



TALITA RAMPAZZO DINIZ

**A GRANDE IMPRENSA BRASILEIRA E SEU DISCURSO
JORNALÍSTICO AUTORREFERENCIAL**

RECIFE
2014

TALITA RAMPAZZO DINIZ

**A GRANDE IMPRENSA BRASILEIRA E SEU DISCURSO
JORNALÍSTICO AUTORREFERENCIAL**

Tese apresentada como requisito final para a obtenção do título de Doutora em Comunicação pela Universidade Federal de Pernambuco.

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Cristina Teixeira Vieira de Melo.

Linha de Pesquisa: Mídia, Linguagens e Processos Sociopolíticos.

RECIFE
2014

Catálogo na fonte

Bibliotecário Jonas Lucas Vieira, CRB4-1204

D585g Diniz, Talita Rampazzo

A grande imprensa brasileira e seu discurso jornalístico autorreferencial
/ Talita Rampazzo Diniz. – Recife: O Autor, 2014.

360 p.: il.

Orientadora: Cristina Teixeira Vieira de Melo.

Tese (Doutorado) – Universidade Federal de Pernambuco. Centro de
Artes e Comunicação. Programa de Pós-Graduação em Comunicação,
2014.

Inclui referências e anexos.

1. Jornalismo – Linguagem. 2. Análise do Discurso. 3. Folha de São
Paulo (Jornal). 4. Veja (Revista). 5. Jornal Nacional (Programa de
Televisão) I. Melo, Cristina Teixeira Vieira de (Orientador). II. Título.

070 CDD (22.ed.)

UFPE (CAC 2014-134)

Talita Rampazzo Diniz

TÍTULO DO TRABALHO: A grande imprensa brasileira e seu discurso autorreferencial

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco, como requisito parcial para obtenção do título de Doutor em Comunicação.

Aprovada em: 14/08/2014

BANCA EXAMINADORA

Profa. Dra. Cristina Teixeira Vieira de Melo
Universidade Federal de Pernambuco

Profa. Dra. Isaltina Maria de Azevedo Mello Gomes
Universidade Federal de Pernambuco

Prof. Dr. José Afonso da Silva Júnior
Universidade Federal de Pernambuco

Profa. Dra. Adriana Maria Andrade de Santana
Universidade Federal de Pernambuco

Prof. Dr. Luiz Carlos Pinto da Costa Júnior
Universidade Católica de Pernambuco

Aos meus pais, Luiz Carlos e Mara, por tudo.

AGRADECIMENTOS

A Arlei Calazans pelo amor, paciência e estímulo nos altos e baixos desses quatro anos.

Ao meu irmão Lucas Diniz e à cunhada Keila Diniz por se fazerem presentes na correria.

À Cristina Teixeira, exemplo de docente e de pessoa. Serei sempre grata pela orientação, por tanto tempo, comprometida, inteligente e afetuosa. Muito obrigada pelas inúmeras lições, pelo amparo, pelo incentivo e por me deixar ser um pouco criadora.

Aos professores Isaltina Mello Gomes, José Afonso Jr., Yvana Fechine e Ângela Prysthon, que me auxiliaram a chegar ao resultado ora apresentado. Em nome desses agradeço todos os demais que, mais do que apresentar referenciais teóricos, incentivam seus alunos a ter um espírito crítico, científico e criativo. Uma menção especial ao professor Eduardo Duarte por ter me ensinado ainda na graduação a perseguir essas três qualidades.

Aos amigos e colegas do PPGCOM/UFPE que em algum momento estiveram próximos nas aulas, nos grupos de estudos, nos eventos. Alguns precisam ser citados nominalmente: Diego Gouveia, Renata do Amaral, Camila Targino, Giovana Mesquita, Marcelo Robalinho, Adriana Santana, Izabela Domingues. Um destaque em particular aos que fizeram parte do Grupo TV em Transição, dentre eles, Marcela Costa, Lívia Cirne, Nathan Cirino, Alanna Maltez, Flávia Estevão, Rodrigo Édipo, Pollyanna Melo.

Às amigas da vida. Mariana Reis, Juliane Botelho, Aline Oliveira, Margarethe Barbosa, Ticiane Navarro, Rebeca Uchoa.

Aos meus tios João Diniz, Damaris Diniz e Pedro Rampazzo (*in memoriam*) por todo bem-querer.

A todos que de alguma forma me incentivaram a estudar mais e que torceram por mim.

Aos funcionários do PPGCOM/UFPE pela presteza e cordialidade nas burocracias.

À Facepe pela concessão da bolsa que permitiu a minha dedicação exclusiva à pesquisa.

A caracterização de todas essas mudanças não é uma coisa simples; abundam as oportunidades de cometermos erros. Quanto às grandes transformações materiais que a ciência e a técnica tornavam possíveis – por exemplo: máquinas, ou o poder de que o homem passou a dispor, a preservação e manutenção da vida, urbanização das populações, novos processos e meios de fazer a guerra, novas forma de comunicação e de informação – tudo isto é apenas uma parte dos materiais que cabe à economia política analisar e à interpretação da história tomar em consideração. Tudo isto são fios da complicada teia dos problemas da Humanidade, e a averiguação da sua importância não tem mais probabilidades de ser definitiva e exhaustiva, hoje, do que o foi em qualquer outro capítulo da História (OPPENHEIMER, 1954, p.1

RESUMO

O estudo aborda a Folha de S. Paulo, a Veja e o Jornal Nacional a partir da premissa de que eles ainda são as maiores expressões da grande imprensa brasileira. No entanto, questiona-se como no cenário atual de tantas transformações na comunicação mantêm essa alta posição no campo jornalístico. O viés escolhido para aferir a sua sobrevivência é o discursivo. Toma-se o pressuposto de que nos mais de 40 anos de suas trajetórias eles edificaram e movimentam uma rede de coerção que auxilia em sua sustentação. Esse funcionamento se dá com a mobilização de mecanismos de controle enunciativo que atuam na orientação de suas falas. Para identificar os modos de ativação disso, buscaram-se os discursos autorreferenciais e jornalísticos enunciados pelos três a seus respectivos públicos. Isso porque nesses dizeres institucionais as características do enunciador podem ser mais facilmente capturadas. Foram analisados editoriais, edições especiais de aniversário e publicações oficiais, veiculados em um largo período, que se inicia na data de fundação de cada um dos veículos e termina no dia 31 de dezembro de 2013. A apresentação do *corpus* ocorre em duas frentes concomitantes. Uma traça as histórias particulares das produções com a descrição de seus enunciados e a outra tenta compreender como o desdobramento dessas trajetórias está envolvido na caracterização da imprensa. Toda a análise é desenvolvida utilizando-se disposições dos métodos arqueológico e genealógico de Michel Foucault. Com os capítulos, pode ser acompanhado como o objeto investigado manifestou aos poucos regras às suas enunciações, fundou saberes, estabeleceu relações de poderes, investiu estrategicamente na autoridade e se comporta taticamente. Embora sejam muitas as demandas, os desafios e as reformas executadas, observa-se que nem tudo entra em suas enunciabilidades. Da mesma forma, há enunciados que seguem continuamente repetidos. As inovações e as novidades adotadas ora são festejadas, ora são exibidas como uma característica comum, ora são simplesmente silenciadas. Porém, em cada época, as enunciações adquirem uma função diversa, sempre intrincada ao fortalecimento das produções. Por tudo isso, considera-se que enquanto essas permanecerem em um alto posto no campo jornalístico o jogo de dominação enunciativo sustentado por elas continua influenciando a significação do jornalismo no país, pois os seus comportamentos são determinantes para os efeitos de sentido estabelecidos a essa atividade, inclusive os relativos à sua transformação.

Palavras-chave: Campo jornalístico; Discurso autorreferencial; Folha de S. Paulo; Veja; Jornal Nacional.

ABSTRACT

The study discusses Folha de S. Paulo, Veja and Jornal Nacional using the premise that they are the biggest expressions of the Brazilian press. However, it is questioned how, in the actual scenario of so many transformations in the communication, maintain their high position in the journalistic field. The point of view to evaluate this survival is the discursive. It is assumed that, during more than 40 years of history, they had been building and had been moving a coercive grid that helps their maintenance with enunciative control mechanisms which influence the speeches. To identify this, it is searched the self-referential discourse and the journalistic discourse enounced by them. The explication is that with the institutional speeches the characteristics of the enunciator are captured more easily. It was analyzed editorials, specials editions of anniversary and officials publications in a large period that begins on the date each one was founded and finished in 31st December 2013. The presentation of the *corpus* occurs in two concomitants lines. One delineates the productions particular histories with the description of the enunciates and the other comprehends how these histories are involved in the press characterization. The entire investigation was developed using the dispositions of the archaeological and genealogical methods theorized by Michel Foucault. Along the chapters can be known how the object slowly manifest rules to their enunciations, strategically invest in the authority and have a tactic behavior. Despite the various demands, the challenges and the reforms it is observed that not everything goes to the enunciability. Also exists speeches that are continually repeated. The innovations and the novelties sometimes are celebrated, sometimes are shown like a usual characteristic, sometimes are simply muted. Although in each epoch the enunciations had acquired a variable function. For all, is considered that if the object stay in the same position in the journalistic field, the game of domination continues to influence the signification of the journalism the Brazil. The behavior of the products is determinant to the senses of meanings established for this professional activity, included which tematize the transformations.

Keywords: Journalistic field; Self-referential discourse; Folha de S. Paulo; Veja; Jornal Nacional.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABIN – Agência Brasileira de Inteligência

AIDS – *Acquired Immunodeficiency Syndrome* (Síndrome da Imunodeficiência Adquirida)

AI-5 – Ato Institucional nº 5

ANJ – Associação Nacional de Jornais

BOL – Brasil *Online*

BNDES – Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social

CD – *Compact disc* (Disco compacto)

CGJ – Central Globo de Jornalismo

CPN – Centro de Produções de Notícias

DVD – *Disco Digital Versátil*

EMBRATEL – Empresa Brasileira de Telecomunicações

FAAP – Fundação Armando Álvares Penteado

FD – Formação discursiva

FIAM – Faculdades Integradas Alcântara Machado

FIESP – Federação das Indústrias do Estado de São Paulo

HD – *High Definition* (Alta Definição)s

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

IDH – Índice de Desenvolvimento Humano

IVC – Instituto Verificador de Circulação

JN – Jornal Nacional

MIS – Museu da Imagem e do Sim

MST – Movimento dos Trabalhadores Sem-Terra

ONU – Organização das Nações Unidas

OSESP – Orquestra Sinfônica do Estado de São Paulo

PCC – Primeiro Comando da Capital

PDT – Partido Democrático Trabalhista

PL – Partido Liberal

PM – Polícia Militar

PMDB – Partido do Movimento Democrático Brasileiro

PPS – Partido Popular Socialista

PSDB – Partido da Social Democracia Brasileira

PT – Partido dos Trabalhadores

PTB – Partido Trabalhista Brasileiro

SBPC – Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência

SMS – *Short Message Service* (Serviço de Mensagem Curta)

SIP – Sociedade Interamericana de Imprensa

TCU – Tribunal de Contas da União

UNESCO – Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura

UOL – Universo *Online*

URV – Unidade Real de Valor

UTI – Unidade de Terapia Intensiva

WAP – *Wireless Application Protocol* (Protocolo para Aplicações sem Fio)

LISTA DE FIGURAS, QUADROS E TABELAS

Figura 1 – Esquema resumo do capítulo 2.....	56
Quadro 1 – Primeiros cinco anos da Folha de S. Paulo.....	76
Quadro 2 – Veja explica como é feita.....	82
Quadro 3 – Propósitos e regras da Veja no especial 1972.....	86
Quadro 4 – Primeiros cinco anos de Veja.....	87
Quadro 5 – Primeiros cinco anos do Jornal Nacional.....	94
Quadro 6 – Enunciabilidades dos cinco anos iniciais do objeto.....	95
Quadro 7 – Folha de S. Paulo de fevereiro de 1965 a dezembro de 1980.....	101
Quadro 8 – Veja de setembro de 1974 a dezembro de 1980.....	105
Quadro 9 – Jornal Nacional de setembro de 1974 a dezembro de 1980.....	108
Figura 2 – Esquema de resumo do capítulo 3.....	114
Quadro 10 – Comparativo de enunciabilidade até os anos de 1990.....	116
Quadro 11 – Reformas editoriais da Folha de S. Paulo nos anos de 1980.....	129
Quadro 12 – Reformas editoriais da Folha de S. Paulo nos anos de 1990.....	136
Quadro 13 – Folha de S. Paulo nas décadas de 1980 e 1990.....	151
Quadro 14 – Veja nas décadas de 1980 e 1990.....	171
Quadro 15 – Jornal Nacional nas décadas de 1980 e 1990.....	192
Figura 3 – Esquema resumo do capítulo 4.....	197
Quadro 16 – Comparativo de enunciabilidade até 2013.....	199
Quadro 17 – Formações discursivas de Folha de S. Paulo, Veja e JN.....	201
Quadro 18 – Reforma gráfica da Folha de S. Paulo em 2010.....	205
Quadro 19 – Notícias sobre a Folha de S. Paulo no <i>site</i> dos 90 anos.....	211
Quadro 20 - Iniciativas pioneiras da Folha de S. Paulo.....	227
Quadro 21 – Conteúdos desenvolvidos para os 90 anos da Folha.....	229

Quadro 22 – Folha de S. Paulo nos anos 2000.....	234
Quadro 23 – Trechos da reportagem sobre a morte de Roberto Civita.....	242
Quadro 24 – Veja anos 2000.....	268
Quadro 25 – Introdução das séries de reportagens dos DVDs dos 35 anos do Jornal Nacional.....	275
Quadro 26 – Depoimentos de profissionais do JN em vídeos do DVD dos 35 anos...	277
Quadro 27 – Extras do DVD 2 dos 35 anos do Jornal Nacional.....	279
Quadro 28 – Depoimentos sobre o JN no Memória Globo.....	280
Quadro 29 – Despedida de Fátima Bernardes.....	298
Quadro 30 – Comunicado dos princípios editoriais da Globo no JN.....	305
Quadro 31 – Jornal Nacional nos anos 2000.....	307
Figura 4 – Esquema de resumo do capítulo 5.....	313
Quadro 32 – Marcas de exigências do jornalismo atual na Folha de S. Paulo, Veja e JN.....	322

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	15
1.1 Um olhar enviesado às transformações no jornalismo.....	15
1.2 A tessitura do percurso teórico-metodológico.....	24
1.3 A definição e a arrumação do <i>corpus</i>	28
1.4 A divisão proposta às discussões.....	31
2 A CONFORMAÇÃO DO JORNALISMO DO PRESENTE.....	34
2.1 Exigências e possibilidades do contexto atual.....	34
2.2 Uma leitura do campo jornalístico.....	44
2.3 Pela recuperação dos discursos sobre o jornalismo.....	52
3 O NASCIMENTO DOS DIZERES DA GRANDE IMPRENSA BRASILEIRA: SOBRE QUEM ELA É E O QUE FAZ (DÉCADAS DE 1960 E 1970).....	57
3.1 O aparecimento de enunciabilidades.....	62
3.1.1 A Folha de S. Paulo.....	66
3.1.2 A Veja.....	77
3.1.3 O Jornal Nacional.....	89
3.2 A confirmação da superioridade.....	95
3.3 A orientação de saberes.....	112
4 A ENGRENAGEM DOS MECANISMOS DE DOMINAÇÃO: SOBRE O REFORÇO DAS INSTITUIÇÕES (DÉCADAS DE 1980 E 1990).....	116
4.1 As conjunturas das produções e suas manifestações enunciativas.....	122
4.1.1 Folha de S. Paulo.....	122
4.1.1.1 Exposição dos enunciados.....	137
4.1.2 Veja.....	153
4.1.2.1 Exposição dos enunciados.....	157
4.1.3 Jornal Nacional.....	174
4.1.3.1 Exposição dos enunciados.....	187
4.2 A consolidação de poderes.....	194
5 A CONTINUIDADE DA VEJA, DA FOLHA DE S.PAULO E DO JORNAL NACIONAL (NOS ANOS 2000).....	198
5.1 O acionamento de táticas	201
5.1.1 Folha de S. Paulo.....	201
5.1.1.1 Exposição dos enunciados.....	212
5.1.2 Veja.....	237
5.1.2.1 Exposição dos enunciados.....	246
5.1.3. Jornal Nacional.....	270
5.1.3.1 Exposição dos enunciados.....	284
5.2 A condução do jornalismo.....	310

6 A REDE DE COERÇÃO DISCURSIVA DA GRANDE IMPRENSA X OS ARRANJOS NO JORNALISMO.....	314
6.1 As mutações em meio aos dispositivos de controle.....	317
6.2 Preservação x crise.....	320
 7 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	324
 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	327
 ANEXOS.....	345

1 INTRODUÇÃO

1.1 Um olhar enviesado às transformações no jornalismo

Esta tese foi realizada em meio à voracidade com que as mídias são (re)inventadas e (re)apropriadas na sociedade nestes anos ainda iniciais do século XXI e em meio a posturas angustiadas por parte dos pesquisadores para lidar com a profusão de fenômenos em andamento. As inquietações sobre se estaríamos conferindo demasiada atenção à tecnologia, se a teríamos inserido tardiamente em nossas preocupações ou se agiríamos em conformidade a uma tendência geral da ciência, acompanhavam-me e incitavam a perguntar a repercussão desses fatores na orientação das investigações. Ao mesmo tempo, estimulavam-me a definir a qual lado as minhas motivações estavam ligadas.

Aliás, foram esses dilemas que me fizeram procurar um viés particular à pesquisa. A atitude de interrogar o que estava sendo estudado na área, levou-me a escolher um posicionamento, se não original, pouco percebido, capaz de ampliar as discussões sobre as interferências sofridas pelo jornalismo. Já de início queria evitar um objeto que me detivesse em uma nova mídia ou ferramenta, embora quisesse adentrar nas reflexões sobre a influência das tecnologias insurgentes. Por outro lado, recusava a ideia de defender uma realidade, imune às inovações, não mais existente.

Pouco a pouco, fui encontrando um meio termo para equilibrar interesses aparentemente divergentes, entretanto, longe de serem contraditórios. A opção do que foi feito começou a ser delineada quando passei a enxergar que, a despeito do amedrontamento provocado pelas propaladas crises, havia algo compartilhado entre os diferentes agentes do campo (BOURDIEU, 2004a). Dos mais antigos aos mais novos, aqueles que prosseguiram existindo por muitos anos, estando disponíveis hoje a um grande número de consumidores, de uma maneira ou de outra, atuavam para a continuidade do jornalismo.

Os mais novos são alvo da maioria das pesquisas, talvez em razão de colocarem em uso as potencialidades tecnológicas. Caso consigam atravessar o *boom* da novidade, trazem indicações do que será incorporado de vez. Mas, o que esperar dos mais velhos, principalmente daqueles enraizados como exemplares do jornalismo padrão? Fui sendo convencida de que esses precisavam de uma leitura diferenciada, que considerasse a sua

importância, pois observações essenciais ao jornalismo do presente, aqui tomado como o existente nestes anos 2000, poderiam ser feitas a partir daí. A constatação simples de que aqueles em atividade há muito tempo, além desenvolverem mecanismos para a sua própria sobrevivência, contribuem para determinar a que se dá continuidade me estimulou a ambicionar descrever como exemplares brasileiros se comportavam.

O contexto atual foi o ponto de partida para entender o que estava em processamento, quais exigências se fazia, o que era estabelecido. Ele serviu como demarcador da análise, para onde as considerações deveriam retornar. De modo breve, é possível resumir que às diversas manifestações correntes são cobradas novas competências (QUADROS, CAETANO, LARANGEIRA, 2011) a fim de serem cumpridas as promessas de ampliação da oferta de notícias, interatividade, convergência de mídias e conteúdos, entre outras. A continuidade do jornalismo parece envolver, cada vez mais, de reformulações das empresas, das redações e da linguagem até a capacidade de agregar isso a um modelo de negócios viável às necessidades da cultura da participação (JENKINS, 2008).

As alterações em andamento são tamanhas que não pude deixar de lado o quanto as ocorrências do contemporâneo têm contribuído para uma nova forma de comunicação. Uma visão partilhada por vários autores é que ela está mais inclusiva, interativa e reflexiva, como é demonstrado, por exemplo, nos espaços dos jornais impressos com a voz do leitor e nas convocações de telejornais ao telespectador. Para Muniz Sodré, houve uma alteração na escrita e no código de leitura, o que teria incorrido em uma nova experiência do tempo, ligada à simultaneidade e à hibridização, e em um novo fluxo. “Nesse novo fluxo, começamos a ler e a ouvir de modo diferente. A pesquisa jornalística não pode passar ao largo dessa transformação” (SODRÉ, 2010, p.15). Scolari (2008) aponta que as investigações como um todo estão sendo ajustadas.

