elas são as maiores produtoras de pesquisas e costumam ser boas fontes, **mas** seu discurso é inacessível para o homem comum e mesmo para acadêmicos de outras áreas. Assim, de certa maneira, dificultam o contato do homem com a ciência.

#### **Empresas (que realizam pesquisas científicas)**

Cada vez mais, elas são responsáveis por grandes invenções, especialmente nas áreas de Medicina e Tecnologia. São fontes indispensáveis, **mas** podem manipular dados por causa de segredos industriais ou mesmo estratégias de marketing.

#### **ONGs (ligadas a questões científicas)**

Elas são importantes no sentido de organizar a sociedade civil e democratizar o conhecimento científico, **mas** podem camuflar dados, desviando alguns dados conforme o seu interesse.

#### **Estado**

Ele é o grande financiador de trabalhos científicos e normatiza a produção dos pesquisadores, **mas** com isso acaba inevitavelmente direcionamento a ciência no país.



Editora Abril

**Igrejas**

Elas julgam as descobertas da ciência — boas ou más,  
virtuosas ou pecaminosas.



Editora Abril

## 2.O tempo

*O interesse do homem pela ciência pode mudar de acordo com o tempo histórico e pessoal*

### Tempo histórico

A passagem da **História** pode aumentar ou diminuir o espaço (a importância) das áreas de contato com a ciência

No vácuo da História, mudam a **Cultura** e suas **tradições**, destacando ou não determinadas facetas da ciência. Além disso, alguns conceitos científicos podem virar de ponta-cabeça

### Tempo pessoal:

Existe ainda um tempo pessoal, a **idade** do indivíduo, que conforme passa causa mudanças profundas na relação dele com a ciência. Até porque, ao longo da vida, ele vai encontrar a ciência em ambientes diferentes

(...) **criança**      **adolescente**      **adulto**      **velho** (...)

**Escola**  
primeiro  
contato com  
a ciência

**Colegial**  
começa a  
dicotomia  
ciência x humanidades

**Universidade,**  
**Pós-graduação.**  
 **cursos de extensão**

**Mercado de consumo**  
onde a tecnologia passou a  
ser um valor fundamental



Editora Abril

**Onde se pratica o lazer, especialmente  
o lazer cultural**

**Na casa da família ou dos amigos,  
quando ouve falar em assuntos da ciência  
nas conversas informais**



Editora Abril

### 3. A atração

*O que leva o leitor à ciência*

Curiosidade ..... Necessidade ..... Busca ..... Desejo

#### **A curiosidade — o empurrão inicial**

*Ela não é banal, não busca o saber pelo saber, não procura respostas em livros de recordes. É a curiosidade utilitária, se podemos dizer assim — a vontade do indivíduo de ter explicações para aquilo que o cerca no cotidiano. Pode ser o seu liquidificador, o seu carro, ou até mesmo os fatos/ as personalidades/ as novidades sobre os quais lê nos jornais, ouve dizer nas ruas, no cinema.*

#### **Como essa curiosidade se manifesta:**

- Nos porquês que aparecem desde a infância
- Em perguntas do tipo "como funciona?"
- No interesse pela história da humanidade
- Na relação agradável com o conhecimento -- satisfazer a curiosidade é ter prazer

#### **A necessidade — o acelerador no trajeto até a ciência**

*Existem situações em que é necessário algum conhecimento científico para vencer obstáculos.*

#### **Em que situações a necessidade aparece:**

- Nas provas escolares, nos testes do vestibular, nos trabalhos universitários
- Ao fazer qualquer pesquisa científica, claro
- No mercado de trabalho, para conseguir um emprego ou para mantê-lo (cada vez mais, tem mais chance quem está bem informado sobre a sua própria área e sobre outras). A informação científica virou moeda corrente no mundo atual.
- Na hora de escolher um produto (um eletrodoméstico, um carro, um computador, um tênis, não importa)



Editora Abril

- Para selecionar, dentro do seu orçamento, aquele que tem mais qualidade, mais tecnologia envolvida
- Nas emergências de saúde
- Na hora de escolher um médico
- Na realidade, na hora de tomar qualquer decisão sobre o seu corpo — saber o que fazer para manter a saúde, qual o melhor esporte, qual remédio tomar, a dieta ideal, como prevenir doenças
- Na hora de usar o computador, de navegar pela Internet
- Muitas vezes, na hora de decifrar uma notícia de jornal, de rádio, de TV. A necessidade de não se sentir burro.
- Nos cálculos do dia-a-dia
- Nas pequenas encrencas domésticas que precisam ser resolvidas logo -- um curto-circuito, um computador que, de repente, pára, um carro que enguiça.

#### **A busca filosófica — o ingrediente a mais**

*(Ela engloba questões que o leitor se faz desde os primórdios dos tempos e que podem empurrá-lo tanto na direção da ciência quanto na do misticismo. É a direção da ciência que nos interessa.)*

#### **O que cada indivíduo busca:**

- Entender quem ele é, como surgiu no Universo -- qual é o seu lugar nele e qual o seu papel
- Entender seu semelhante e o mundo em que vive
- Deus existe? Ou pode até ser: "Deus não existe mesmo?"
- Decifrar o conflito ocidental "ciência x religião"
- Preocupações com o futuro do planeta -- para onde vou? para onde vai o mundo em que habito?
- Compreender o seu povo no contexto social, sua origem étnica

#### **O desejo — era só o que faltava**

*A expectativa de encontrar a ciência para resolver seus problemas e realizar seus sonhos*

#### **A ciência seduz, desperta o aciona o desejo porque:**

- Ajuda a adivinhar o futuro
- Pode realizar sonhos, como o de voar ou viajar no tempo





Editora Abril

- Pode resolver problemas, aliás promete resolver todos os problemas, das doenças incuráveis à poluição, apelando para o desejo da eterna juventude, da plenitude, da ampla abertura para o prazer, da felicidade corporal.
- Estimula a imaginação, livrando o indivíduo, ainda que por alguns instantes, do mundo real, cheio de limites e muitas vezes chato. Promete satisfazer desejo de aventura.
- Ainda na linha de fugir do mundo chato, a idéia de ciência freqüentemente está associada a de imagens espetaculares, de planetas, bichos, plantas, partes do corpo. É o desejo de deslumbrar-se, de ficar fascinado.
- Provoca o medo, a angústia do mistério. Parece paradoxal, mas não é. A ciência também atrai pelo mesmo motivo que faz as platéias dos filmes de suspense e ação ficarem lotadas. Porque o homem quer emocionar-se e emocionar-se pode ser ficar com o peito apertado, sentindo frio na barriga.



Editora Abril

#### 4 As “vozes científicas”

##### *Quem fala de ciência para este leitor*

##### **O ensino formal**

- As escolas, os colégios, as faculdades.
- Neles, os principais porta-vozes são os livros e os professores.
- O resultado deste canal de comunicação com a ciência costuma ser uma formação que opõe, entre outras coisas, arte e ciências, intelecto e intuição, razão e emoção.
- E ainda estimula a superespecialização profissional.

##### **A mídia**

- A televisão
  - As revistas (considerando os quadrinhos com boas doses de ficção científica)
  - Os jornais
  - O cinema
  - Os boletins (house organs) das empresas que realizam pesquisas, geram tecnologia
  - Livros: a velha e boa enciclopédia, as publicações sobre cientistas ou suas descobertas, as histórias de ficção científica
  - CD-Rom
  - Internet
  - Vídeos de ficção científica ou mesmo documentários
  - Eventualmente, até o teatro quando encena, por exemplo, o drama de doentes ou de cientistas malucos.
  - O rádio
  - Guias de turismo que apresentam informações sobre a história, a cultura, a geografia e a ecologia de determinado lugar
- A informação, nesses meios, costuma ser dispersa e complicada (a superficialidade com que muitas coisas são tratadas leva à falta de compreensão).*