Assim, frente à realidade estabelecida, ao centrar o estudo nos objetos “velhos” da comunicação, reconheci não apenas que eles também reverberam a atualidade como indiquei a necessidade de serem realizadas análises para aferir em que medida estão sendo afetados pelas mudanças e novidades dos últimos anos. Como nos têm alertado diversos pesquisadores (SALAVERRÍA 2005; PEREIRA & ADGHIRNI 2011), o que está sendo processado interfere na totalidade das produções midiáticas, inclusive nas que se originaram em outras condições. Em um caminho sem volta, as interferências são múltiplas, podendo variar desde o modo de apuração das reportagens, passando por

modificações gráficas, incorporação de características diferentes à notícia e introdução de variações nos modos de relacionamento com o público.

Nessa conjuntura me senti instigada a avaliar em particular o comportamento dos líderes da grande imprensa brasileira¹: Veja, Folha de S. Paulo e Jornal Nacional (JN). Fui movida pela curiosidade de entender como eles estariam se portando, já que permanecem em atividade, aparentemente, sem dar sinais de arrefecimento. Desde que foram fundados, passaram por alterações de diferentes naturezas, umas maiores, como as reformas editoriais, e outras de menor proporção, como a inclusão de uma nova seção, para ganharem credibilidade, serem atrativos e comercialmente viáveis. Acreditei que, por desejarem seguir por muitos anos, com destaque crescente, certamente estariam atentos não só ao que está ocorrendo ao seu redor como reagiriam às novidades.

Ao voltar o interesse a essas produções jornalísticas, uma série de questionamentos, que auxiliaram na elaboração da problemática da pesquisa, servindo principalmente para indicar quais contornos ela ganharia, começou a ser posta. Em que medida produtos consumidos por grande parcela da população são influenciados pelo contexto atual? O novo fluxo da comunicação alterou o modo como eles se apresentam? Finalmente, como exemplares da imprensa fundados no século XX têm conseguido preservar a sua existência diante da introdução de características tão diferentes à comunicação e, logo, ao jornalismo?

Na tentativa de responder às questões, duvidei se seria satisfatório me ocupar somente em olhar para como o referido jornal, telejornal e revista são na atualidade, desconsiderando como foram constituídos. Embora o presente fosse o ponto demarcador da análise, por estudar objetos com mais de quatro décadas, avaliá-los em um curto espaço poderia levar a conclusões redutoras, que não traçassem conexões apropriadas entre o que já era utilizado e o que hoje é manifestado.

Se a revolução que substituiu os manuscritos pelos impressos foi por muito tempo ignorada porque os estudos da história da imprensa eram isolados e mantidos artificialmente estanques (EISENSTEIN, 1998, p.18), talvez se esteja diante de outra realidade. A que pode disseminar o surgimento de revoluções no jornalismo sem que se atente aos processos históricos nelas envolvidos.

¹ Por ser imprecisa e sem muita clareza, reconhece-se que essa expressão nem sempre é aceita nos ambientes científicos. Contudo, supõe-se que o brasileiro, instruído, de classe média, tende a colocar Folha, Veja e Jornal Nacional nessa categoria porque enquadra esses produtos jornalísticos como poderosos, relevantes, confiáveis, hegemônicos. Então, utiliza-se a expressão para aglutinar esses grupos vistos como proeminentes.

Deve-se alertar que, como aponta o levantamento de Strelow (2011), as pesquisas históricas ocupam uma considerável fatia dos projetos realizados no Brasil. Foi por essa linha, inclusive, que foram iniciadas as investigações pioneiras de Alfredo de Carvalho, Hélio Vianna e Nelson Werneck Sodré. Mais recentemente, de acordo com Pontes (2009), essas investigações permanecem sendo um foco de interesse. Entretanto, segundo Melo (2013), a memória da imprensa ainda é tratada com descaso, como se a sua recuperação não servisse às questões contemporâneas.

Nesse sentido, para dar conta do próprio presente, convenci-me que era necessário examinar as trajetórias das três produções referidas. Deveria de algum modo mapeá-las para mostrar em quais momentos elas manifestavam variações, sem perder de vista a preocupação de fazer um diagnóstico de como apareciam nos últimos anos. Deveria utilizar a história e o jornalismo não fazendo deste último apenas uma fonte de pesquisa como usualmente é visto (ROMANCINI, 2008).

Ao correr atrás disso, passei a contar com dados e exemplos, que demonstraram ser bastante reveladores e, ademais, complementaram a minha visão do objeto. As informações me fizeram parecer evidente que para trabalhar com os exemplares escolhidos precisava assumir que permanências e descontinuidades, conforme aprendera nas leituras de Michel Foucault, são condições intrínsecas à sobrevivência da grande imprensa aqui considerada. Se esta está sendo modificada, paradoxalmente, ela também se mobiliza para manter suas tradições. Restou-me tentar apontar se havia alguma lógica para explicar como isso acontecia. Não adiantaria querer ver apenas o que foi alterado sem atentar ao que não havia sofrido mudanças. Esses dois pontos demonstraram ser dependentes e, uma vez trabalhados como sendo entrelaçados, permitiram melhores condições para uma avaliação mais honesta das modificações empreendidas e do alcance que elas poderiam ter.

Acompanhei, então, as iniciativas por um longo período de tempo para compreender como cada uma se comportava em meio ao surgimento de tecnologias, de concorrentes, de novas possibilidades. E na tentativa de facilitar essa visada, tentei ficar atenta a alguns aspectos que a princípio poderiam sinalizar comportamentos diferenciados, tais como: a introdução de chamadas para conteúdos publicados em outras mídias, a inauguração de coberturas realizadas com a participação do público, a instalação de um novo equipamento tecnológico, a definição de novas condutas aos jornalistas, a divulgação de decisões editoriais, dentre outros. Eles trariam indicações do

que estava sendo aceito. Caso não fossem vislumbrados, apontariam a manutenção de características e de atuações.

Dessa maneira, aceitei o risco de querer compreender melhor tanto o que parece se perpetuar nas produções escolhidas quanto o que foi sendo introduzido, incitando mudanças e transformações, possibilitando a sua continuação. Por este direcionamento, empenhei-me em buscar explicações para os movimentos encontrados ao mesmo tempo em que procurei entender razões para certas características se manterem constantes, presumindo as significações disso.

Não parti do princípio de que Veja, Folha e Jornal Nacional seriam iguais. Ao contrário, pertencem a empresas diferentes com atuação em mídias igualmente diferentes. Porém, eles compartilham algumas semelhanças. Fora o fato de serem apontados como grande imprensa, surgiram na década de 1960, são desde os anos de 1980 as maiores fontes de informação do país, estão em todo o território nacional, atingem considerável parcela da população, ocupando a liderança em suas mídias.

Tantas coincidências certamente não são à toa para grupos que, embora não concorram diretamente, perseguiram estar no topo do jornalismo nacional, conquistando essa posição. Os três foram fundados em uma mesma conjuntura histórica, fizeram coberturas de fatos marcantes, passaram à frente de outras produções e provavelmente continuam dispostos a deterem o reconhecimento da sociedade pelo trabalho que desenvolvem. A propósito, fazem questão de apregoar, sempre que possuem oportunidade, a sua superioridade. De vez em quando também, como em casos de furos de reportagem ou de morte de algum dirigente, mencionam uns aos outros numa demonstração de que consideram a relevância do trabalho desenvolvido pelos demais².

Os números os colocam à frente de iniciativas semelhantes. De acordo com a tabela da Abril, a Veja possuiu no primeiro quadrimestre de 2013 uma circulação líquida de 1.047.039 revistas³, superior a da revista Época, que ocupa a vice colocação em vendas. A Folha de S. Paulo, em *ranking* da Associação Nacional de Jornais (ANJ), teve a maior média nacional de circulação de 2012 com 297.650 exemplares⁴, recuperando a sua posição de liderança depois de o tabloide popular Super Notícias, de Belo Horizonte, ter estado em primeiro lugar por dois anos. Por último, o Jornal

² Fora as referências a eles mesmos ou a produtos derivados das empresas das quais fazem parte, eles consideram, como aparecem em suas falas, o trabalho do Grupo Estado.

³ Dado disponível em: <<http://www.publiabril.com.br/tabelas-gerais/revistas/circulacao-geral/imprimir>>. Acesso em: 22 abr. 2013.

⁴ A informação foi retirada de: <<http://www.anj.org.br/a-industria-jornalistica/jornais-no-brasil/maiores-jornais-do-brasil>>. Acesso em: 22 abr. 2013.

Nacional possui uma participação de 57% da audiência⁵, percentual bem superior aos 13% do programa em segundo lugar.

Acredita-se, desse modo, que investigar produtos de três mídias conjuntamente a partir do pressuposto de que eles são a grande imprensa brasileira permitiu esboçar uma visão particular ao comportamento do jornalismo neste país. Não se teve o objetivo de compará-los para qualificá-los a partir de uma linha evolutiva, nem houve a tentativa de medi-los para indicar o melhor ou o mais evoluído. A ideia foi agregar relevantes representantes da atividade jornalística, desenvolvendo um estudo que trouxesse considerações relativas a produções variadas, contudo, pelo que foi descrito, possíveis de serem manuseadas como partes de um mesmo objeto.

Trabalhou-se com expressões consolidadas quando a comunicação midiática funcionava exclusivamente pelo modelo massivo. Não se nega a possibilidade de o que é entendido como grande imprensa nos dias correntes contenha outras manifestações. O desafio, porém, foi manejar aquelas que acompanharam a introdução de uma comunicação pós-massiva⁶ e continuam existindo à custa de renovações, nem sempre tornadas públicas, de incorporações de novas rotinas profissionais, de investimentos na modernização empresarial, etc., e, como será argumentado, à custa da criação de dispositivos⁷ de controle.

Para que a proposta do estudo pudesse ser executada, foi preciso restringi-la a algo específico, visto ser inviável dar conta de tudo que auxiliou na preservação das produções consideradas. Embora pudesse buscar razões econômicas ou políticas para concentrar as explicações, também havia a possibilidade de persegui-las em uma materialidade palpável. Uma saída pessoalmente motivadora foi ficar com o discurso⁸. Afinal, manifestações enunciativas poderiam evidenciar características interessantes entre os veículos se modificarem e se manterem. Mas em quais me concentrar?

⁵ O índice foi disponibilizado pelo departamento comercial da Rede Globo, estando disponível em: <http://comercial.redeglobo.com.br/programacao_jornalismo/jnac5_ap.php>. Acesso em: 22 abr.2013.

⁶ Tal como aparece em estudos vinculados à cibercultura (LEMOS, 2007), toma-se que o modelo massivo tem como característica predominante o controle do polo de emissão. Já no modelo pós-massivo ocorre a sua liberação com o receptor sendo capaz de produzir e repassar a informação.

⁷ Na perspectiva foucaultiana, esse vocábulo é utilizado como um conjunto heterogêneo que pode envolver discursos, instituições, leis, proposições filosóficas, organizações arquitetônicas, etc. (FOUCAULT, 1988). Neste trabalho, conforme será acompanhado, volta-se apenas aos dois primeiros elementos citados.

⁸ Toma-se como discurso o viés foucaultiano. Veyne (2009, p.16) explica: “O que é então que Foucault entende por discurso? Algo muito simples: é a descrição mais precisa, mais concisa de uma formação histórica em sua nudez, é a atualização de sua última diferença individual”.

Os discursos institucionais enunciados pelos três, particularmente quando veiculavam descrições, posicionamentos e explicações sobre o jornalismo, de como ele é pensado, executado, defendido, atenderam a essa determinação. Apoiei-me no raciocínio de que se ocorrem alterações nas práticas dos profissionais com o incremento tecnológico, o aumento da concorrência e a inserção de empreendimentos que colocam as pessoas para colaborarem com informações, compartilharem notícias, entre outras ações, isso poderia aparecer em situações que trouxessem de modo mais explícito a voz oficial das produções, muito embora se saiba que ela sempre se faz presente em todos os textos.

A confirmação de que essa era uma escolha válida foi concluída com a consideração de que a passagem do que ocorre internamente nas redações e o que é discursivizado traz indicações importantes para pensarmos sobre um dos deslocamentos mais difíceis das mídias, o que está ligado a como grandes lideranças trazem o discurso de que mudaram para o seu público. Ou a como simplesmente mudam o discurso sem nem sempre admitir isso. Ou ainda a como não mudam o discurso, porém dizem que o fizeram. O que é enunciado, e o que deixou de ser, serviu, por conseguinte, ao entendimento de qual é a medida usada para acatar as mudanças, promovê-las e torná-las públicas. Aí pude encontrar explicações, em variadas nuances, de a que se dá continuidade.

Os limites da investigação foram fixados de vez com a observação de que enunciados com a identificação do que é jornalismo, de quem é jornalista e de como se faz jornalismo, são particularmente úteis ao entendimento de até que ponto as modificações internas e externas dos produtos são assumidas. Numa brincadeira séria de bem-me-quer e malmequer, pelos modos de autorreferenciação, de descrição de si e de descrição de sua atividade, as iniciativas construíram as suas imagens, explicaram as suas atuações e influenciaram as visões do jornalismo. E como essas foram sendo direcionadas.

Dessa forma, identificar as inclusões, alterações e repetições dos enunciados e, na sequência, avaliá-las foi a solução encontrada para apontar como o objeto estudado atua. Fui convencida de que, ao me concentrar nisso, tendo como contraponto as necessidades da atualidade, poderia elaborar um panorama de como Veja, Folha e Jornal Nacional discorrem sobre o que é jornalismo, quando ele é tematizado, como deve ser exercido e por quem. Por consequência, teria como avaliar se esse tratamento vem sofrendo intercorrências. Isso reverberaria para além dessas mídias, refletindo no campo

jornalístico como um todo, pois se admite que os discursos das produções escolhidas colocam em cena seus modelos de jornalismo, inevitavelmente intervindo no modelo brasileiro.

Deve-se salientar que os enunciados examinados são ocorrências extraordinárias. Basta lembrar que, dentre os gêneros tradicionais da atividade tratada, nenhum serve exclusivamente para as produções falarem sobre elas. Essas verbalizações eclodem timidamente misturadas às narrações, comentários/opiniões sobre os fatos. É verdade que em certos momentos os dizeres autorreferenciais ganharam mais profusão, reluziram mais. Ainda assim, eles não receberam estofo suficiente para se descolarem, formando uma textualidade diferenciada.

Desse modo, a gama de enunciados a que se recorreu está na dispersão dos discursos enunciados pelos veículos. Isso não significa que eles não tenham sofrido variações ou que por sua existência limitada digam pouco sobre as produções. Diferentemente, defende-se que, por estarem fora das enunciações usuais, contêm características substanciais para o entendimento dessas. Como lembra Marocco (2011, p.2), com a incorporação do paradigma da objetividade desapareceu o jornalista que “fala de si, de sua própria experiência, que dá conselhos”, pondo esses dizeres na condição de raridades.

O aparato teórico utilizado combinou teorias de base discursiva com teorias do jornalismo e das ciências sociais. Dessas últimas, foram buscadas leituras sobre como as práticas podem ser estudadas. daquelas se procurou referências sobre a constituição do jornalismo, visões sobre os fenômenos contemporâneos e interpretações a respeito do que vêm ocorrendo. A fusão disso ocorreu com a teoria foucaultiana, autor de base da investigação. De acordo com Candiottto (2010, p.99), Michel Foucault faz uma história das práticas presentes nas instituições. Assim, o autor francês foi escolhido pela afinidade com o pensamento desenvolvido por ele e porque o funcionamento do discurso e a atuação do poder, dois pilares centrais de sua teoria, permitiram encontrar respostas interessantes para tratar das transformações jornalísticas por um olhar enviesado, questionador, como se experimentou.

Nos capítulos, faz-se referência a pesquisas que se dedicaram a pensar um momento específico ou uma experiência singular dos veículos. Ao disporem de informações úteis ao entendimento dos desdobramentos históricos desses, elas auxiliaram a concatenar os enunciados às circunstâncias que os envolviam.

Pensando sobre o todo desenvolvido, acredita-se que não se fez uma transposição de conceitos. Houve a tentativa de propor um caminho incomum como é explicado a seguir. Como resultado, crê-se que se pôde apontar em pequenas porções o que foi mantido, o que passou a ter novas características, quando ocorrem as modificações e o que, de fato, é novidade no jornalismo pelo que é dito no discurso institucional de três produtos da grande imprensa. Pela aplicação de um recorte para a seleção dos exemplos, os apontamentos não têm a intenção de dar conta da universalidade, porém eles servem para elaborar um pensamento, indutivo, de como o campo jornalístico pode se tornar inteligível quando, em meio à exploração das novas mídias, iniciativas de peso são recolocadas às discussões.

Finalmente, poderia afirmar que foi a vontade de entender o uso de certos enunciados que despertou o desenvolvimento desse estudo. Não porque quisesse defender o jornalismo, nem haveria dificuldades em fazer isso. Queria, sim, perseguir os enunciados de veículos determinantes ao jornalismo brasileiro para acrescentar alguma contribuição sobre o funcionamento deste campo a partir de uma exploração concentrada em produtos da comunicação de massa consolidados, que hoje estão inevitavelmente sendo atingidos pelo lançamento de novos produtos.

Nessa investigação privilegiou-se o que os enunciados poderiam mostrar. Ou melhor, deu-se vazão ao que se poderia mostrar com eles. Caso seja preciso qualificar, tem-se uma pesquisa empírica, já que boa parte das argumentações é desenvolvida a partir dos dados levantados. Eles foram sintetizados com uso de uma teoria de fundo que colaborou para mensurar as transformações no jornalismo.

Há certamente inúmeros aspectos a serem conhecidos, retrabalhados e desconstruídos face aos fenômenos contemporâneos. Talvez por desconfiança na novidade, quis ficar com os objetos velhos da comunicação. Talvez também por insegurança no porvir, quis ficar com eles. Tentei esboçar uma genealogia da grande imprensa brasileira, muito limitada por um estudo analítico-descritivo, contudo, capaz de trazer indicações sobre como essa atividade foi formada, continua sendo delineada e, de uma maneira ou de outra, é preservada. Para isso, faz-se necessário retomar como se alcançou um mirante, através do qual se procurou descrever coisas que, embora tenham estado visíveis, podem ter passado despercebidas, ofuscadas por outros discursos, principalmente pelos que são incitados pelos “novos tempos”. Que ele seja trazido.

1.2 A tessitura do percurso teórico-metodológico

Depois de o ponto de vista deste trabalho ter sido sintetizado em linhas gerais, continua-se a explanação, desta vez, contando o processo da pesquisa, com apresentação da problemática da tese, dos objetivos e de parte da conceituação teórica utilizada. Desde já, alerta-se que não houve uma orientação linear para chegar a esta versão. Ao contrário, foram muitos os tratamentos até se encontrar uma saída para lidar com a constatação de que os órgãos massivos seguravam os enunciados sobre as modificações deles mesmos. De modo geral, apesar de exaltarem a modernização, algo os induz a restringir o que está em andamento. E isso acarreta consequências.

A fim de as remodelações da pesquisa serem entendidas, deve-se retroceder ao início de tudo. O que agora se apresenta começou com um projeto que se baseava na ideia de que, com as possibilidades interativas, estariam ocorrendo reconfigurações na linguagem do jornalismo. Com a observação do uso crescente do “eu” e do “você”, que na teoria ainda vigente devem ser banidos dos textos jornalísticos, questionava como a valorização desses pronomes tão comuns nas ferramentas *on-line* (SIBILIA, 2008) poderia ter sido amplificada pela criação de oportunidades de participação do público. Somava a isso a interrogação de se, com o investimento no outrora exclusivamente enunciatário, o próprio jornalismo estava sendo subjetivado e em quê exatamente isso consistiria.

Contudo, a observação exploratória de telejornais da Rede Globo, líderes em seus horários, serviu para verificar que havia limitações para a inserção você/eu. Constatei uma obviedade: elas passavam por imposições do enunciador midiático, que direcionava as aproximações do público, simulando em muitos casos proximidade e intimidade. Em concomitância, ao acompanhar conteúdos colaborativos dos mesmos programas, que potencialmente poderiam possuir um tratamento mais informal, percebi como essas experiências seguiam sempre um padrão determinado pelo telejornal. Era este último que convidava à participação, que limitava em quais temáticas haveria contribuições, que impunha o tamanho e os formatos dos arquivos a serem enviados, que, enfim, decidia quando e como o telespectador seria trazido nos enunciados.

Não que isso estivesse fora do esperado ou fosse uma surpresa. Ao contrário, as situações eram totalmente previsíveis. Existiria algo errado se houvesse a expectativa de encontrar uma completa inversão de como o telejornal era feito e, logo, exibido aos seus telespectadores. Ainda assim, a confirmação das limitações me ateu porque demonstrou

o quanto as enunciações permaneciam contidas mesmo quando se introduzia alguma característica nova, como o investimento em uma relação, diga-se, mais emocional com o telespectador. Corroborando para que reconduzisse a investigação por outro enfoque, intrigava-me a incerteza de se o aumento do uso do eu/você possuiria mesmo vinculação à atualidade ou se ele apareceria de qualquer maneira, pois estaria dentre as modificações realizadas para “dar uma cara nova” aos programas, podendo até desaparecer em breve.

Outros obstáculos também favoreceram o redirecionamento a proposta. Após um breve levantamento das possibilidades já disponíveis aos telejornais⁹ para atuarem e se mostrarem diferentemente, observei que parecia existir uma lacuna considerável entre o que poderia ter sido introduzido com o uso das inovações tecnológicas e o que havia sido. O vácuo era ainda maior quando verifiquei em alguns textos o distanciamento existente entre o que se implantava e o que se dizia sobre isso, em geral, muito pouco. Demorei a perceber, mas havia uma grande diferença entre a prática do jornalismo em seu feitiço diário pelos jornalistas nas redações e como ela aparecia no discurso trazido ao público. Cometera o equívoco de confundir essas duas coisas. Contudo, elas não eram iguais, muito menos poderiam ser tomadas como se fossem implicadas. A prática poderia estar mudando sem que isso necessariamente estivesse sendo manifestado no discurso. Mas por que e como isso ocorria? Depois desses alertas, a tese começou a ganhar feição.

A largada aconteceu quando me pareceu ser inquestionável que os produtos examinados comandavam a enunciação mesmo quando tentavam ser mais interativos, participativos, afetuosos. Essa consideração provocou uma revisão na pesquisa justificada pela convicção de que aí tinha algo, que não era exclusivo dos telejornais, a ser desvelado. A enunciação ou não das modificações não ocorria à toa. Em iniciativas existentes há muitos anos, ela envolveria relações intrincadas, cujo desvendamento passou a ser tomado como objetivo do trabalho. Longe de ter uma postura ingênua, distante também de comemorar antecipadamente as alterações, passei a querer refletir o quanto elas sempre foram e continuavam sendo detidas por dispositivos de controle.

De maneira ainda vaga, comecei a almejar explicar como eram trazidas as alterações no jornalismo pelos seus praticantes, separando quais processos atuavam nisso. Já havia ficado claro que, em meio à ufanía tecnológica, os veículos consolidados

⁹ Faz-se referência ao que a digitalização da televisão poderia ter proporcionado.

eram cautelosos. Antes de deixarem as mudanças adentrarem aos seus discursos, de alguma forma, julgavam o que seria apresentado. A sentença era dada pelo acionamento de estratégias e de táticas, nem sempre racionalizadas, mas que deixavam rastros. Passei a correr atrás desses indícios na aposta de que chegaria a um raciocínio proveitoso para refletir sobre como alguns expoentes do jornalismo poderiam estar sendo incessantemente fortalecidos com uma enunciação defensiva.

Para definir o objeto estudado, submeti as mesmas inquietações a outras produções jornalísticas a fim de dispor de uma variedade de exemplos. Com a observação de um conjunto com alguma de semelhança, teria melhores condições de inferir um comportamento comum para elas, de assinalar alguma tendência. Se considerasse que, dentre as incontáveis produções jornalísticas das mídias de massa brasileiras, existiam aquelas cujos enunciadores tinham conquistado mais vigor e robustez teria como definir com quais opções ficar.

Seguindo esse pensamento, utilizei dois critérios para selecionar no que me deter: o primeiro é que poderia me concentrar nas figuras majoritárias e o segundo é que deveria ficar com as que circulavam por todo o território nacional. Isso me levou a ter como alvo aquilo que poderia ser tomado, grosso modo, como a grande imprensa do Brasil no século XX e que, a despeito das ameaças sofridas, continua sendo vista dessa forma esse primeiro semestre de 2014. Por essas motivações, foram analisados o Jornal Nacional, a Veja e a Folha de S. Paulo.

Cada um deles, de acordo com sua história e devido à própria mídia a que pertencem, soube desenvolver mecanismos singulares para se mostrar e explicitar alguma modificação. Conforme será argumentado, esses foram eficientes, visto que contribuíram para dar prosseguimento aos produtos, acomodando-os para suportar a corrida dos anos. Todavia, não é só isso. Quando enxergadas em conjunto, as produções assumem outras funções mais gerais, dirigidas ao campo jornalístico. Por serem iniciativas de relevo, puderam ser vistas como elementos essenciais na disseminação de entendimentos sobre a atividade jornalística. Com o decorrer dos anos, ao mesmo tempo em que se reforçaram, como confirmação do controle por elas exercidos, também aumentaram a sua capacidade de influência.

A perspectiva inicial de que o uso do eu/você fazia parte de um jogo enunciativo foi complementada com a compreensão mais complexa de que o objeto em estudo é um elemento preponderante na condução do jornalismo brasileiro, atuando como um guia tanto para a população quanto para jornalistas. Para legitimar essa revisão, tomei como

base a afirmação de que não só nenhuma nova manifestação ocupou o lugar ocupado pela tríade estudada como, até agora, não há produtos das mídias digitais que tenham obtido um reconhecimento próximo ao seu.

O fio condutor dessa troca de percepção foi delineado quando me ative à consideração de que as iniciativas teriam, pela posição ocupada no campo jornalístico, uma responsabilidade desmedida na orientação de significados ao jornalismo. Elas colaboravam para disseminar entendimentos de como este deveria ser compreendido. Durante sucessivas décadas, ao prescreverem os valores a serem seguidos e ao trazerem indicações, diretas e indiretas, de como a sua atuação deveria ser, certamente ajudaram na formação de saberes sobre eles próprios e de saberes sobre a atividade que praticam. Em paralelo a isso, à medida que cresceram, traçaram uma gama de poderes, cujo exercício proporcionou a criação de situações ideais para que exercessem a condução do jornalismo brasileiro. Como em uma simbiose, a grande imprensa teria conseguido criar uma rede de coerção discursiva através da qual se reforçava.

Graças a isso, os seus maiores componentes não só puderam ocupar uma posição difícil de ser destituída, como, mais ainda, teriam contribuído à institucionalização da imprensa brasileira ao desenvolverem leis, normas, condutas, etc. Ao travarem relações com os que estavam constantemente de olho nelas, de concorrentes a críticos e consumidores, puderam ampliar a sua força e mover mecanismos de dominação. Foi dessa maneira que Veja, Folha e Jornal Nacional passaram a deter um capital simbólico (BOURDIEU, 2003, 2004b)¹⁰, muito favorecido pela sua veiculação deles em todas as regiões do país e pela permanência há muitos anos no topo das pesquisas quantitativas de audiência e de circulação. Teria sido assim que esta grande imprensa conseguiu ser preservada, porque ela conseguiu dirigir o jornalismo brasileiro.

Feitas essas explicações, coloca-se que a tese aventurou-se a lidar com o seguinte problema: como o jornal, a revista e o telejornal líderes de audiência no país traçam uma rede de coerção discursiva que permite a sua continuidade ao mesmo tempo em que orienta o jornalismo brasileiro? Com esse questionamento, acredita-se ter sido possível articular análises sobre três grandes geradores de significação da imprensa nacional. Houve ainda a oportunidade de refletir, através das manifestações discursivas,

¹⁰ Na teoria deste autor, em um estado de campo há sistemas simbólicos que tornam possíveis consensos acerca dos sentidos do mundo social. Ao atuarem como instrumentos de dominação, eles manifestam um capital, que funciona pelo conhecimento e reconhecimento de seus valores.

se eles estariam perdendo força, avaliando em que medida o jornalismo está sendo transformado, reestruturado.

Saiu-se com a hipótese de que a rede de coerção discursiva na Folha de S. Paulo, na Veja e no Jornal Nacional não seria igual. Cada um dos três, ainda que tenham características confluentes em alguns pontos, teria utilizado os enunciados a sua maneira. Imediatamente relacionado a esse ponto de vista, há uma segunda hipótese, a de que a rede de coerção não atuaria com fixidez sobre as manifestações enunciativas. Pelo contrário, ela sofreria adaptações, necessárias para que a passagem do tempo pudesse ser aguentada com a superação das tensões daí decorrentes.

Uma última hipótese levantou que a influência das redes de coerção dos três veículos estaria para além deles. A forma de eles se apresentarem colaboraria para a atividade jornalística ser compreendida de determinadas formas e não por outras pela audiência. Isso, inevitavelmente, liga-se à perspectiva de que, pelo menos por enquanto, para o jornalismo ser visto e assimilado com outros olhos, ele deveria ser apresentado diferentemente pelos meios que souberam se colocar com dominância.

1.3 A definição e a arrumação do *corpus*

Para selecionar os textos a partir dos quais as enunciações da grande imprensa foram estudadas lancei mão de uma argumentação nos mesmos moldes como fizera para selecionar o objeto de estudo. Se havia começado me detendo em telejornais, particularmente em sua enunciação pelos apresentadores, e encarado esses últimos como se fossem os responsáveis por amarrar o discurso desejado ao programa, poderia recuperar nas três produções postas à análise os espaços nos quais esses nós se processavam. Mesmo que estivesse lidando com mídias diferentes, caso recortasse textos que, além do cumprimento a um gênero jornalístico, servissem para conferir certa unidade aos discursos poderia fazer uma costura interessante.

Apesar de os dispositivos de controle possuírem ampla atuação, terminei por ser convencida de que deveria observá-los de forma o mais direta possível. Concentrando a minha leitura em arquivos oficiais, em espaços nos quais houvesse uma maior predisposição das instituições para falar sobre suas práticas e, logo sobre o jornalismo, poderia ter um material satisfatório. Assim, a decisão foi centrar a análise em discursos institucionais que tivessem sido tornados públicos. Ou seja, tivessem circulado. A justificativa é que esses servem à divulgação da voz dos impressos e do programa

televisivo, carregam como se autodenominam e explicitam como gostam de ser vistos. Seriam, portanto, espaços privilegiados para a observação de como a rede de coerção discursiva funcionava.

Uma parte do *corpus* é composta pelas Cartas ao Leitor da Veja e pelos editoriais da Folha de S. Paulo. Eles foram separados seguindo prioritariamente, mas não única e exclusivamente, a orientação de levantar a primeira e a última edição de cada ano e as edições de aniversário, pois o acompanhamento desses textos permitiu ver que esses momentos são utilizados como uma oportunidade para a tríade falar de si e divulgar as suas modificações e reformas. A seleção dos enunciados, nesses dois casos, foi beneficiada pelos projetos de digitalização que disponibilizam *online* gratuitamente o acervo tanto do jornal quanto da revista¹¹.

Deve-se situar que, embora tenha sido feita a opção de se observar textos do editorial, um gênero jornalístico categorizado por autores de diferentes continentes como opinativo (MELO, 1985), não se tem a intenção de discutir a sua composição. Nesse sentido, não se procurará apreender, exceto em algumas circunstâncias, quais fatos impulsionaram a sua redação ao longo do tempo, nem se distinguirá qual a linha argumentativa desenvolvida, ou qual a orientação emitida à opinião pública ou como o Estado é interpelado. Mesmo ciente das exigências desse gênero, fica-se exatamente com aquilo que está a princípio desprendido dessas imposições.

No caso da Folha de S. Paulo, a coleta começou em 19 de fevereiro de 1961, quando ela ganhou as ruas com a unificação das Folhas da Manhã, da Tarde e da Noite, e prosseguiu nesta data, mais nos dias 1º de janeiro e 31 de dezembro, até 2013. Além do editorial, foram acompanhadas as primeiras páginas dos dias citados, as reportagens e os cadernos de aniversário, quando existiram. Na Veja observaram-se os textos da Carta ao Leitor de 11 setembro de 1968, lançamento da publicação, a dezembro de 2013. Foram selecionadas edições do mês de setembro, aniversário da revista, o último número de dezembro e o primeiro de janeiro. Os encartes especiais de aniversário de quatro, 15, 30, 35 e 45 anos também foram incorporados.

O Jornal Nacional, pela dificuldade de acesso ao acervo, teve os seus dizeres institucionais localizados por outros caminhos. Como o ele não possui um gênero fixo opinativo como o editorial, houve a necessidade de se recorrer a outras textualidades. Materiais de grande valia foram os conteúdos do Memória Globo, projeto da emissora

¹¹ O acervo da Veja pode ser encontrado em: <<http://veja.abril.com.br/acervodigital/home.aspx>>. Já o da Folha é trazido em: <http://acervo.folha.com.br/>>. Acesso em: 15 jul.2013.

que conta a sua história¹², os livros e os DVDs lançados pelas Organizações Globo sobre o produto. Ainda com o intuito de incluir enunciados, de fato, dirigidos aos telespectadores, acompanharam-se coberturas que, pelo caráter excepcional, podiam fazer os apresentadores falarem sobre o JN. Vídeos de aniversário¹³, a Copa do Mundo de 2010, os 50 anos de Brasília, a cobertura das eleições majoritárias, a morte dos jornalistas Roberto Marinho e Tim Lopes, a saída de Fátima Bernardes, dentre outros, são alguns dos exemplos, em que houve uma mobilização mais explícita de enunciados sobre si.

Dos três ainda foram agrupados alguns documentos oficiais, caso dos manuais de redação, dos projetos editoriais, dos princípios editoriais e dos códigos de conduta. A razão é que esse tipo de material contém mandamentos para os que trabalham nas empresas e para os que desejam aprender como fazer jornalismo. Anúncios de campanhas publicitárias, capas da Veja, primeiras páginas da Folha de S. Paulo e textos fora do recorte estabelecido com aspectos capazes de complementar as discussões travadas também foram levantados de modo aleatório sem seguir um padrão. Esses materiais conferiram heterogeneidade aos exemplos.

Deve-se acrescentar que, embora o material destrinchado possa ser especificado em poucos parágrafos, o seu recolhimento foi trabalhoso. No caso do diário e do semanário, os textos pertencentes ao escopo do que deveria ser observado em cada edição foram acompanhados manualmente e lidos integralmente. Na medida em que se fazia isso, os enunciados que importavam à investigação foram sendo separados. No caso do telejornal, os vídeos de interesse à investigação tiveram as suas partes transcritas. Também se aproveitou de transcrições trazidas pelas Organizações Globo nas obras que publicou.

Mesmo que os enunciados apanhados estejam na zona dos dizeres extraordinários dos veículos, uma grande quantidade de exemplos ficou para ser analisada. Para dar uma ideia, mais de 150 edições da Folha de S. Paulo foram consultadas nos 52 anos percorridos. Da Veja, fazendo uma conta por alto, sem contabilizar os especiais, foram examinados aproximadamente 270 números. Do Jornal Nacional, mesmo sendo difícil atribuir a quantidade do que foi verificado, consegue-se informar que a amostra do que pôde ser recolhido cresceu com os anos.

¹² As informações deste telejornal estão disponíveis em: <<http://memoriaglobo.globo.com/Memoriaglobo/0,27723,GYN0-5273-239077,00.html>>. Acesso em: 13 jun.2013.

¹³ Recolhidos do que há no G1 e no *youtube*.

É preciso ainda ressaltar que a apresentação dos enunciados encontrados se dá em três capítulos. A indicação deles ocorreu após a coleta e a observação do *corpus*. Desse modo, os capítulos, cujos cortes inicial e final coincidem com o começo e o término das décadas, já são eles mesmos resultado da análise. Em cada um, esboça-se um momento específico. Propositadamente, foi feita uma divisão que servisse para o jornal, a revista e o telejornal. A separação, no entanto, não é uma delimitação estanque. Ela é a indicação de uma tendência, de uma atuação particular.

Os dizeres das produções são trazidos em separado e apresentados pormenorizadamente. Assim se pôde perceber o que foi ocorrendo nelas e se enxergar melhor a sua atuação em conjunto. Antes da explicitação dos dizeres, são trazidas informações sobre o que estava ocorrendo internamente nas empresas para que se possa atentar para o que era ou não visibilizado, para o que era ou não assumido.

Por tudo o que foi colocado, pode-se dizer que a metodologia empregada pelo estudo decorreu de sua problemática. Foram utilizadas disposições do pensamento foucaultiano para a análise do *corpus* e a leitura do material obtido. Portanto, se lida com discursos instituídos (MANHÃES, 2009, p.306). Como procedimento, fora a pesquisa documental, foi feita pesquisa bibliográfica. O trabalho final pode ser caracterizado como qualitativo, embora a grande quantidade de enunciados tenha sido essencial para possibilitar as reflexões travadas.

Acredita-se ter passado pelos quatro níveis metodológicos de uma pesquisa considerados por Lopes (1997, p.179): o epistemológico, o teórico, o metódico e o técnico. Iniciou-se com a vigilância epistemológica do que estava sendo estudado no jornalismo e a consequente construção do objeto científico. Depois se seguiu com a elaboração de quadros de referência, formulações teóricas do objeto e explicitações conceituais; com a exposição de quadros de análises e, enfim, com a observação, seleção e operacionalização dos dados.

1.4 A divisão proposta às discussões

A tese dedica cinco capítulos à exposição das ideias defendidas. Para apresentá-las, procurou-se organizar um esquema que facilitasse o encadeamento das argumentações trazidas, mas que também permitisse a leitura desmembrada das partes. Cada divisão, possui um eixo principal a ser debatido com a exploração de conceitos e exemplificações. Já o conjunto dos capítulos foi disposto com o intento de permitir

considerações articuladas de como a grande imprensa estabeleceu uma rede de coerção discursiva para o jornalismo, que influencia como esta atividade é percebida hoje.

Em *A conformação do jornalismo do presente* são resumidas as exigências e as possibilidades do que está em andamento no campo jornalístico tendo como marco referencial o século XXI. Para isso, olha-se para como ele está sendo acomodado, com a identificação daquilo que o constitui, quais disputas coloca em jogo, como atuam os agentes nele envolvidos. A discussão é orientada pelo que se vem discutindo a partir dos anos 2000. Por fim, o capítulo explica como a análise dos discursos sobre a prática jornalística pode contribuir para uma interpretação diferenciada do campo jornalístico brasileiro.

Na sequência em *Os dizeres da grande imprensa: sobre quem ela é e o que faz* é iniciada a apresentação do *corpus*. Em uma tentativa de descrição arqueológica, baseada nos preceitos foucaultianos, são trazidas falas de *Veja*, *Folha* e *Jornal Nacional* para tratarem de si e do jornalismo. Com a descrição da história dos primeiros anos dessas iniciativas e de seus enunciados, é discutido como, entre as décadas de 1960 e 1970, elas fizeram aparecer paulatinamente em suas enunciações práticas discursivas que os caracterizam. Por aí, as produções teriam se configurado, limitado uma posição e uma identidade para existirem, orientado saberes e organizado uma ordem discursiva.

Em *A movimentação da engrenagem dos mecanismos de dominação* continua-se a descrição dos enunciados, desta vez, veiculados em um período imediatamente posterior, que vai de 1980 a 1990. Nesta fase, as produções investigadas ganham força e investem em formas de disseminarem seus enunciados. Também começam a surgir algumas inovações no jornalismo. Por consequência, do mesmo modo que é indagado se isso é discursivizado, persegue-se se houve troca de abordagem no que foi recolhido. Para tanto, é indicado um quadro de enunciabilidades, que, se permanente, poderia estar por trás das formações discursivas capazes de reger os enunciados, controlando-os e permitindo que os dizeres fossem envolvidos em um esquema do tipo saberes-poderes.

Com um caráter mais analítico, *A continuidade da Veja, da Folha de S. Paulo e do Jornal Nacional* desenvolve-se o conceito-chave de rede de coerção, com o qual se explica como os três conseguiram permanecer em atuação por tantas décadas. Através de observações do que vem ocorrendo com a chegada dos anos 2000, são feitas inferências de como o jornalismo está sendo conduzido. Dentre outros aspectos, é trazido como as produções se relacionam com o público, como conseguem se fortalecer

por uma enunciação defensiva, e como, a despeito das interferências sofridas nos últimos anos, continuam restringindo as enunciações.

A finalização da tese ocorre com *A rede de coerção discursiva da grande imprensa x os arranjos no jornalismo*. Neste capítulo, o funcionamento discursivo de Veja, Folha e Jornal Nacional é refletido em suas consequências. Ainda são discutidas as transformações no jornalismo, a sua preservação ou crise, suas mutações e permanências, equilibrando os direcionamentos pelo que foi visto nos capítulos anteriores.

2. A CONFORMAÇÃO DO JORNALISMO DO PRESENTE

A visão de que a comunicação nas últimas duas décadas está enfrentando uma série de transformações tão profundas e decisivas quanto às sofridas com a invenção da prensa de Gutemberg, na primeira metade do século XV, tem se disseminado entre os pesquisadores. Desde os anos de 1990, com o crescente uso da internet e o investimento nas possibilidades interativas, em novas mídias e plataformas, essa constatação se tornou inevitável. De fato, não há como negar as inúmeras alterações provocadas em todas as esferas, produtiva, cultural, econômica, social.