##### **O pessoal que mexe com saúde**





Editora Abril

- O médico, o enfermeiro, o farmacêutico, o balconista da farmácia, que se encarregam de explicar um problema de saúde qualquer ou o funcionamento do corpo humano.
- A família, embora não seja composta exatamente de profissionais de saúde, deve ser considerada. Porque em qualquer família sempre tem alguém se faz as vezes as médico quando a situação aperta.
- As academias de ginástica, os professores de Educação Física.
- O psicólogo, o psiquiatra
- Os "alternativos", como o massagista, o mestre em meditação e relaxamento.
- Os esteticistas, dermatologistas cosmietras especializados em Beleza
- Os planos de saúde
- Os dentistas
- Quem escreve as bulas de produtos de higiene, cosméticos e, claro, as dos remédios.
- E quem escreve os rótulos dos alimentos
- Os nutricionistas
- Os veterinários

#### **Produtos no mercado**

- Os computadores
- Os manuais de aparelhos diversos.
- Os chamados alimentos especiais, como os diet, os light, os enriquecidos.
- Vale repetir, as bulas de remédios
- Produtos de higiene e beleza

#### **O lazer dito "cultural"**

- Os museus, algumas galerias, as bienais
- Os jogos de realidade virtual
- Os brinquedos de montar e outros educativos (na infância)
- As excursões ecológicas
- Zoológicos, aquários, jardins botânicos.
- Passeios em cidades históricas



Editora Abril

- As feiras de ciências nas escolas
- As feiras especializadas, que exibem a ciência e a tecnologia da sua área

**A família, os colegas e os amigos**

*Eles podem falar de ciência (comentar o que viram ou o que ouviram sobre determinada descoberta, por exemplo) em conversas informais.*



## 5. As emoções

### *O que o leitor pode sentir diante da ciência\**

*(\* Os quatro eixos de sentimentos tratados aqui não são excludentes entre si. Assim, um indivíduo pode ser fascinado pelos avanços tecnológicos e, ao mesmo tempo, olhar as descobertas da Medicina com desconfiança e temor ou vice-versa.)*

#### **Respeito**

- Apego à chancela do diploma
- Imagem de segurança, confiança, precisão, rigor
- A sensação de que tudo o que é "científico" é verdadeiro. A ciência sempre diz a verdade e sempre faz o bem.
- Ficar com a idéia do cientista sabe-tudo. E o subproduto disso é um sentimento de inferioridade, se ele não é cientista.
- A certeza de que conhecimento é status. O cientista é o todo-poderoso. E ele, mesmo que não seja cientista, só por ter algum conhecimento das novas descobertas pode se dar muito bem entre amigos, no trabalho...

#### **Temor**

- A desconfiança, ainda que secreta, de que a ciência possa não realizar todos os seus sonhos, como viajar no tempo, nem sequer achar a cura da Aids, muito menos deixar de causar estragos como os das explosões nucleares.
- O medo do mistério, daquilo que ainda não conhece e a ciência pode revelar. Afinal, existe a possibilidade de ser uma surpresa desagradável.
- Parentes do temor são a angústia e a ansiedade que surgem na longa busca de respostas
- Medo de ser burro, de não entender o que a ciência tem a declarar.

#### **Fascínio**

- A esperança de um futuro melhor em todos os sentidos
- A fantasia de realizar os sonhos, a possibilidade de soltar a imaginação

SOBRE O LIVRO

*Formato:* 14 x 21 cm

*Mancha:* 23,7 x 42,10 paicas

*Tipologia:* Horley Old Style 10,5/14  
2012

EQUIPE DE REALIZAÇÃO

*Produção Editorial*

Casa de Ideias