Neste capítulo, será feito um panorama do que está em processamento no jornalismo, apresentando as exigências e as problemáticas, mais recorrentes, que passaram a ser feitas. A intenção é trazer resumidamente o que vem sendo estabelecido e debatido neste século XXI. Como o propósito, mais do que preparar um estado da arte do que vem ocorrendo, é situar como as discussões em desenvolvimento incitaram esse estudo, pretende-se sinalizar alguns dos aspectos constantemente repetidos na contemporaneidade. Apesar de as disposições serem gerais, elas se voltam às mídias de massa e às implicações que todo o contexto suscita nelas.

As pontuações servirão para focalizar o campo jornalístico brasileiro a partir da Folha, da Veja e do Jornal Nacional. Para essa identificação, são trazidas visões de como ele vem sendo discutido e é tradicionalmente compreendido. Dispõe-se ainda de algumas das adaptações, das dificuldades e dos desafios com os quais os órgãos precisaram lidar em um passado recente, estão manejando no presente e deverão ater-se em um futuro próximo para que permaneçam sendo agentes de destaque.

Ao final, já que a investigação trabalha com enunciados institucionais, argumenta-se que a recuperação das práticas discursivas pode ser útil para perceber as filigranas de seu comportamento ante todas as demandas. Os discursos são também responsáveis pela posição conquistada e firmada pelos referidos produtos no campo.

2.1 Exigências e possibilidades do contexto atual

Scolari (2008) caracteriza o estágio atual do jornalismo a partir de quatro aspectos. A atividade estaria presente cada vez mais em novas mídias e plataformas, apresentaria modos diferenciados de produzir conteúdo, decorreria de um acúmulo de competências por parte dos jornalistas e coexistiria com um mar de narradores. Sobre

cada um desses pontos podem ser acrescidas considerações que expõem as principais características do cenário vigente às empresas, aos produtores e às produções.

Uma primeira elucidação é que não pode ser perdido de vista o fato de que o jornalismo é levado para ambientes diferentes na medida em que esses surgem e são apropriados na sociedade. Amedrontando formas antigas de difusão jornalística, têm se tornado cada vez mais comuns experiências que testam novos espaços. Um exemplo comercial é o portal *Brasil Post*¹⁴, uma parceria entre o *The Huffington Post* dos Estados Unidos e o *Grupo Abril*, que está no ar desde o começo de 2014 com a promessa de dar espaço a vozes com pontos de vista variados, muitos das quais emitidas em blogs e nas redes sociais. Como iniciativa independente, pode ser citada a *Mídia Ninja*¹⁵ (Narrativas Independentes, Jornalismo e Ação), que nos protestos de junho de 2013 conseguiu, graças ao apelo das redes sociais, fazer circular coberturas diversas daquelas dos grandes veículos. Outra iniciativa com um funcionamento diferenciado é o *Agência Pública*¹⁶, cujos projetos de reportagens principalmente na linha do jornalismo investigativo utilizam a licença *Creative Commons* e são patrocinados por fundações e por *crowdfunding*.

No lado de veículos que há vinte anos se concentravam exclusivamente em uma mídia também foi absorvida, com mais cautela, a tendência de se espalhar por outros espaços. Isso tem sido favorecido pela integração e pela informatização das redações, que permitem, entre outros, o contato entre profissionais e a inserção de programas computacionais que favorecem o gerenciamento das produções. Um *site* na internet e contas nas principais redes sociais são as formas mais comuns até agora de expansão desses em outros suportes.

Essa utilização concomitante de mais de uma mídia tem evidentemente se refletido nos conteúdos. Dependendo do que se deixa acessível na *web*, são manejadas linguagens com as quais há poucos anos não se lidava rotineiramente. A análise de como notícias e reportagens podem ser disponibilizadas, de como podem conter interações, ser interativas e circular nas redes sociais são hoje decisões corriqueiras nas redações. Os *softwares* e os aplicativos que começaram a ser usados no *webjornalismo* (MIELNICZUK, 2003) foram incorporados em todas as etapas da rotina produtiva,

¹⁴ O endereço é: <<http://www.brasilpost.com.br/>>. Acesso em: 10 maio 2014.

¹⁵ O endereço é: <<https://www.facebook.com/midiaNINJA>>. Acesso em: 10 maio 2014.

¹⁶ O endereço é: <<http://apublica.org/>>. Acesso em: 12 maio 2014.

interferindo decisivamente na composição do que é apresentado ao público. A notícia, por exemplo, para ganhar rapidez e dinamismo, está sendo composta a várias mãos.

Assim, pode-se dizer que a fabricação noticiosa ultrapassou a etapa industrial. Por esse motivo, passou a ser questionável se a autoimagem desejada pela imprensa está apenas calcada no trabalho de coleta e de transmissão de informações e se sua atividade reside exclusivamente nessas duas ações como define Alsina (1996):

(...) la producción de la información es una actividad compleja que se realiza, de forma industrial, en el sentido de una institución reconocida socialmente. Sin embargo, nos encontramos ante la fase oculta de la construcción de la noticia. Los propios medios de comunicación son los primeros que no muestran fácilmente su proceso de producción. La autoimagen que pretenden transmitir de su trabajo es la de recolectoras y transmisoras de la información. Su actividad se reduce, así pues, a la búsqueda de la información (ALSINA, 1996, p.14).

Contrariando a citação, a maneira de elaborar as notícias não está mais isolada às redações. Muito menos, ela tem decorrido de construções que ocultam o seu processo. Como é mostrado neste estudo, os veículos fundados na indústria cultural vêm demonstrando uma maior predisposição para se exhibir e tratar de sua atividade, ainda que possuam cuidado com o que é revelado.

É possível indicar que na base do movimento de geração e de disponibilização de conteúdos está o alastramento da convergência, de grupos econômicos, de mídias, de redações, de produtos, etc., que permite a atuação cooperada em todos os níveis. Barbosa (2013) explica que a convergência, inicialmente estrutural e regulatória, começou nos anos de 1970 e desde os anos de 1990 vem sendo ampliada. Deste momento em diante, ela é reportada quase sempre como um processo que põe em contato meios de comunicação que agiam separadamente na sociedade de massa, contudo começaram a atuar juntos, incorporando os suportes¹⁷ insurgentes. O funcionamento em conjunto das redações, a gestão editorial multiplataforma, a polivalência midiática e a multimídia de conteúdos são os principais modelos de convergência adotados pelas empresas.

Para que se tenha uma ideia, no Brasil, um exemplo inovador do uso multiplataforma e de convergência de conteúdos é o *site* da revista Época (SOUZA, MIELNICZUK, 2009), que desde a sua criação em 2009 é atualizado diariamente, embora o seu produto principal, o impresso, continue a circular semanalmente. A

¹⁷ Utiliza-se suporte sem distingui-lo de mídia ou de plataforma.

própria Folha de S. Paulo, como é trazido no capítulo 5, foi pioneira na implantação da redação multiplataforma. Mais recentemente, o Estado de S. Paulo tem sido reconhecido pelos seus aplicativos para dispositivos móveis (RUBLESCK, BARICHELO, DUTRA, 2013).

Se a atuação dos jornalistas era pensada a partir de seu trabalho como *gatekeeper*, advogado da sociedade e produtor da realidade (ALSINA, 1996), ela parece não se concentrar somente nisso. Apesar de a função central do jornalismo, a de narrar os fatos selecionados e trazê-los ao conhecimento público, estar mantida, o seu papel vem sendo discutido a fim de se chegar a uma orientação com maior correspondência com o tempo presente.

Moraes e Adghirni (2011, p.2) acreditam que a função do jornalismo deve ser repensada pelas diferenças em sua mediação, “mediar talvez seja uma alternativa atual de sobrevivência da profissão”. Axel Bruns (2011) atenta que o mundo virtual ao permitir que blogueiros e comentaristas sejam curadores vem modificando as formas de como as notícias são separadas e disseminadas, o que interfere em uma das principais marcas do trabalho dos jornalistas. Para ele, influenciando sobremaneira nos tópicos discutidos na sociedade, o *gatewatching* exercido pelos curadores estaria tomando o lugar do *gatekeeping*. Marcondes Filho coloca que:

Numa era de alta e sofisticadas tecnologias informatizadas, em que os principais atores e políticos já não são homens e mulheres, mas redes, sistemas e complexos equipamentos, jornalistas aparecem como espécies de ‘gerentes’ dessa máquina, com sua interface com o grande público. Mas é uma função condenada, pois a tendência do desenvolvimento tecnológico é a de capacitar as pessoas a elas mesmas terem acesso direto às informações e aos acontecimentos (MARCONDES FILHO, 2009a, p.61).

Na mesma obra, o autor, embora não seja categórico, vislumbra que uma possibilidade para os anos vindouros é que seja aumentada a responsabilidade dos jornalistas em recomendar informações. Ele propõe também que a incumbência desses profissionais poderia estar relacionada à sua capacidade de utilizar técnicas de documentação:

Ou então, os jornalistas sobreviveriam, mas como técnicas em documentação, isto é, como pessoas que pesquisam, juntam, sintetizam volumes extensos de informação em função de uma demanda específica do leitor/consulente (perspectiva mais pessimista, do público). Em ambos os casos desaparece uma certa função de conselheiro, de ‘opinião abalizada’, do especialista que sabe das coisas (Ibid., p.168).

Todavia, apesar de pairar a assombração de que os jornalistas poderiam ser dispensados com o crescimento do volume de dados circulantes, isso não é tão simples. Para que essa crença possa ser confirmada, no mínimo, as pessoas precisam dispor de tempo e de desenvoltura para pesquisar e utilizar toda informação de que necessitam. Não há mostras de que isso ocorrerá tão cedo.

Voltando-se ao conteúdo, é importante trazer considerações sobre a tessitura do relato e das narrativas, pois o uso concomitante de mais de um meio de comunicação interfere nisso. Desde a verificação de que a leitura e a escrita na internet ocorrem diferentemente, a articulação das várias partes de um texto em uma linguagem não-linear e multimídia é uma preocupação, mesmo que a sua fruição continue, em razão de condicionamentos, sociais linear (MANOVICH, 2001). Estão sendo vistos um número maior de reportagens multimídia, infográficos, *newsgames* e até histórias em quadrinhos integradas às narrativas. No entanto, há condições para se experimentar muito mais do que está sendo feito para contar um fato ou desenvolver em profundidade uma história ou análise.

Em *Cultura da Convergência*, Henry Jenkins (2008) desenvolve o conceito de narrativa transmídia (*transmedia storytelling*). Para defini-lo, o estudioso se utiliza de exemplos da ficção para relatar como uma história pode ser apropriada pelo público através do que é disponibilizado em cada uma das mídias usadas e através das possibilidades de participar da narrativa.

Em nenhum momento, o autor se dirige a uma manifestação no jornalismo. Porém, esse tipo de narrativa vem sendo estimulada. Com ela, o jornalismo em rede pode ser reforçado (PERNISA JÚNIOR, 2010). Isso se daria caso a produção com esse caráter fosse estruturada como uma “mônada aberta” em que as conexões entre os conteúdos ocorreriam menos a partir de modelos comerciais e mais a partir das possibilidades de entrelaçamentos.

Como está explícito no próprio termo, para que uma narrativa transmídia exista é necessária a utilização de mais de uma mídia. Nela, quase sempre ocorre a combinação entre os meios de comunicação de massa do tipo *broadcasting* com as novas mídias (GOSCIOLA, 2003). Ademais, cada meio utilizado para contar a história complementa todos os outros de tal forma que é comum dizer que a soma de conteúdos é menor que o seu funcionamento organizado na transmidiação.

De acordo com Pratten (2011), uma história poderia ser pensada a partir de um quebra-cabeça, que somente produz sentido se as peças forem encaixadas perfeitamente, com um local e um tempo exato para se conectarem umas às outras. Alzamora e Tárzia defendem que:

A aplicação da narrativa transmídia no jornalismo deve ser compreendida não apenas como um processo de produção e circulação de conteúdo informacional por meio do uso integrado de plataformas múltiplas, mas como uma forma inovadora de produção e circulação de conteúdo informacional, a qual miscigena gêneros e formatos por meio da integração entre as lógicas de comunicação da transmissão e do compartilhamento (ALZAMORA, TÁRCIA, 2012, p.9).

Logo, os conteúdos necessitam ser acomodados para que se afinem à realidade. A utilização concomitante de várias mídias expande a capacidade de reverberação de um relato e de sua narrativa. Daí a exigência de se investir no aproveitamento da transmidiação fazendo um uso inteligente das conexões entre as mídias e estimulando a capacidade de participação dos consumidores.

Na visão de Reis (2002), a narrativa nos moldes como foi desenvolvida na modernidade estaria dando sinais de cansaço. Se antes o enunciador responsável por sancioná-la, estava detido unicamente nas grandes empresas, com a internet, há mais organizações concorrendo. Nessa ação, a disputa pela legitimidade da enunciação, que na cultura ocidental se inseriu por muito tempo tendo como pano de fundo os paradigmas do liberalismo e da livre iniciativa, é travada em um campo novo de batalha.

No jornalismo noticioso, faceta mais nobre do jornalismo, como no mais da comunicação de massa, os relatos são realizados por um narrador empírico, mas este o produz segundo uma normatização do seu campo de atuação, resultante dos processos sociais elaborados para compor a legitimidade do jornalismo como campo do saber, dotado de reconhecimento para atuar socialmente e ainda do sistema organizacional no qual está envolvido. É necessário assinalar que esta ordem social e discursiva em que se inscreve o jornalismo contemporâneo ainda prevalece, mas já começam a se desenhar os primeiros traços de uma mudança neste processo, resultado da ampliação do poder da técnica e de seus produtos como suporte e operador de narrativas (REIS, 2002, p.6).

Fausto Neto crê que com a midiatização crescente da sociedade, as mídias têm o seu *status* transformado e passam a utilizar novos caminhos para a construção de seu discurso. De acordo com ele, há um novo cenário sócio-técnico-discursivo que vem interferindo nos processos de enunciabilidade (FAUSTO NETO et al., 2010).

Deixando de lado as alternativas para o conteúdo, resvala-se para o terceiro ponto focado por Scolari. Aos profissionais, tornou-se recorrente a cobrança para serem multitarefas e, com isso, atuam em todas as etapas de uma cobertura, geralmente sintetizada por entrevistar, redigir, editar, fotografar, filmar, postar e, ainda, dialogar com o público. Para eles, o momento acompanhado nos últimos anos pode ser situado entre a euforia de experimentar funcionamentos para os novos trabalhos e a cautela de como adaptar antigas habilidades.

Há a necessidade de estar sempre operando com a carga máxima mesmo que a competência para a realização dos deveres não seja tão alta assim. Em adição, em decorrência da justificativa de que toda nova tecnologia deve ser usada em favor da comunicação, para conectar pessoas e dar-lhes a opção de disseminar conteúdos, os jornalistas estão vendo a sua jornada de trabalho ser ampliada sem muitas compensações.

‘Visibilidade’ tornou-se a palavra recorrente no discurso de chefes e subalternos que defendem a nova lógica, alegando que seus trabalhos ganham maior repercussão. Sem embargo, os abusos à legislação trabalhista, com jornadas extenuantes e acúmulo de funções, tornaram-se uma preocupação para representantes da categoria, a ponto de o Sindicato dos Jornalistas do Rio reivindicar, na campanha de 2009, o ‘multissalário’ para os repórteres que dão conta da chamada ‘multifunção’ (KISCHINHEVSKY, 2010, p.4).

Além dessa dimensão legal, o trabalho pode ser pensado pelas características de como é desempenhado. Na atualidade, existem ao mesmo tempo diferentes modos de labuta diária, além do mais há a diversificação de seu exercício com a incorporação de novos apetrechos. Uma prova disso é a introdução do celular conectado, do tipo *smartphone*, como um objeto indispensável aos repórteres para saírem às ruas. Esse equipamento está substituindo as cadernetas de anotações e possibilitando a redação, a edição, o envio e a postagem de materiais em qualquer lugar e horário. Eles se juntam aos *tablets* e aos *notebooks* como itens indispensáveis para conferir mobilidade e velocidade à cadeia de produção informativa.

Os jornalistas parecem não ter muito domínio sobre o que está acontecendo. Não se pode prever até onde as exigências sobre eles irão, mas se crê que dificilmente elas serão estabilizadas em breve.

Reconhece-se que todas as profissões têm manejado as intervenções provocadas pelo desenvolvimento tecnológico, principalmente da computação. Mas, aparentemente o jornalismo e os jornalistas estão sendo mais afetados que outras atividades. As

facilidades acumuladas para que este ofício seja executado são tantas que têm colocado em risco a sua realização por empreendimentos que, de variadas maneiras, legitimaram-se como imprensa. Tanto porque esses demoram a incorporar as novidades quanto porque seus adversários se utilizam de uma composição antagônica e, por isso mesmo, interessante aos olhos dos consumidores.

Finalmente, pode-se dizer que a visão de que se está diante de um mar de narradores está intimamente associada à comunicação digital, a liberação do polo de emissão, a facilitação de postagens em quaisquer formatos. Essas últimas são tão simples que qualquer pessoa que disponha de um computador conectado e que possua um conhecimento técnico divulga o seu conteúdo, embora, evidentemente, isso não os torne jornalísticos.

Como consequência, a máxima de que tudo circula na rede vem acarretando desafios às produções firmadas em outro domínio para atrair os narradores. Tem se investido tanto no aproveitamento do que potencialmente é de interesse desses quanto na criação de oportunidades para a captação de colaborações que antes dificilmente seriam obtidas. Considerando somente o que vem sendo explorado por grandes grupos, são muitas as iniciativas, a maioria classificada como jornalismo cidadão, que têm aproveitado a disposição do público em participar do processo noticioso. No portal do Terra¹⁸, é conhecido o “VC repórter”, em O Globo há o “Eu-repórter”¹⁹, na rede americana CNN o “Ireport”²⁰ (DINIZ, 2012, p.49). Nos três, abre-se um canal para o público noticiar sobre fatos, eventos e acontecimentos, sempre com a interferência de jornalistas.

Gillmor (2004, p. 111) acredita que os leitores, espectadores ou ouvintes coletivamente possuem um conhecimento maior do que os jornalistas profissionais. Por isso, já que essas colaborações são apontadas como um problema, “no mínimo, as escolas precisam insistir para que os estudantes entendam a interatividade genuína, que é a base para a conversa com a audiência” (Ibid., p. 133).

Há a impressão de que as relações estabelecidas pelos jornalistas com o público estão sendo executadas visando sempre à interatividade e à participação. Por conseguinte, há a necessidade de pensar sobre essas relações e, principalmente, de avaliar como estão refletidas no jornalismo. Em geral, os pesquisadores que utilizam o

¹⁸ Disponível em: < <http://vcreporter.terra.com.br/> >. Acesso em: 11 maio 2014.

¹⁹ Disponível em: < <http://oglobo.globo.com/eu-reporter/> >. Acesso em: 11 maio 2014.

²⁰ Disponível em: <<http://ireport.cnn.com/>>. Acesso em: 11 maio 2014.

vocábulo interatividade se preocupam em como o aparato tecnológico pode ser usado em favor da comunicação e pesquisadores que utilizam o vocábulo participação se preocupam com questões associadas ao receptor com ênfase ao seu caráter psicológico, antropológico e sociológico.

Para Yoo (2011), as definições de interatividade podem ser reduzidas por meio de duas tipologias, uma primeira que pensa no meio (usuário/meio) e uma segunda que reflete a interatividade humana (usuário/usuário), interpessoal. Os blogs seriam um exemplo da interatividade humana enquanto os *hiperlinks* seriam uma mostra da interatividade do meio. O mesmo autor considera também a interatividade como um estado psicológico do indivíduo. Quando o usuário deseja uma grande quantidade de informações sobre um assunto, o número de *links* oferecidos em um *site* o estimula à interatividade. Já quando o usuário está envolvido em uma causa, ele deseja ferramentas que o façam se sentir engajado. Portanto, a interatividade nesse caso será maior se ele puder manifestar a sua opinião e observá-la repercutindo junto com outras.

Segundo Quiring (2009), além dos atributos dos sistemas tecnológicos e das percepções dos usuários, existiria a interatividade decorrente do próprio processo de comunicação. Por meio dela, os participantes poderiam travar um diálogo ou um discurso. Nos dois casos, ele utiliza os termos como no senso comum para indicar uma comunicação cujo funcionamento básico é ter uma orientação bidirecional.

Vilches (2003) argumenta que interatividade em sua plenitude permitiria uma nova zona de relações sociais, na qual o homem poderia se aproximar da máquina e fazer uso dela a partir de suas vontades e em função do serviço disponível, usando com inteligência a tecnologia.

No entanto, se o investimento na interatividade é uma necessidade que precisa ser explorada pelos jornalistas, muitos desses profissionais possuem dificuldades para aceitar isso. De acordo com Domingo (2008), aqueles que iniciaram nessa profissão sem a internet, percebem-na como um problema e não como uma oportunidade de mudança. O estudo de Miranda (2008), que entrevistou redações espanholas, concluiu que muitos continuam enxergando a inserção da audiência nos mesmos moldes dos esquemas rígidos, tal como acontecia com as cartas enviadas pelos leitores ao editor. Isso assinalaria uma tendência ao imobilismo. Ainda que os movimentos em trânsito sejam reconhecidos, muitos preferem ficar inertes a eles como se, desse modo, não fossem afetados.

Mesmo com a existência desse sentimento, diante da imensidão de narradores, as instituições jornalísticas, para atenderem as exigências de participação vindas da sociedade estão lançando mão de mecanismos para atraí-los. Estão sendo vistos projetos que prometem a interatividade de diferentes formas. O aproveitamento da vontade do público em trazer notícias, carregando o título de repórter, como já se ressaltou, é um dos recursos bastante utilizados. Além desses, na apresentação do conteúdo são colocados em uso esquemas mais abertos à interatividade principalmente técnica.

Para finalizar, pode-se pontuar que são diversas as expressões que tentam identificar o jornalismo de hoje. Em geral, a sua composição advém do discernimento de uma nova lógica de trabalho posta em funcionamento e, igualmente, de uma filosofia inédita de produção, distribuição e consumo de informações e notícias. Entre outras tantas, têm sido vistos: jornalismo colaborativo, jornalismo participativo, jornalismo cidadão (TARGINO, 2009; GILLMOR, 2004), jornalismo móvel (SILVA, 2013), jornalismo de banco de dados (BARBOSA, 2007b, 2007c), jornalismo *open-source* (BRAMBILLA, 2005, 2006), jornalismo 2.0 (BRIGGS, 2007), jornalismo 3.0.

Todas elas, em maior ou menor medida, surgiram em decorrência da evolução da internet, de suas possibilidades e de sua disseminação, assim como do lançamento de dispositivos e da utilização de tecnologias. Isso leva à certificação, nada original, de que a comunicação digital, onde se insere a *web*, é a impulsionadora das alterações nos últimos tempos. Ela tem estabelecido o ponto pelo qual as mudanças são sentidas.

Rosenstiel e Kovach (2003) categorizam o jornalismo atual por expressões como: jornalismo guardião da liberdade, jornalismo moderador, jornalismo de conversação, jornalismo de mercado, jornalismo de verificação. Kperogi (2010) sintetiza as tipologias do jornalismo em cinco variações. Uma delas seria o jornalismo tradicional, que existiria em confluência ao jornalismo cívico, jornalismo interativo, jornalismo participativo e jornalismo cidadão. Essa separação de algo pertencente ao padrão, ao canônico, ao *mainstream*, de outras formas leva em conta que haveria uma lógica primeira, antecessora das demais, que existe em confluência às novidades. A divisão ainda explícita que há um jornalismo, recebedor da alcunha tradicional, que foi estabilizado, porém hoje não atua mais sozinho.

O jornalismo manifestado pelas mídias massivas pode a princípio ser classificado como pertencente a esse tipo. Todavia, as imposições pelas quais essas estão passando geram apostas sobre as garantias de sua sobrevivência. Não se pode

prever até quando haverá sentido nessa classificação diante de tudo o que o contexto vem exigindo.

Independente disso há autores que veem esse porvir com otimismo:

A história dos *mass media* mostra que cada novo meio passa por um período de indefinição até estabilizar um conjunto de características próprias. Isto significa que os novos meios começam por misturar os conteúdos dos seus antecessores (remediação) até estabilizarem uma linguagem própria (convergência) (CANAVALHAS, 2012, p.4).

Mais negativo, Rosenthal Alves pensa em uma midiamorfose e até em um midiacídio. Este último é entendido como “a possibilidade de a ruptura tecnológica provocar a morte de meios tradicionais que não tenham capacidade ou não saibam se adaptar ao novo ambiente midiático em gestão” (ALVEZ, 2006, p.96).

À margem de qualquer discussão, é um fato que o avanço tecnológico está reduzindo as diferenças entre os diversos meios de comunicação. Por outro lado, está desaparecendo a dupla característica que até aqui tem existido entre a comunicação individual e a de massa, já que a primeira continua avançando (KUNCZIK, 2002, p.209).

Talvez seja cedo para dizer o que restará do jornalismo tradicional. Certamente, muita coisa. Por enquanto, pode-se afirmar que as produções que o desenvolveram estão sendo afetadas por fatores, alguns dos quais, esmiuçados. É possível ainda afirmar que, agora, parte-se em direção a um jornalismo que tem como obrigação ser convergente, transmídia, inclusivo, interativo. São muitas as novidades, as necessidades impostas e as disputas que estão sendo enfrentadas por todos os que manejam esta atividade, pois inexistem respostas ou orientações definitivas.

2.2 Uma leitura do campo jornalístico

Pelo tipo de discussão que se quer estabelecer, importa atinar para a arrumação de Folha de S. Paulo, Veja e Jornal Nacional no campo jornalístico. Isso porque, com o aumento de concorrentes estruturados com uma lógica diversa a de seu estabelecimento e com a ampliação de suas reformas para dar conta das múltiplas demandas pontuadas acima, eles não estão ajustados do mesmo modo como vinte anos atrás.

Porém, as alterações por que passaram e por que ainda podem passar não devem ser enxergadas de forma deslocada, isolando-se essas produções de sua constituição histórica. Ao longo de todo o estudo, será visto que os referidos veículos criaram “nós”

que permitiram a sua continuidade. Como resultado, as suas articulações não se dão livremente. Elas dependem daquilo que foi desenvolvido durante as décadas de sua existência. Pode-se antecipar que os laços a que se faz referência têm a ver com a constituição da autoridade e do poderio que o jornal diário, a revista e o telejornal investigados conseguiram obter.

Ou seja, ainda que as novas manifestações jornalísticas e todas as possibilidades tecnológicas incitem readequações, essas não possuem a propriedade de afetá-los desmedidamente, nem são incorporadas displicentemente. Isso porque o objeto analisado tem embutida a consciência de sua posição. Do mesmo modo, com o prenúncio de tantas crises no setor jornalístico, certamente estão cientes de que a sua localização no campo pode não ser mantida como outrora.

As três produções analisadas estão, desse modo, em uma situação diversa daquela que as permitiram atingir uma alta posição, capacitando-lhes tanto a disseminar conteúdos quanto a influenciar iniciativas e opiniões. Como nunca, estão sendo afetadas por elementos com os quais, possivelmente, jamais imaginavam lidar.

A fim de que seja possível esboçar como as características elencadas no subtópico anterior lhes atingem, é preciso explanar o que se entende por campo jornalístico, como ele é tratado, em torno de quê se constituiu desde o fim do século XIX e como vem se modificando neste século XXI.

Uma primeira explicação necessária é que essa discussão costuma com frequência ser trazida por autores brasileiros em debates que perseguem um modelo científico às pesquisas da área. Nessas investigações, alinhadas principalmente à epistemologia, procura-se inventariar as suas especificidades geralmente por três vias. Uma que busca o momento em que esta atividade surge, outra que se dedica a separar suas fronteiras das firmadas por outras atividades e uma terceira que tenta cravar conceitos e teorias específicas à área, bem como as suas investigações.

Martino (2006) distingue que o termo campo designava inicialmente um local, ou um lugar para o cultivo. No século XIX, ele fez sua entrada na ciência através da Física com a noção de campo magnético e só no século XX foi interceptado pelas ciências sociais. Na comunicação, como as pesquisas até os anos de 1960 se baseavam nos modelos de análises do sistema social da mídia e de seus efeitos de longo alcance (WHITE, 1983), somente começou a ser usado de modo sistemático nos anos de 1980 com o crescimento das discussões de Wilbur Schramm e de seus modelos de

comunicação que enxergavam as mensagens acrescentando a elas um novo componente, o *feedback* (MARTINO, 2009, p.26).

No jornalismo, o debate sobre o campo aconteceu ainda mais tardiamente. Foi iniciado com a progressão do ensino do jornalismo nas universidades. A partir da instalação dos cursos tornou-se crescente a indispensabilidade em explicá-lo.

O jornalismo, portanto, ingressa na Universidade pela proposição da prática profissional e não como problema de pesquisa teórica e, como problema teórico, se desenvolve naturalmente junto às ciências sociais. Quando o jornalismo impresso se desdobra em novos suportes (rádio e tevê), integrando um conjunto de gêneros narrativos (informativo, de entretenimento e publicitário), exigindo para sua produção altos investimentos econômicos e aptidões pessoais, vai se habilitando como fenômeno empírico para sugerir a ampliação das fronteiras ou novas delimitações das zonas do saber. É pela sociologia, psicologia, ciência política, história, direito, que o jornalismo – ampliado e diversificado – abre caminho para dizer: carece de me explicar pelo que sou (BERGER, 2002, p.142).

No entanto, até hoje, as explanações que procuram definir o campo jornalístico com base no esforço científico que utiliza são genéricas, imprecisas, sem acepções firmes. Para Silva (2009, p.204) há outro tipo de dificuldade na disciplinarização do campo. Segundo ele, grande parte das respostas das pesquisas em jornalismo seriam metonímicas. Isto é, detêm-se em muitas descrições de um objeto restrito, tomam a parte pelo todo em conclusões gerais. Além do mais, há o consenso equivocado de que toda investigação inevitavelmente, por si só, traçaria compreensões sobre o campo ou resultaria delas:

No caso do Jornalismo, fundamentar-se na prática tem importado principalmente investigar suas mutações tecnológicas, como se o conhecimento das transformações da tecnologia explicasse por si o Campo do Jornalismo e seu objeto de estudo; e ater-se à tradição tem significado pesquisas normativas e do dever-ser do jornalismo, repetindo a ordem de cumprimento de regras textuais e de gêneros de escrita ou de princípios (atualidade, objetividade) e de procedimentos éticos da profissão (imparcialidade, verdade) (SILVA, 2009, p.205).

Há autores que procuram definir o campo do jornalismo através dos procedimentos de pesquisa executados em torno dele. França (2011), por exemplo, acredita que a especificidade de seu olhar poderia ser mostrada pela interseção de três dinâmicas básicas: o quadro relacional através das relações dos interlocutores; a produção de sentidos com as práticas discursivas; e a situação sociocultural pensada pelo contexto.

O assunto em questão também é constantemente refletido pelas teorias do jornalismo. Na visão de Bruck (2011), muitos pesquisadores têm se dedicado a desmontar o edifício conceitual que sustentava a frágil vontade dessa atividade de ser uma correspondência do real. É o caso de Vizeu e Rocha (2012) que defendem que o campo jornalístico contribui para a construção social da realidade por se ocupar em trazer um conhecimento sobre o mundo.

Franciscato (2013) o enxerga como uma constituição epistemológica específica que historicamente tem se manifestado em torno de dois movimentos argumentativos. No primeiro, de disciplinarização, há o esforço de os estudos se integrarem para formar conceitos em torno de um núcleo comum. No segundo, interdisciplinar, permitem-se visitas e aproximações de disciplinas transversais para a compreensão dos fenômenos investigados. Em meio a essas correntes, o pesquisador entende que a possibilidade de sedimentação disciplinar seria viável desde que as suas fronteiras não fossem isoladas, nem o seu conhecimento excluído. Além do mais, as suas discussões deveriam englobar três aspectos:

O termo campo do jornalismo faz sentido em uma perspectiva ampliada para identificar um conjunto articulado de atores (individuais e organizacionais, ligados à formação profissional, setor produtivo ou pesquisa científica), conhecimentos (conceitual-acadêmicos e normativo-profissionais) e práticas de atuação e inserção sociais (FRANCISCATO, 2013, p.15).

O pesquisador esclarece que quando se faz referência ao campo, ele é visualizado “com regras, princípios e relações de conduta jornalística, bem como com um grau de legitimidade frente às demais instituições sociais” (FRANCISCATO, 2008, p.5). Na mesma linha de pensar o seu desempenho, Correia (2012, p.92) considera que “este campo e seus critérios exigem uma ideologia profissional como sistema de crenças, através do qual os praticantes de uma dada profissão dão sentido à sua experiência laboral em comum”.

Partindo dessas considerações, adentra-se a algo essencial a este estudo, que é perceber o campo jornalístico pelo seu funcionamento. Para isso, é imprescindível retomar Bourdieu (2003), propositore da noção de campo, a fim de verificar os modos de sua composição. Como há na citação a seguir, é preciso depreendê-lo com a detecção daquilo que lhe é vital.

Compreender a gênese social de um campo, e apreender aquilo que faz a necessidade específica da crença que o sustenta, do jogo de linguagem que

nele se joga, das coisas materiais e simbólicas em jogo que nele se geram, é explicar, *tornar necessário*, subtrair ao absurdo do arbitrário e do não-motivado os actos dos produtores e as obras por eles produzidas e não, como geralmente se julga, reduzir ou destruir (BOURDIEU, 2003, p.69).

O mesmo autor pensa o campo jornalístico como um lugar em que se manifesta uma lógica cultural específica, imposta aos jornalistas através das restrições e dos controles cruzados, cujo respeito funda as reputações de honra profissional.

O campo jornalístico constitui-se como tal, no século XIX, em torno da oposição entre os jornais que ofereciam antes de tudo *notícias*, de preferência, *sensacionais* ou, melhor, *sensacionalistas*, e os jornais que propunham análises e *comentários*, aplicados em marcar sua distinção com relação as primeiras afirmando abertamente valores de objetividade; ele é o lugar de uma oposição entre duas lógicas e dois princípios de legitimação: o reconhecimento pelos pares, concedido aos que reconhecem mais completamente os ‘valores’ ou os princípios internos, e o reconhecimento pela sua maioria, materializado no número de receitas, de leitores, de ouvintes ou de telespectadores, portanto, na cifra de venda (*best-seller*) e no lucro em dinheiro, sendo a sanção do plebiscito, nesse caso, irreparavelmente um veredito do mercado (BOURDIEU, 1997, p.105).

Por sua causa, é estabelecida, semelhante a um jogo, uma dinâmica de luta entre agentes e instituições, que desponta até na compra de um jornal. Nesse ato, nem um pouco despretensioso, estão embutidos princípios de tomadas de posição (BOURDIEU, 2008, p.57). O leitor se sente mais completa e adequadamente identificado quanto mais perfeita for a homologia entre a posição de seu jornal no campo dos órgãos de imprensa e a posição que ele próprio ocupa no campo das classes, pois esse é o fundamento do princípio gerador de suas opiniões (Ibid., p. 102). Como parte da dinâmica, os agentes semelhantes, mesmo de lugares diferenciados, observam constantemente uns aos outros.

Considerando que o jornalista do *Nouvel Obs* está para a jornalista do *Figaro*, assim como o leitor do *Nouvel Obs* está para o leitor do *Figaro*, quando ele se compraz em acertar as contas do *Figaro*, ele está agradando ao leitor do *Nouvel Obs*, sem nunca procurar diretamente agradar-lhe. Trata-se de um mecanismo muito simples, mas que desmente a representação comum da ação ideológica, como serviço ou servilismo interessados, como submissão interessa a uma função: o jornalista do *Figaro* não é o escrevinhador do episcopado ou o laçaio do capitalismo, etc; ele é primeiro, um jornalista que, de acordo com o momento, é observado pelo *Nouvel Observateur* ou pelo *Liberation* (BOURDIEU, 2004a, p.202).

Sobre o mesmo assunto Bourdieu ainda refletiu sobre a disposição de conteúdos nos impressos como algo também em disputa, já que por eles são credenciados os

produtores e os produtos aos consumidores. Esses sentem mais afinidade com o que é veiculado dependendo do nível de ajuste entre eles e o conteúdo.

A escolha de um lugar de publicação, editor, revista, galeria, jornal, só é tão importante porque, a cada autor, a cada forma de produção e ao produto, corresponde um lugar natural do campo de produção; além disso, os produtores ou os produtos que não estão no devido lugar, mas como se diz ‘deslocadas’, estão mais ou menos condenados ao fracasso (...) assim também, segundo a lei que pretende que não se prega senão a convertidos, um crítico só pode exercer *influência* sobre seus leitores na medida em que estes lhe atribuem tal poder porque estão estruturalmente afinados com ele em sua visão de mundo social, suas preferências e todo o seu *habitus* (BOURDIEU, 2008, p.57).

Cabe dizer que o *habitus* é um produto da incorporação da necessidade objetiva. Embora não seja resultado de uma afirmação consciente de fins explicitamente alocados a conhecimentos adequados, nem de uma determinação mecânica de causas, ele é uma ação. Esta é comandada por uma espécie de ‘sentido do jogo’, que mantém uma cumplicidade ontológica com o mundo social que produz (BOURDIEU, 2004a, p.23). O *habitus* é, então, a “origem de um conhecimento sem consciência, de uma intencionalidade sem intenção e de um domínio prático das regularidades do mundo que permite antecipar seu futuro, sem nem mesmo precisar colocar a questão nesses termos” (Ibid., p.24).

Berger (1996) lembra que Bourdieu não estudou o campo jornalístico detalhadamente como o fez com a cultura, a política, a academia e a religião. O jornalismo nunca foi para ele uma temática de pesquisa, mesmo que tenha sido alvo de algumas considerações. A esse despeito, a autora propõe que o capital, aquilo que é atribuído como valor positivo, desse campo consistiria na credibilidade. Em acréscimo, a luta travada em seu interior pelos jornalistas giraria todo o tempo em torno de decisões sobre o que incluir ou excluir, o que qualificar ou desqualificar, o que legitimar ou não legitimar, o que dar ou não voz.

Traquina (2001, p.20) concebe “o termo campo jornalístico como o conjunto de relações entre agentes especializados na elaboração de um produto específico conhecido como a informação”. Ele considera que a sua autonomia “implica um número crescente de jornalistas comprometidos única e exclusivamente com a sua própria profissão, substituindo outras militâncias, tal como militância política, por uma militância profissional” (Ibid., p.47).

A despeito de pontos de vista contrários, o pesquisador português confirma a sua existência. Uma prova incontestável disso são as relações internas e externas que permitem a manifestação do jornalismo de certas maneiras e coíbe outras:

Para recapitular, a existência de um ‘campo’ implica a existência de 1) um número ilimitado de ‘jogadores’, isto é, agentes sociais que querem mobilizar o jornalismo como recurso para as suas estratégias de comunicação; 2) um *enjeu* ou prêmio que os ‘jogadores’ disputam, nomeadamente as notícias; e 3) um grupo especializado, isto é, profissionais do campo, que reivindicam possuir um monopólio de conhecimentos ou saberes especializados, nomeadamente, o que é notícia e a sua construção (TRAQUINA, 2008, p.27).

A visão trazida ao jornalismo, notadamente inspirada em Pierre Bourdieu, credita a notícia como um prêmio disputado, a partir do qual todas as práticas atuam em torno. Porém, talvez as mudanças verificadas nos últimos anos tenham sido suficientes para incitar outros tipos de disputas.

Por isso, arrisca-se argumentar que o jornalismo da atualidade deve ser enxergado a partir das movimentações ocorridas no seu campo. Se qualquer pessoa pode publicar uma notícia, a adição de novos jogadores pode ser vista como uma continuidade do campo jornalístico e não como uma transformação dele, uma metamorfose ou uma mudança de forma. O acréscimo de novos agentes, mesmo que isso se dê misturado a pressões e resistências, pode ser interpretado como algo intrínseco ao campo e não como algo que o nega, nem que o transforme completamente.

Sendo assim, se o surgimento da internet, das novas mídias e plataformas ocasionaram alterações, acarreta simultaneamente atos diferenciados por parte dos produtores do jornalismo, pois somente assim essa atividade prossegue. As modificações empreendidas estão longe de serem arbitrárias ou absurdas, uma vez que são, novamente se insiste no argumento, também um reforço do próprio campo.

Se as suas relações internas e externas foram complementadas com a introdução de mais agentes, múltiplos, diversos e complexos, isso não apagou a característica de que há algo em competição. O grupo de especialistas que detém a posse dos conhecimentos que o formam também não deve ter sumido, pois se acredita que um campo resulta do somatório de seus acúmulos e de seus novos arranjos.

Por conseguinte, se a Folha de S. Paulo, a Veja e o Jornal Nacional começaram a funcionar no campo jornalístico tendo por concorrentes apenas produções semelhantes a eles, hoje estão em funcionamento em meio a portais de notícias e demais experiências possibilitadas pela sociedade em rede (CASTELLS, 1999). Do mesmo modo,

acadêmicos e teóricos interessados pelo jornalismo, também regidos pelo campo científico estão em seu contato, requerendo a responsabilidade na definição de conhecimentos especializados que sirvam a sua orientação.

Ao disseminarem em seus discursos entendimentos sobre o jornalismo, as três produções estudadas contribuem para regular esses conhecimentos. É por esse motivo que se postula o encadeamento dos discursos sobre o jornalismo emitidos pela tríade conciliando os entendimentos de sua posição no campo. Por isso, demanda-se o reposicionamento da grande imprensa.

Benetti e Hagen (2010) inserem que o jornalismo estabelece a sua finalidade pela disseminação de suas crenças. Para fazer essa afirmação, os autores tomam a Veja, que alardeia do seguinte modo as suas ambições:

‘Ser a maior e mais respeitada revista do Brasil. Ser a principal publicação brasileira em todos os sentidos. Não apenas em circulação, faturamento publicitário, assinantes, qualidade, competência jornalística, mas também em sua insistência na necessidade de consertar, reformular, *repensar e reformar o Brasil*’. A missão da editora Abril é ainda mais reveladora dos propósitos de Veja: ‘A Abril está empenhada em contribuir para a difusão de informação, cultura e entretenimento, para o progresso da educação, a melhoria da qualidade de vida, o *desenvolvimento da livre iniciativa* e o *fortalecimento das instituições democráticas do país*’ (BENETTI, HAGEN, 2010, p.7)

A revista compartilha impressões como a de que em sua atividade orienta-se pelo interesse público e não pelo interesse privado, é capaz de identificar fatos relevantes em meio aos irrelevantes, narra o que importa saber, faz uso de fontes aptas e confiáveis e conhece as necessidades e interesses do leitor. Na projeção dessa autoimagem, ela evidencia a sua representação por esta ou aquela qualidade e, dependendo de como se apresenta, modela a interpretação do outro.

No contrato de comunicação que estabelece o jornalismo como um gênero discursivo, a representação do jornalista sobre si mesmo – e sobre o jornalismo que diz exercer – coordena parte da imagem que lhe será atribuída depois pelo leitor (Idib., p.3).

Nesse sentido, apesar de todos conhecerem a Folha de S. Paulo, a Veja e o Jornal Nacional, ainda foi pouco explorado quais autoimagens eles imprimem ao falarem de si e de sua atividade. Tampouco, há indicações de como nisso são agrilhoadas caracterizações sobre o jornalismo que interferem no campo jornalístico. É

o que se tentará fazer sem perder de vista a seguinte consideração de Resende (2007, p.2):

O campo dos media vive um processo de correlação de forças com vários campos sociais – políticos, econômicos, culturais, religiosos, entre outros – já que ele se faz estrutural na constituição e na composição desses lugares. Tendo em vista o fato de que ao jornalismo, mais especificamente, cabe a tarefa de dizer sobre e para as demais instâncias sociais, havemos de considerar que um dos lugares possíveis em que se instala a correlação de forças, com todas as suas assimetrias e fragmentações, é o campo do discurso. Instância fundamental para se pensar a questão da representação quando, no momento atual, as noções alteradas de espaço e tempo reconfiguram os papéis e as pertinências tanto dos campos como dos atores sociais que constituem a sociedade e com os quais os produtos midiáticos, invariavelmente, dialogam (RESENDE, 2007, p.2).

Mediante a quantidade de elementos imbrincados, a interpretação do discurso da grande imprensa com o intuito de destrinchar o funcionamento do campo jornalístico será realizado em três etapas sucessivas, que dividem os próximos capítulos. Todos os julgamentos serão feitos a partir dos enunciados dos veículos.

2.3 Pela recuperação dos discursos sobre o jornalismo

Já foi dito que a investigação será desenvolvida com a análise de falas que exprimem a prática jornalística. Elas foram selecionadas em textos e situações que de algum modo inserem este tópico. Seguiu-se, pois, a sugestão de Benetti (2008, p.121), para quem a análise do discurso jornalístico deve ser feita com a escolha de uma amostragem considerável de textos, representativa da manifestação de um tipo de discurso em um período determinado.

Se a validade dessa perspectiva será confirmada gradualmente, pode-se apresentar ainda que brevemente como os estudos nesta frente ocorrem. Ferreira (2010, p.333) contextualiza que os estudos do discurso na mídia chegaram às pesquisas em comunicação a partir dos anos de 1960. As contribuições teriam se dado inicialmente com questionamentos que procuravam perseguir o sentido, identificar os critérios utilizados na preparação de um texto e designar as variáveis extratexto que poderiam ser levantadas.

Por sua vez, Dijk (2009, p.192) aponta que os estudos discursivos têm sido, desde os anos de 1980, cada vez mais utilizados na área da comunicação em geral e, em particular, nos estudos de comunicação de massa. Mesmo considerando que a disciplina

é utilizada de forma ampla, o autor sumariza que os seus desdobramentos ocorrem por sete pontos, condensados pelas seguintes ideias:

1) O estudo do discurso não é limitado a gramáticas formais ou a sentenças abstratas. Ele foca no uso natural da língua em situações reais de interação social e de comunicação;

2) A unidade de análise não é a palavra ou a sentença, mas as estruturas e estratégias usadas, de modo falado ou escrito, em eventos discursivos ou comunicativos;

3) Os discursos analisados como um fenômeno complexo podem ser descritos em variados níveis de estrutura, cada qual pertencente a uma subdisciplina como estilística, retórica, análise conversacional, etc. Cada um desses níveis pode ser descrito em análises micro ou macro. Um princípio básico das análises é a sequencialidade. Cada unidade (palavra, sentença, sentido, ato de fala, etc) de discurso é produzido, interpretado e analisado como condicionada por prévias unidades interpretativas;

4) Discursos não são limitados apenas pela dimensão verbal, há ainda dimensões paraverbais e não verbais, vistas em entonações, gestos, sons, etc.;

5) O discurso como linguagem também pressupõe aspectos cognitivos de produção e compreensão, envolvendo vários tipos de estratégias mentais;

6) Os discursos são estudados em relação a vários tipos de situação, como interacional, política, cultural, etc.;

7) Discursos também são utilizados nas ciências sociais como práticas sociais que exercem um papel crucial na reprodução de sociedade em geral e, em particular, na de grupos e comunidades e seus conhecimentos e ideologia. Esse tipo de análise do discurso tem contribuído para o estudo da reprodução de formas de racismo e de outras formas de dominação e de desigualdades sociais.

Tomando-se esses pontos, sinaliza-se que na investigação os discursos não receberão um tratamento a partir da gramática. O seu foco centra-se principalmente nas estratégias usadas nas manifestações enunciativas. Para isso, será feita uma análise macro dos pronunciamentos das produções, concentrando-se em sua dimensão verbal.

Continuando a revisão sobre a presença do discurso em investigações da área, Zelizer (2004, p.111) informa que o exame da linguagem no jornalismo é um fenômeno

relativamente novo. De acordo com a norte-americana, somente nos últimos 30 anos os pesquisadores têm sustentado o interesse em pensá-la, uma vez que a noção do que compõe a linguagem jornalística tem sido estendida.

The combination of formal features of language – such as grammar, syntax, and word choice – and less formal ones – such as storytelling frames, textual patterns, and formulaic narratives – creates a multilayered system of information relay, which has grown in complexity as journalism has embraced not only the printed press but also radio, television, cable and new media. Today, sound, still photographs, moving visuals, and patterns of interactivity have become part of the languages by which journalists provide information. As journalism has progressed toward increasingly complex systems of information relay, the notion of what constitutes a journalistic language has grown as well (ZELIZER, 2004, p.111)²¹.

O interesse parece ter se fortalecido com a replicação de visões que entrelaçam o jornalismo à especificidade de sua organização discursiva, como a inserida por Neveu (2010):

O jornalismo é uma maneira altamente codificada de escrever, com gabaritos e gêneros de trabalho, a organização retórica (a importância do primeiro parágrafo na matéria, a regra das cinco perguntas-chave). Estas regras da escrita/fala jornalística também organizam o jornalismo como uma linguagem específica, diferente da linguagem retórica da política, propaganda ou literatura. Este discurso jornalístico pode ser bem diferente em Brasília, Roma e Boston; será identificado como jornalístico em todos estes lugares (NEVEU, 2010, p.32).

Bruck (2011) explica que, para se manifestar discursivamente, o jornalismo estabeleceu como sua política do olhar a convicção de que uma de suas características principais é a sua capacidade de manter as suas enunciações calcadas na transparência:

O jornalismo foi uma invenção fundamental do século XIX e acabou por manifestar o caráter utópico de uma política do olhar, de toda uma crença moderna de que o poder poderia ser exercido em uma circunstância de visibilidade complexa numa solidariedade transparente. O jornalismo, aí, como saber, no sentido foucaultiano definido pelas combinações do visível e do dizível próprias de cada estrato, de cada formação histórica (BRUCK, 2011, p.4).

²¹ Na tradução da autora: “A combinação de características formais da linguagem – gramática, sintaxe, uso de palavras – com as menos formais - tais com a contagem de histórias, a padronização de textos e de narrativas – cria um sistema com múltiplas camadas de informação, que têm crescido em complexidade como o jornalismo que agora possui não só a imprensa escrita, mas está espalhado no rádio, televisão, cabo e novas mídias. Hoje, o som, fotografias, imagens em movimento e os padrões de interatividade tornaram-se parte da linguagem pela qual o jornalista fornece informação. Como o jornalismo têm progredido em direção a sistemas cada vez mais complexos, a noção do que constitui a linguagem jornalística também tem crescido”.

Franciscato (2003) acrescenta que o jornalismo tem a sua existência fundada na reconstrução discursiva do mundo:

O jornalismo cumpre um papel social específico, não executado por outras instituições. A instituição jornalística conquistou historicamente legitimidade social para produzir, para um público amplo, disperso e diferenciado, uma reconstrução discursiva do mundo com base em um sentido de fidelidade entre o relato jornalístico e as ocorrências cotidianas (FRANCISCATO, 2003, p.23).

Já Augusti (2005) define que:

Como prática discursiva, o jornalismo se faz na dinâmica essencial entre sujeitos, organizados em formações sociais e conformados pelo seu reconhecimento como um gênero discursivo particular. A leitura, pelo panorama discursivo, se efetiva como negociação de sentidos (AUGUSTI, 2005, p.79).

Pensando sobre o processo de enunciação jornalística, Vizeu (2003, p.9) entende que ele se dá através de procedimentos generalizados estabelecidos em espécies de macrocosmos e de microcosmos. Àqueles estão assentados na língua, em matrizes culturais, nas regras sociais, na ética e nas ideologias. Estes são estabelecidos pelas empresas de comunicação, como os manuais de redação e também os valores-notícia, que vão ser manjados e mobilizados no processo de enunciação.

Mais detida nas imposições sofridas pelos profissionais, Marocco (2011, p.298) relembra que o jornalista não escreve o que quer no jornal. A autora coloca que as suas práticas se apoiam em procedimentos de controle discursivo, reguladores das maneiras de fazer, de selecionar notícias, de entrevistar, de redigir os textos. Para Dent (2008), esses profissionais internalizam práticas discursivas que fazem confirmar o próprio jornalismo.

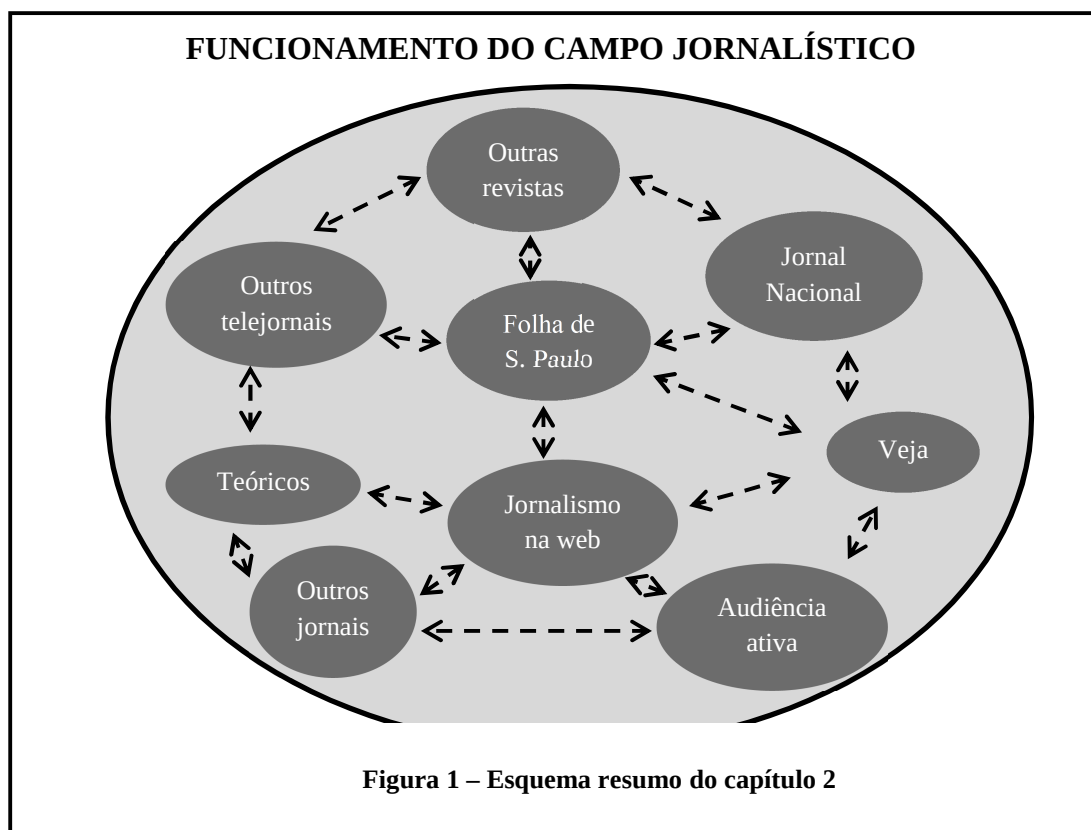
Como se vê, são muitas as abordagens para refletir sobre o discurso. De um jeito ou de outro, todas elas terminam por reportar como o discurso jornalístico se manifesta por trás de, pelo menos, três formas de condicionamentos. Uma que prescinde as suas expressões, outra que é revelada na adoção de modelos textuais e uma terceira que se liga aos modos de atuar de seus profissionais. Daí a importância de pesquisas que se detenham nesses três aspectos.

Pode-se sinalizar que esta investigação discorrerá sobre os condicionamentos impostos ao jornalismo através de discursos que explicitam aspectos dessa atividade e

conferem visões sobre as autoimagens erguidas pelos três grandes veículos reportados. Para a análise, toma-se o conselho de Mendonça (2010), para quem, consoante o transbordamento de conteúdos para além dos meios de comunicação tradicionais, a verificação dos enunciados necessita restabelecer a sua potência crítica.

De modo semelhante à comunicação – como ciência e ocupação profissional – não defendo aqui a ‘superação’ das análises de discurso como modo de pensar e refletir sobre o fenômeno comunicacional. Pelo contrário, o que se pretende é enfrentar a necessidade de reconfigurações teórico-metodológicas que passam contribuir para um melhor entendimento dos novos avanços das relações de poder em seus múltiplos confrontos por nomear verdades e conhecimentos (MENDONÇA, 2010, p.2).

É cedo para afirmar se tamanha pretensão será atingida. Todavia, inicia-se o percurso tendo ciência das exigências em curso. No capítulo a seguir, as trajetórias dos veículos começam a ser trazidas. Isso é feito não apenas com a retomada dos discursos pronunciados por eles. Faz-se uma revisão dos acontecimentos envolvidos em suas fundações e de fatos que, pela sua relevância, precisam ser retomados. Essa mesma lógica de trazer um pouco da história das produções antes de mostrar seus enunciados segue nos capítulos 4 e 5. Além do mais, os capítulos são iniciados por explanações sobre a perspectiva teórica utilizada e finalizados com observações de como a interpretação dos dados é auxiliada por ela.



3. O NASCIMENTO DOS DIZERES DA GRANDE IMPRENSA BRASILEIRA: SOBRE QUEM ELA É E O QUE FAZ (DÉCADAS DE 1960 E 1970)

Neste capítulo, apresenta-se parte do *corpus* a partir do qual é iniciado o estudo dos discursos institucionais de *Veja*, *Folha de S. Paulo* e *Jornal Nacional*. A análise é dividida em dois momentos, num primeiro as produções são investigadas individualmente e num segundo são agrupadas no núcleo da grande imprensa brasileira. Acredita-se que os enunciados utilizados nas décadas de 1960 e 1970 para descrever, informar, ensinar, defender, quem eles eram e o que faziam não servem apenas para diferenciá-las de seus concorrentes. Além da retórica de autoafirmação, esses dizeres evidenciam uma prática discursiva, pela qual os veículos limitaram uma posição e uma identidade para existir, orientaram saberes e organizaram uma ordem discursiva para tratarem de si e do jornalismo.

Toma-se o método arqueológico de Michel Foucault como inspiração. Embora haja dificuldades em defini-lo, é importante esboçar que ele foi utilizado combinando sempre história e análise discursiva. Entretanto, para o referido autor, não há uma origem das coisas a ser indicada, mas já-ditos, cujas influências e modificações devem ser desveladas. A conhecida interrogação “como apareceu um determinado discurso e não outro em seu lugar?” (FOUCAULT, 2007, p.30) parece ter sido implicitamente respondida pelo estudioso com o auxílio de outras duas questões, inseridas por este estudo com o intuito de traçar as bases da arqueologia, como aquilo pôde ter se tornado isso? O que permitiu essa mudança?

Não há na arqueologia a crença de que existiriam pontos de virada a serem distinguidos, uma vez que as transformações são vistas como mais próximas da renovação de fundamentos do que da instauração do inédito desvinculado de qualquer anterioridade. À Foucault interessava investigar as processualidades. Por isso, não se propunha a prescrever etapas e procedimentos, como quem faz futurologia, nem tampouco a desenvolver um quadro de teorias e conceitos fixos, aplicáveis a diversas conjunturas. Talvez, por essa razão, tenha se recusado a fechar a análise em unidades acabadas encontradas em autores, livros, teorias, já que o curso de um evento pode ser afetado pelas mais tímidas expressões (Ibid., p.145).

Quando se leem seus textos, pode-se verificar o quanto as suas reflexões decorrem da composição original de materiais levados às pesquisas. Ele parecia ser um

criador de quebra-cabeças, que encontrava, separava, organizava e montava peças de um jeito próprio. Contudo, por reconhecer que não deveria lidar com peças prontas, muito menos encaixáveis, segundo um mesmo padrão de ajuste, tratava os objetos de acordo com como eles iam se revelando.

Segundo Machado (2006, p. 51), “a arqueologia caracteriza-se pela variação constante de seus princípios, pela permanente redefinição de seus objetivos, pela mudança no sistema de argumentação que a legitima ou justifica”. Isso não significa que seja liberta de qualquer direcionamento. Os conteúdos examinados e as conexões dadas a eles se direcionam pela disposição análoga de perceber as mais sutis das reviravoltas, fazendo aparecer conexões improváveis.

Nesse sentido, o método ao qual se faz referência tem a ver com como o autor francês desenvolveu suas pesquisas, procurando ser um novo tipo de arquivista (DELEUZE, 2005), um “novo cartógrafo” em alerta ao que era tomado com fixidez, as permanências, e ao que escapava delas, as dispersões. Ao recuperar os discursos, Foucault os tratava de modo a dar visibilidade a como coisas que pareciam sempre ter estado “aí” estavam envolvidas em uma sucessão de acontecimentos para continuar existindo. Era assim que mostrou como certas disciplinas são tomadas por determinadas palavras e expressões e apresentou como eram repassados modos de dizer e, logo, modos de pensar. E isso não estava amparado em fatores que pudessem de antemão fazer sombra ao que era estudado. Como quem foge de determinações prévias, o filósofo parecia tentar se despir de imperativos que pudessem lhe obscurecer a visão.

Em cada uma das investigações inseridas como arqueológicas, utilizou um enfoque diferente não somente porque mudava a temática, mas porque a própria observação dos discursos o levava a agir de maneiras variadas. Considerava que na *Histoire da la folie* “o problema era a emergência de todo um conjunto de objetos muito enredados e complexos; tratava-se de descrever, antes de tudo, a formação desses objetos para demarcar, em sua especificidade, o conjunto dos discursos psiquiátricos”; na *Naissance de la clinique* “a análise, então, havia-se voltado menos para a formação dos sistemas conceituais, ou para as escolhas teóricas, do que para o *status*, o lugar institucional, a situação e os modos de inserção do sujeito falante”; em *Les mots e les choses*, “o estudo se referia, em sua parte principal, às redes de conceitos e suas regras de formação (idênticas ou diferentes), tais como podiam ser demarcadas na gramática geral, na história natural e na análise das riquezas” (FOUCAULT, 2007, p.72).

Neste trabalho, a arqueologia, não poderia ser usada para apontar o que propiciou o aparecimento do discurso jornalístico brasileiro porque os anos de 1960 e 1970 são muito recentes, quando se pensa que a imprensa no país existe oficialmente desde 1808 (LUSTOSA, 2004). Muito menos, poderia servir para chegar a conclusões capazes de abarcar a totalidade dos discursos jornalísticos, posto que o que foi recolhido não é suficiente para tanto. Com o que se tem também não se poderia pretender encontrar escolhas teóricas, amarrações e conceitos que teriam conferido cientificidade ao jornalismo, pois, para isso, seria imprescindível colocar produções acadêmicas, e não produções jornalísticas, como protagonistas do estudo.

Com o que se possui, acredita-se pontuar uma pequena história do jornalismo, desenvolvida sorrateiramente nos interstícios dos discursos de algumas produções, que colaboraram de forma crucial para a caracterização da grande imprensa no Brasil da segunda metade do século XX. Assim, com o referido método se investiga como as falas de si, bem como as falas sobre o jornalismo, de Folha, Veja e JN foram formadas e conduzidas, contribuindo para firmá-los como notáveis exemplares do jornalismo brasileiro. Esses dois tipos de enunciados foram escolhidos porque com eles pode ser vislumbrado como os componentes do objeto se portam ao abordarem a sua atividade, quais temas mobilizam, como argumentam, como persuadem o público.

Deve-se indicar que no período considerado as iniciativas deixaram de ser quase ou completas desconhecidas, tornando-se reconhecidas nacionalmente. De certo modo, portanto, é acompanhado o seu fortalecimento pela maneira de empregarem seus dizeres. A delimitação nas décadas de 1960 e 1970 foi resultado da leitura do *corpus*. A cada vinte anos, como se houvesse ocorrido uma ruptura, os dizeres vêm com outras condições, algo natural com o acúmulo dos anos.

A investida, conforme anunciado, é concentrada nos discursos institucionais publicizados, que servem à exposição das produções enquanto instituições empresariais e sociais. Eles aparecem em situações variadas, sendo mais facilmente distinguidos quando contam alguma novidade ou emitem opiniões, o que ocorre em gêneros, como o editorial, o comunicado e o anúncio. Surgem ainda em publicações comemorativas e em documentos com a orientação de condutas²². Em quaisquer desses casos, manifestam uma instância enunciativa superiora, aproximada do enunciador (FIORIN, 2008), à qual os textos deveriam ser subordinados. Benetti e Jacks (2001, p.8) lembram que o

²² Esses textos, que abrangem manuais de redação, princípios editoriais e códigos de ética, começam a ser divulgados ao público em geral na década de 1980, como se verá.

enunciador é aquele ‘a partir de quem se vê’. Ele interpela o locutor para que este se coloque em uma dada posição. Em Amossy (2005):

O enunciador não é um ponto de origem estável que se ‘expressou’ dessa ou daquela maneira, mas é levado em conta em um quadro profundamente interativo, em uma instituição discursiva inscrita em uma certa configuração cultural e que implica papéis, lugares e momentos de enunciação legítimos, um suporte material e um modo de circulação para o enunciado (AMOSSY, 2005, p.75).

Precisa-se alertar que não se tentou fugir da descrição do passado. Ao contrário, investiu-se nela porque, para que posteriormente o jornal, a revista e o telejornal possam ser confrontados, é necessário elucidar antes a composição de cada um. Aproximando o método arqueológico da problemática do estudo, acredita-se que se põe em evidência como determinadas manifestações discursivas são replicadas, como enunciados têm usos irrefletidos, porém prioritários.

Ao trazê-lo à imprensa, debate-se ainda como são repercutidos entendimentos desta atividade. Esses, como se verá, podem aparecer em posturas incisivas, quase patronais, quando dirigidos aos profissionais; em posturas professorais ou mesmo amigáveis, quando dirigidos ao público em geral; e em posturas descompromissadas, quando as iniciativas expõem lições de si sem se referirem explicitamente a quem se dirigem, como se não quisessem enfatizar o que é dito.

Em muitos autores, como Marcondes Filho (1989), o período entre 1960/1970 coincide com a modernização da indústria cultural no Brasil. Outros, como consequência direta disso, apontam-no como o momento de instauração de conglomerados de comunicação (DINES, 1986), de profissionalização da atividade jornalística, de construção de uma identidade aos jornalistas, de estabelecimento de parâmetros à prática da profissão (LOPES, 2009). Essa realidade tanto teria permitido que o objeto estudado promettesse ser o maior quanto lhe possibilitou atingir esse patamar com o passar dos anos, influenciando em como o jornalismo, bem como o seu exercício, é significado.

Mesmo que na investigação não se saia dos objetos para enfatizar o contexto vivido à época não se pode deixar de reconhecer que o país passou boa parte do período acompanhado em um regime militar, que censurou conteúdos, mas também facilitou a expansão da imprensa. De acordo com Abreu (2002), grandes empresas se beneficiaram

da entrada de capital estrangeiro após o golpe e, graças a isso, puderam investir na infraestrutura, na contratação de profissionais, na qualidade do produto, etc.

As empresas Folha da Manhã, Abril e Globo foram beneficiadas por novos negócios e souberam se aproveitar das possibilidades da sociedade de massa que estava aparecendo no Brasil quase quinze anos depois dos Estados Unidos e de países europeus, que vivenciaram essa fase no pós-guerra (DEFLEUR, BALL-ROKEACH, 1993). Rapidamente a tríade cresceu e isso repercutiu em seus dizeres.

Teme-se, evidentemente, não se conseguir utilizar a arqueologia de modo adequado. O receio é um pouco diminuído quando se lê que ela não seria “nada além e nada diferente de uma reescrita: isto é, na forma mantida da exterioridade, uma transformação regulada do que já foi escrito” (FOUCAULT, 2007, p.158). Dessa feita, não se volta aos discursos para trazer exatamente como esses eram percebidos quando utilizados. Ao contrário, ao promover o retorno ao passado a fim de redescobri-lo, faz-se uma crítica do presente através da verificação de quais dizeres foram ganhando peso, de como eles foram se aglutinando e sendo utilizados. Cabe inserir que em Foucault (2008b, p.28) a imprensa é um elemento que ajuda a limitar as práticas de governo, assim como o parlamento, as comissões e os inquéritos.

Antes de iniciar, reforçam-se três cuidados, dos quais se procurou lembrar todo o tempo. Mesmo que indicações importantes já tenham aparecido nas considerações trazidas até aqui, o primeiro cuidado é voltado aos direcionamentos da arqueologia (FOUCAULT, 2007, p.157-158), resumidos nas seguintes afirmações: 1) A arqueologia se dirige ao discurso em seu volume próprio na qualidade de *monumento* que deve ser atravessado como resultado de práticas que obedecem a regras; 2) A arqueologia segue os discursos não para encontrar o ponto em que eles são desfeitos, ao contrário, os persegue para dar um sentido ao jogo de suas regras; 3) A arqueologia não quer apontar o momento em que uma figura soberana se destacou como obra, pois esse não é um recorte pertinente; 4) A arqueologia não deseja reconstituir o instante no qual o discurso foi proferido, repetindo o que foi desejado, almejado, experimentado.

Um segundo ponto de alerta é não confundi-la com como é tomada pelo senso comum. À primeira vista, a escolha do termo pode remeter àquele escavador que está em busca da ossada do primeiro homem, o Adão imaginado. Porém, o uso do vocábulo não passa de uma provocação, já que ele não se vincula à descoberta de algo escondido. Metaforicamente, está mais aproximado a imagem de um restaurador que torna visíveis objetos que estão acessíveis ao olhar, porém nem sempre são devidamente percebidos

por estarem “invisibilizados” por inúmeras camadas que escondem o que foi trocado e o que foi mantido.

Um terceiro e último cuidado foi lembrar constantemente que as contradições estão imersas na teoria foucaultiana. A exemplo da citação abaixo, até as palavras utilizadas para nomear suas categorias e conceitos não devem ser enxergadas em seu sentido mais usual, mas tomadas por uma forma crítica de raciocinar, que sempre andou na contramão das tendências.

Utilizo a palavra “arqueologia” por duas ou três razões principais. A primeira é que é uma palavra com a qual se pode jogar. *Arche*, em grego, significa começo. Em francês, temos também a palavra “arquivo”, que designa a maneira como os elementos discursivos foram registrados e podem ser extraídos (FOUCAULT, 2006b, p.257).

Tendo-se as devidas precauções para não se desviar de seus princípios gerais, acredita-se que o esforço em trazê-la contribui para reconhecer a influência e o comportamento dos três maiores órgãos da grande imprensa brasileira.

3.1 O aparecimento de enunciabilidades

Folha de S. Paulo, Veja e Jornal Nacional precisaram de alguns anos para que pudessem ser agregados à categoria ampla de grande imprensa. Por isso, antes de enxergá-los como um mesmo todo é feita a introdução de cada um separadamente para que sejam conhecidas as suas particularidades e acompanhadas suas primeiras falas. Até que possam ser percebidos como um só conjunto, utiliza-se como referencial seus cinco primeiros anos. Para a Folha de S. Paulo corresponde ao período de 1º de janeiro de 1960 a 19 de fevereiro de 1965²³; à Veja de 11 de setembro de 1968 a 12 de setembro de 1973; e ao Jornal Nacional de 1º de setembro de 1969 a 1º de setembro de 1974. Esse tempo foi o suficiente para eles moldarem definições de si e se consolidarem em termos de mercado.

Com o termo definições de si, engloba-se como as produções foram se caracterizando ao enunciarem sobre si e sobre o jornalismo, às vezes, atendendo a essas duas necessidades ao mesmo tempo. Para perceber como isso se deu, elas são apresentadas, na medida do possível sem julgamentos valorativos, com uma exposição detalhada de seus dizeres, executada, em paralelo, ao discernimento de em quais

²³ Como a Folha de S. Paulo possui uma data em que começou a circular pela primeira vez e uma data em que comemora o seu aniversário, os cinco anos são contados dessa maneira.

oportunidades e em torno de quê aparecem. Isso ajuda a assinalar como se afiguraram ao esboçarem certos enunciados e indicarem uma perspectiva para como deveriam girar.

Para encontrar as definições de si, não se concentra apenas em frases do tipo “A Veja é”, mas em ocorrências múltiplas que pouco a pouco fizeram com que as iniciativas se associassem a alguma representação. A principal pista para a separação dos enunciados são os momentos de enunciação de seus nomes. Outros rastros são as situações em que se falava do jornalismo ou se traçavam posições sobre os jornalistas. Todas são formas de referência, decorrentes de um processamento estratégico do discurso, orientado por escolhas que concretizam um querer-dizer (KOCH, 2005, p.53).

Uma curiosidade enunciativa é que na grande maioria dos casos os enunciados estão embreados na terceira pessoa do singular, como: “Agora nasce VEJA” (VEJA, 11/09/1968)²⁴. Muito raramente, aparece a primeira pessoa do plural, o nós, visto, por exemplo, em “Como anunciaremos, a partir de hoje (...)” (FOLHA DE S. PAULO, 01/01/1960). A primeira pessoa do singular somente foi vista nas Cartas ao Leitor da Veja, em textos assinados por Mino Carta, como “lembro-me das minhas primeiras aulas de jornalismo, recebidas do meu pai, jornalista, quando eu, menino de reações tão óbvias quanto às previstas nos livros de psicologia, desejava ser igual a ele (VEJA, 08/09/1971).

Com relação ao tratamento do material, sabendo-se que o objeto em seus números iniciais ainda era desconhecido da maioria da população, por possuir circulação restrita ou por ser uma novidade, busca-se atentar para como essa dificuldade foi sendo eliminada até as produções se assumirem como lideranças jornalísticas que, como tais, orientavam-se por algumas prescrições. Esses fatos de discursos não serão entendidos apenas como núcleos autônomos de significação, mas como acontecimentos e segmentos funcionais que formaram, lentamente, um sistema (FOUCAULT, 2004, p. XIV), o sistema de enunciados da grande imprensa.

²⁴ É importante explicitar que houve, para a leitura não ficar cansativa, a opção de referenciar a maioria dos enunciados apenas com o nome da produção jornalística e a data de sua veiculação. Isso porque com essas informações eles podem ser localizados com relativa facilidade. Não custa lembrar que o editorial da Folha de S. Paulo, em todas as épocas, sempre esteve na página 2. A Carta ao Leitor de Veja, embora possa variar a sua paginação dependendo dos anúncios, sempre foi uma seção fixa presente nas folhas iniciais. A Carta do Editor, quando surge, está ou no lugar da Carta ao Leitor ou na última página do exemplar. Os dizeres do Jornal Nacional quando forem retirados de uma obra bibliográfica virão com a indicação da página da referida obra. Quando coletados do que foi dito por seus apresentadores, virão apenas com a data da edição do dia, já que raramente se teve acesso ao programa inteiro, o que impossibilitou a indicação do tempo de sua exibição. Deve-se assinalar que quando os casos fugirem do que está descrito nessas disposições, eles receberão indicações mais detalhadas sobre o espaço de sua veiculação.

Presume-se que à medida que os constituintes do objeto se afirmavam, indicavam condicionamentos aos quais os produtos eram submetidos. Maingueneau (2008a), analista do discurso da contemporaneidade, aponta que essa restrição dos dizeres pode ser analisada pelo binômio enunciabilidade, o que é enunciado nas enunciações, e discursividade, o que se torna discurso. Um conceito depende do outro, pois é através da identificação da enunciabilidade que se chega ao segundo.

A ‘enunciabilidade’ de um discurso, o fato de que tenha sido objeto de atos de enunciação por um conjunto de indivíduos, não é uma propriedade que lhe é atribuída por acréscimo, mas alguma coisa radical, que condiciona toda sua estrutura (MAINGUENEAU, 2008a, p.19).

Ainda que o linguista não desenvolva essas noções a fundo, elas, ao permitirem explorar o objeto por intermédio de como é externado, entabulando-se a análise pela enunciação, iluminaram como a arqueologia pode ser iniciada. Logo, servem quase como uma ferramenta que propicia a exploração dos dizeres recolhidos e, conseqüentemente, a sua apreensão.

O esforço em encontrar a enunciabilidade da Folha, Veja e JN em seus primeiros anos evidencia a partir de quê eles foram sendo alicerçados, no que se assemelham e se diferenciam, demarcando indicadores que podem facilitar a percepção de a que se deu continuidade depois. Em um esforço de situar os estudos da linguística, o mesmo Maingueneau (1995, p.15) informa que a partir dos anos de 1960 esta disciplina operou um duplo movimento capaz de afastá-la do estruturalismo. Por um lado, ela se centrou em fenômenos propriamente gramaticais e por outro considerou o discurso como uma atividade dos sujeitos que falam, em função do sistema da língua e da situação de enunciação.

Resgatadas as disposições arqueológicas, concebe-se que a enunciabilidade traceja os subconjuntos do grande conjunto dos discursos institucionais ao explicitarem as variações utilizadas para as iniciativas se descreverem. Para que essas variações possam ser melhor entendidas, foram elaborados quadros com o resumo do que se viu expressado nas diferentes situações através das quais os exemplos foram recolhidos.

É preciso ressaltar que Maingueneau, embora não seja um discípulo de Foucault, não é um antagonista deste. Ao contrário, o primeiro reconhece a importância do segundo, o que pode ser visto em suas referências e considerações, tais como “apoiando-se sobre *A arqueologia*, sobre as teorias da enunciação linguística e a

pragmática, pode-se repensar todo um conjunto de práticas e de noções imemoriais que dominam a nossa abordagem do texto” (MAINGUENEAU, 2008b, p.33).

Outro ponto a ser colocado é que Foucault pensou a enunciação. Em vários momentos, deixou transparecer que através de sua observação chegou a algumas conclusões. Em *A Ordem do discurso* (FOUCAULT, 1996, p.15), sustenta que na Grécia Antiga a palavra verdadeira, aquela que é continuamente repetida por ser aceita, teria deixado de residir na enunciação dos sofistas para ficar no enunciado. Ela teria saído do ato ritualizado para o seu sentido, sua forma, seu objeto, sua relação e sua referência. Em mais uma reflexão, no mesmo livro, alega que seria pela enunciação que os indivíduos aderiam às doutrinas. Em *A arqueologia do saber*, a enunciação aparece como algo que se manifestaria por uma lei.

A enunciação é um acontecimento que não se repete; tem uma singularidade situada e datada que não se pode reduzir. Essa singularidade, entretanto, deixa passar um certo número de constantes - gramaticais, semânticas, lógicas - pelas quais se pode, neutralizando o momento da enunciação e as coordenadas que o individualizam, reconhecer a forma geral de uma frase, de uma significação, de uma proposição. O tempo e o lugar da enunciação, o suporte material que ela utiliza, tornam-se, então, indiferentes, pelo menos em grande parte: o que se destaca é uma forma indefinidamente repetível e que pode dar lugar às enunciações mais dispersas (FOUCAULT, 2007, p.114).

Como se vê, a enunciação em Foucault como acontecimento do dizer é algo não repetível, tal qual aparece em autores das teorias da enunciação. Porém, diferentemente de pensá-la através das marcas das categorias da pessoa, do tempo e do espaço; da inserção de locutores, alocutários e interlocutores; da instalação de tipologias discursivas (DUCROT, TODOROV, 2010, p.289); ele a projeta para além da materialidade do enunciado. Pensada em profundidade, a enunciação seria a expressão de uma forma, de uma identidade, que poderia ser repetida, ao limitar as “possibilidades de reinscrição e de transcrição (mas também limiares e limites)” (FOUCAULT, 2007, p.116) dos enunciados. Deste modo, a sua observação através da enunciabilidade, pode apontar as propriedades, com as quais o *corpus* se exprime, sendo progressivamente reiterado.

Faz-se o alerta de que, apesar de se iniciar a análise partir da fundação dos impressos e do programa televisivo, não se postula com isso que haveria aí a fundação de enunciados. Como acredita Foucault (2001) e está na base da análise de discurso francesa (MAINGUENEAU, 1997), estes decorrem sempre de algum já-dito, da

heterogeneidade. Por conseguinte, não caberia procurar o discurso fundador ou os enunciados primeiros da Folha, Veja e JN. À análise discursiva interessa verificar de quais dizeres se faz uso, mapeando se eles foram sendo ou não repetidos e como em cada manifestação, mesmo que não se recupere exatamente os sentidos possuídos no passado, adquirem uma espécie de alma própria.

Finalmente, os enunciados não foram simplesmente aceitos sem exame, acolhidos como verdadeiros simplesmente porque são justificados pela tradição, influência, desenvolvimento, evolução ou espírito. Em lugar disso, procurou-se realizar o inverso. Eles precisaram ser desalojados de forças obscuras que têm o hábito de interligar o discurso dos homens (FOUCAULT, 2007, p.24), fazendo-os reproduzir coisas sem se questionar. Intentou-se, por este motivo, tirar-lhe a roupagem com a qual se acostumou enxergá-los (VEYNE, 2009). Provavelmente, o material analisado seja muito mais visto como estando a serviço da publicidade ou como consequência da política editorial dos veículos, o que não se nega, embora seja proposto um outro tipo de argumentação.

3.1.1 A Folha de S. Paulo

O passado da Folha de S. Paulo ainda hoje é discretamente rememorado em sua primeira página, onde se lê “ano 93” e se veem abaixo do logotipo três estrelas, nas cores vermelha, azul e preta, que simbolizam as Folhas da Manhã, da Tarde e da Noite (MELO, 2006, p.187). Esse reforço permanente faz com que se volte ligeiramente às publicações até porque o jornal investigado comemora e contabiliza seu aniversário pela data de 19 de fevereiro 1921, dia que corresponde à fundação da primeira das Folhas, a Folha da Noite.

Este periódico, criado por Olival Costa, Pedro Cunha e outros, era dirigido a operários e possuía textos leves, curtos, pouco rebuscados. Ele circulava na capital paulista e o seu programa editorial o anunciava como “um jornal ‘incoerente’ e ‘oportunista’”, que podia mudar de ideia para ficar “ao lado do povo e da pátria” (PINTO, 2012, p.11). Apesar de ter sido mais um entre tantos em uma São Paulo que duplicava de tamanho, obteve sucesso por se concentrar em notícias, em vez de artigos de opinião como era costume, e por circular ao entardecer, quando a população estava sedenta por novidades.

A segunda das Folhas surgiu quatro anos depois, em 1925, também pelas mãos de Olival Costa e Pedro Cunha, em fase de prosperidade nos negócios. Foi a Folha da Manhã, concorrente direta de O Estado de S. Paulo, voltada a profissionais liberais, comerciantes e pequenos proprietários (PIRES, 2007). Apesar de mais sóbria do ponto de vista de seu tratamento gráfico e textual, por causa do público a que se dirigia, assemelhava-se pelo menos em seu início à Folha da Noite. Depois, o matutino passaria a ser mais sisudo e o vespertino mais popular, o que era constatado, por exemplo, nas letras garrafais da capa e da contracapa deste (PINTO, 2012, p.25).

Insere-se o adendo de que o período de fundação dos dois periódicos ocorre em meio ao estabelecimento de conglomerados de mídias no país. Embora o mais expressivo tenha sido os Diários Associados de Assis Chateaubriand, a empresa Folha da Manhã S.A também estava buscando uma inserção crescente junto ao público. Para alguns estudiosos do jornalismo brasileiro, como Barbosa (2007a, p.82), a década de 1920 teria moldado algumas premissas fundamentais da profissão, dentre elas a mítica da vocação, do amor à profissão e da necessidade de informar com isenção, longe dos arroubos políticos momentâneos.

A terceira das Folhas, a Folha da Tarde²⁵²⁶ apareceu posteriormente a essa evolução em 1949. Prometia ser um jornal leve, modesto e local, sem abandonar o noticiário internacional e do interior. O novo produto foi bem aceito e atingiu uma circulação de 150 mil exemplares em três meses. Todavia, esse número não representava muito em termos comerciais, pois seus compradores não eram novos leitores, mas pessoas que haviam deixado de adquirir as outras Folhas (PINTO, 2012, p.35).

A esse despeito, os jornais, que tinham trocado de proprietários duas vezes até aqui, estavam em franca expansão sob o comando de José Nabantino Ramos. Este foi uma figura ímpar por ter sido o precursor de medidas de profissionalização inéditas entre 1940 e 1950. Com o *Programa de ação das Folhas*, estabeleceu disposições administrativas e gerenciais à empresa, que incluíam a contratação somente por concursos, a implantação de avaliação interna, a premiação por desempenho e o

²⁵ Um jornal da mesma empresa com este nome havia transitado na segunda metade de 1924, quando a Folha da Manhã, em meio a prejuízos políticos e financeiros, acarretados em grande parte pela Revolta Tenentista, fora proibida (PINTO, 2012).

²⁶ Mesmo depois da unificação das Folhas, a Folha da Tarde voltaria a circular em 1967 para fazer frente ao Jornal da Tarde. A diretriz era “reportar a efervescência cultural e as manifestações estudantis a pleno vapor”. No entanto, esse propósito foi logo alterado com o AI-5 em 1968 com o jornal passando a ser colaborador do Estado (KUSHNIR, 2001).

controle de erros de informação (Ibid., p.31). De acordo com Arruda (2007, p.51), o programa, criado depois de longos debates e reflexões de grupo, definia a filosofia de trabalho dos jornais e ainda tratava como eles deveriam se portar frente ao Estado e às questões sociais.

As reformas editoriais seguiriam até o país entrar em uma fase de instabilidade econômica na transição do governo federal de Juscelino Kubitschek para o de Jânio Quadros, quando modificações, que resultaram na Folha de S. Paulo, foram promovidas para sanar os altos custos da empresa:

Sem conseguir equilibrar as finanças, Nabantino decidiu, em 1960, unificar os três títulos diferentes sob o nome *Folha de S. Paulo*. O novo jornal circulava em três edições, nos mesmos horários e dias da semana da *Folha da Manhã*, *Folha da Tarde* e *Folha da Noite*. Assim, a primeira edição, pronta na madrugada, não circulava às segundas e feriados; a segunda, do meio da manhã, não saía aos domingos e feriados; e a terceira vespertina, não era publicada nos finais de semana e feriados (PINTO, 2012, p.39).

No último dia de circulação, as Folhas da Manhã e da Noite²⁷ colocaram aos leitores o que estava ocorrendo, em uma demonstração de que os primeiros dizeres sobre a Folha de S. Paulo começaram fora dela, na transição dos periódicos que a originaram. Na primeira página da Folha da Manhã, lia-se em negrito, impresso logo abaixo das informações resumidas da principal notícia do dia, o aviso “Aos nossos amigos”, que informava sobre o fim do impresso. O texto dirigia-se principalmente a saudar os que contribuíam à manutenção do jornal com a informação de que era a última vez que se veria o nome Folha da Manhã.

Em seu último número de 1959, que é também o derradeiro a circular com o nome FOLHA DA MANHÃ, a FOLHA DE S. PAULO - 1ª edição apresenta aos assinantes, leitores, anunciantes, agências de publicidade e de informações a cordial saudação de seus diretores, redatores, gráficos e funcionários em geral, que a todos eles desejam um feliz ANO NOVO (FOLHA DA MANHÃ, 31/12/1959)²⁸.

Ainda na mesma edição, o anúncio na página 3 (**Figura 1 - Anexo**) “Mudança que não altera nossa linha de conduta” era a única menção nas folhas internas de que algo estava em andamento. No reclame, explicava-se que a Folha de S. Paulo viria em

²⁷ A Folha da Tarde ainda não foi digitalizada, por isso não se pôde acompanhá-la. Essa informação foi retirada de: < <http://www1.folha.uol.com.br/folha90anos/878556-acervo-da-folha-estreia-com-10-mil-acessos-por-segundo.shtml>>. Acesso em: 8 jul.2013.

²⁸ Para diferenciar as citações das fontes primárias do referencial teórico, decidiu-se pôr em itálico os trechos das primeiras.

três edições. A redação privilegiava a visão de que os jornais já eram “unificados por um noticiário geral básico e por uma linha de conduta que se traduz em imparcialidade na informação e independência na opinião” (FOLHA DA MANHÃ, 31/12/1959).

Na explicação, a 1ª edição se concentraria nos assuntos de política e economia, a 2ª edição conservaria “o noticiário variado e de caráter humano da Folha da Tarde” e a 3ª edição levaria ao leitor as últimas informações do dia. O *slogan* da Folha de S. Paulo, “Um jornal a serviço do Brasil”, o mesmo até hoje, aparecia com destaque.

A Folha da Noite vinha com o mesmo aviso descrito na Folha da Manhã. Mas não continha o anúncio com descrições da Folha de S. Paulo. Em seu lugar, aparecia na contracapa um box, ao lado do logotipo, sem título:

Muitos jornais no mundo tiram mais de uma edição por dia, mas todas com um mesmo nome. Por este motivo é que a ‘Folha da Manhã’, a ‘Folha da Tarde’ e a ‘Folha da Noite’, que na realidade constituem um único jornal, vão chamar-se respectivamente 1ª, 2ª e 3ª edição da Folha de S. Paulo (FOLHA DA NOITE, 31/12/1959).

O texto foi escrito quase uma justificativa da mudança em andamento nas Folhas. Nele, argumenta-se que o surgimento da Folha de S. Paulo seguia os preceitos de periódicos de fora do país, muito embora não sejam apresentados quais tenham servido de modelo. Novamente, não há na edição uma reportagem ou um editorial, com mais informações sobre a unificação das publicações. Como isso talvez pudesse ter aparecido nos dias precedentes, resolveu-se folhear as antepenúltimas e últimas edições das Folhas da Manhã e da Noite.

O que se encontrou no dia 30 na Folha da Manhã foi um aviso curto, em negrito e com fonte diferente do corpo padrão do jornal, informando aos acionistas e aos anunciantes que as obrigações assumidas previamente seriam mantidas. Ainda se viu os mesmos dizeres da citação direta reproduzida no penúltimo parágrafo serem replicados em algumas das páginas. No dia 29, não foi encontrada nenhuma referência à alteração promovida. Passando à Folha da Noite, nela, no dia 29, novamente apareceu em capa e contracapa a mesma citação colocada acima. No dia 30, mais uma vez, apareceu o anúncio da **Figura 1 - Anexo**.

Desta maneira, o encerramento das três Folhas foi feito sem tanto alarde. Preferiu-se dar poucas justificativas às ações e, quando essas existiram, a opção foi se concentrar em informações essenciais, de caráter prático. Talvez não se tenha dito mais porque se quisesse mostrar que a mudança em curso não seria muito grande, não

acarretaria muitas alterações. A troca de nome, algo complicado nos dias de hoje para marcas reconhecidas, não só ocorreu como esse processo aparentemente não despendeu muitos esforços à projeção de uma nova definição ao periódico que sairia às bancas.

A Folha de S. Paulo propriamente dita começou a circular em 1º de janeiro de 1960. Sua primeira página (**Figura 2 - Anexo**) vinha com a manchete “Deter a inflação, o objetivo do Governo no ano que começa”. Ainda na capa, na primeira coluna à esquerda, em “Nesta edição”, colocava-se um trecho do editorial, cuja temática era o jornal, em uma demonstração de que ele falava de si em seu primeiro número. No mesmo número, abaixo do novo logotipo era impresso o nome Folha da Manhã e o horário de sua edição. No que concerne à identidade gráfica, o padrão é praticamente idêntico ao utilizado anteriormente.

Indo-se ao editorial, verifica-se a sua clara intenção de confirmar ao leitor que o conteúdo em suas mãos não se descolava das três Folhas precedentes. Nele, era reforçado o que havia sido construído até então, minimizando-se os possíveis efeitos negativos advindos da unificação, como se comprova no título “Um só nome para nossos três jornais” e no texto daí desenvolvido, no qual não só é destacado que todos logo se habituarão a nova nomeação como é afirmado que o produto continuará tendo as mesmas características anteriores. Contribuindo para evitar uma possível recusa dos leitores, argumentava-se que a passagem para apenas um periódico era esperada, sendo parte de um processo planejado com antecipação, embora, como visto, ele não tenha sido divulgado no dia anterior, nem tenha aparecido nos dias 29 e 30 de setembro:

Da grande aproximação que o tempo veio operando nos três jornais, surgiu naturalmente a unificação de nomes, que hoje se efetiva, com a adoção do nome FOLHA DE SÃO PAULO, autorizada pela Assembleia Geral Extraordinária dos Acionistas da empresa, de 28 de setembro último (FOLHA DE S. PAULO, 01/01/1960).

Na mesma oportunidade a Folha de S. Paulo se descrevia pouco. Dizia ser somente um noticiário geral básico. Um ponto desde aí defendido é que, a despeito de seu nome fazer referência ao estado de São Paulo, ela não pretendia se concentrar em regionalismos. O seu *slogan* “Um jornal a serviço do Brasil” seria exatamente uma maneira de comprovar o seu interesse em defender os interesses do Estado e do país.

Algo que salta aos olhos é que o editorial não abre espaço para apresentar o que será mantido no jornal, nem são trazidas informações sobre o passado das Folhas. Prefere-se agradecer aos leitores, anunciantes e publicitários, “aos quais tudo devemos”,

pelo apoio e por terem rapidamente aprendido, sem revelar como isso se deu, as mudanças que permitiram à Folha prosseguir com entusiasmo. Ao fim, são desejados votos de prosperidade e felicidade no Ano Novo.

A título de curiosidade, na próxima edição disponível, do domingo 3 de janeiro de 1960, a única coisa trazida sobre a unificação são aqueles dizeres, já relatados, que punham-na como seguidora do jornalismo internacional.

Os editoriais coletados a partir daí vêm com opiniões do jornal sobre assuntos políticos, em geral, tratados de forma crítica. Desde esse momento, o gênero já funcionava, como propõe Melo (1992, p.22), para trazer como a empresa se articulava para responder às questões colocadas pela conjuntura política e econômica do país, o que é demonstrado em posições sobre a votação de jeton na Assembleia (FOLHA DE S. PAULO, 31/12/1960) e na análise das melhorias e dificuldades brasileiras (FOLHA DE S. PAULO, 01/01/1961). Mesmo colocando como a Folha pensava áreas decisivas à federação, esses textos dificilmente continham enunciados sobre o jornalismo. Por isso, para verificar se esse assunto aparecia, as primeiras páginas dos jornais continuaram a ser acompanhadas.

Devido a uma situação financeira difícil, quase dois anos após ter virado Folha de S. Paulo, em 31 de dezembro de 1961, o jornal deixou de ter três edições para ficar com uma só tiragem. No editorial, nada foi colocado sobre isso. Ficou-se sabendo da resolução por um aviso publicado na primeira página. Nele, explicava-se, dentre outras coisas, que o título do diário teria sempre letra preta e que a edição de cada dia abrangeria o período entre a meia noite e o final da tarde do dia posterior. As notícias que acontecessem nos espaços aí compreendidos poderiam ser incorporadas com pausas nas rotativas para o seu acréscimo em novas tiragens.

Para que o leitor pudesse identificar os exemplares adquiridos, a primeira página ganhou estrelas indicativas. A estrela vermelha indicava as edições impressas na madrugada, consumidas tanto por assinantes quanto por consumidores avulsos e voltadas à capital, aos Estados e ao interior; a de cor azul marcariam aquelas rodadas à tarde, destinadas somente para vendas avulsas; e a preta viria no caderno Folha Ilustrada e nos suplementos²⁹. As notícias que chegassem à redação depois do início da impressão ganhavam uma estrelinha e seriam colocadas no caderno Assuntos Diversos. Com essas reformulações, a Folha argumentava que dava o último passo para tornar-se

²⁹ Como se viu, as estrelas depois ganharam uma conotação rememorativa.

efetivamente um único periódico. A acolhida dos leitores e anunciantes, mais uma vez, era um aspecto importante:

Foram e são providenciadas para unificar na tiragem o que já estava unido no nome e na orientação do trabalho jornalístico. Os leitores e anunciantes, que acolheram tão bem a primeira modificação, por certo acolherão da mesma maneira a de agora. Uma e outra se enquadram a elaboração da FOLHA DE SÃO PAULO no sistema seguido por grandes jornais do mundo (FOLHA DE S.PAULO, 31/12/1961).

A fim de verificar se a mudança havia sido anunciada, voltou-se ao dia anterior de sua implantação. Porém, embora não se tenha trazido nada sobre isso, três manifestações enunciativas puderam ser recolhidas nesta data por mostrarem como a Folha estava se valorizando e, mesmo de forma insipiente, dando visibilidade a como funcionava, o que a aproximava de seu público. A primeira manifestação veio em um box na primeira página, cujo texto sem estar totalmente visível comemorava a circulação de 132.274 exemplares e 449.731 leitores aos domingos.

A segunda era uma chamada, em uma página interna, para quem quisesse conhecer o periódico. De acordo com o que se lê, o leitor poderia “ver como se faz a FOLHA DE S. PAULO, inscrevendo-se de véspera”. Para isso, precisava fazer uma ligação e marcar visita de segunda a sexta-feira nos horários de 19 e 20 horas “a sua escolha”. A terceira manifestação foi encontrada no espaço dedicado ao colunismo social no esclarecimento de que nada era cobrado pelas informações aí trazidas. Ao contrário, a Folha “ficará agradecida se receber informações de eventuais abusos praticados em seu nome”. Essa não era a primeira vez que pedia a colaboração do leitor. Anos atrás, por exemplo, a Folha da Noite anunciava um número para o envio de conteúdos por “repórteres amadores”, que poderiam até receber dinheiro pelas informações repassadas, como foi visto em aviso de 31 de dezembro de 1959.

Em agosto de 1962, outra mudança ocorreu na Folha de S. Paulo. Ela foi vendida a Octavio Frias de Oliveira e Carlos Caldeira. Em pouco tempo, este largou a sociedade e Frias, sobrenome até hoje no controle da empresa, concentrou-se na tarefa de, nos primeiros anos, promover uma reforma operacional e modernizar o parque gráfico (CONTI, 1999, p. 314). Ações que teriam funcionado muito bem, pois, como apontam Albuquerque & Holzbach (2008), daí em diante a empresa cresceu, inclusive com a sua expansão para outros segmentos, como a indústria gráfica e o setor educacional.

O periódico, ao completar um ano com o novo proprietário, comemorou a data com um texto publicado abaixo do editorial principal. Em “Mais um aniversário”, apesar de suas palavras estarem um pouco apagadas, defendiam-se a objetividade, independência, a possibilidade de opinar, a livre empresa e a democracia, todos valores que diziam respeito ao jornalismo e ao seu relacionamento com a sociedade. O tom do que se lê é de uma virulência nunca observada até esse momento, muito provavelmente ela apareceu porque se desejava atingir os dirigentes dos negócios públicos, constantes alvos dos editoriais, e, mais ainda, porque a publicação queria reforçar a si mesma. No último parágrafo, pode ser lido:

Para o triunfo dessa orientação serena e prudente, que tornou a FOLHA o jornal mais lido de São Paulo e quiçá do Brasil – muito devemos a quantos já trabalharam e trabalham neste jornal. E particularmente aos leitores, publicitários e anunciantes, sem cujo apoio a nossa luta teria sido inútil. A todos os nossos melhores e mais vivos agradecimentos. Tão esplêndida cooperação mais e mais nos obriga (?) um jornal sempre melhor do que foi no passado (FOLHA DE S. PAULO, 19/02/1962)³⁰.

A Folha reconhecia o sucesso de suas vendas, atrelando-o principalmente a si mesma, ao triunfo de sua orientação abstratamente caracterizada, sem que nenhum comportamento fosse rememorado como prova disso, como serena e prudente. Aqueles que contribuíam com ela, como publicitários e anunciantes dificilmente iguais na atualidade aos leitores, foram lembrados. A todos se agradecia pela cooperação. Em contrapartida, o jornal assumia a obrigação de ser sempre melhor, indicando uma certa insatisfação com o seu passado e inserindo como meta a sua melhoria e continuidade.

Em 1º de janeiro de 1963 muito do que foi mostrado no parágrafo anterior retornava. Na primeira página vinha em um box o texto “Agradecimentos e votos”, o qual iniciava o primeiro período lembrando os mesmos colaboradores apontados no parágrafo anterior. No período seguinte, a argumentação era estendida com a afirmação de que os setores lembrados teriam permitido a iniciativa chegar ao fim de mais uma caminhada, “logrando triunfar sobre todas as dificuldades que em 1962 se antepuseram ao trabalho jornalístico”. Isso abriu espaço para fazer referência ao alto preço do papel, que, segundo era posto, acarretava consequências negativas aos leitores e até ao país:

Tendo em conta a elevada circulação comprovada deste jornal – de que muito nos orgulhamos, pois patenteia a insofismável preferência dos leitores – fácil é, entretanto, estimar o pesado ônus que vimos enfrentando. E isso,

³⁰ A interrogação indica trechos ilegíveis.

evidentemente, porque, (?) do dever de servir cada vez melhor ao país, conforme o nosso lema, não medimos esforços e sacrifícios para manter e aprimorar o padrão da Folha de S. Paulo: um jornal ao mesmo tempo ameno e sério, breve mas sem omissões, e múltiplo dentro da preocupação unilateral de informar, opinar e distrair (FOLHA DE S. PAULO, 01/01/1963).

Conforme se vê, os adjetivos “sereno” e “prudente” são trocados pelos sinônimos “ameno” e “sério”, que vêm acrescidos ainda por “breve” e “múltiplo”. A Folha mais uma vez indicava a vontade em se aprimorar. Ainda dizia ser otimista com o futuro do país e com as possibilidades de seu povo e encerrava reconhecendo os homens e a coletividade, a quem ela tanto devia, saudando-os “com efusividade e gratidão, fazendo votos para que neste novo ano continuem recebendo as bênçãos do Céu: saúde e paz, trabalho e prosperidade”.

Na entrada do ano seguinte, como estava virando praxe, são feitas saudações na primeira página em “No limiar do Ano Novo”. Em termos de tamanho, este texto é o que possui a maior quantidade de parágrafos e o que apresentou maior propensão em descrever o periódico na fase ora caracterizada. A sua abertura começa com desejos aos leitores, aos amigos e suas famílias de um 1964 muito feliz. A esses se agradece ao apoio e à compreensão pela luta de um “jornal independente”. Desde que Frias de Oliveira assumira o comando da Folha, parecia sempre haver motivos para se comemorar o andamento do periódico e destacar o seu crescimento. O editorial expunha as boas razões a serem festejadas, listando uma série de medidas ocorridas:

Apesar das muitas dificuldades que desafiam a imprensa livre, chegamos ao fim de 1963 com a justa sensação de dever cumprido. Nunca o jornal conseguira tão grande tiragem e tão maciça publicidade. Pode o ano findo ser mesmo considerado um marco na história da FOLHA DE S. PAULO, não só por aquelas realizações, mas também pela remodelação completa de sua frota, pelas medidas que visam à ampliação de suas instalações, pelo aumento da capacidade de produção de sua rotativa, pela criação de novas seções, pelo lançamento da FOLHINHA DE S. PAULO e do Suplemento Feminino, além das importantes modificações de ordem gráfica introduzidas em sua apresentação (FOLHA DE S. PAULO, 01/01/1964).

Além dessas novidades, outras ações eram destacadas, como o patrocínio de atividades estudantis e iniciativas como a conquista do apoio da Unesco. A Folha ainda vibrava por ter a maior circulação paga do país, 185 mil exemplares. A impressão é que, por ter alçado tudo isso, o periódico obteve mais confiança para se descrever. O leitor vinha inserido mais uma vez com importância:

É inestimável o que tal apoio significou e significa para a FOLHA, especialmente quando se tem em mira o seu objetivo de conservar-se sempre livre, opinando com imparcialidade e dando ao mesmo tempo ao leitor os melhores elementos de informação, para que cada um tire suas próprias conclusões. Esta última tarefa, que é das mais delicadas, permite que o leitor encontre, em seu jornal, o espírito de compreensão, que abre horizontes e favorece o entendimento entre os homens, e não o espírito cego do sectarismo (FOLHA DE S. PAULO, 01/01/1964).

Na conclusão, o agradecimento é reforçado e se faz votos de feliz Ano Novo, com “a certeza de que a FOLHA DE S. PAULO, sem estagnar nem dormir sobre os louros, se manterá fiel ao seu lema de independência e à dupla função a que se propôs, ser informativa e formativa. Assim caminhará ela, com a ajuda de Deus”. Desse modo, o periódico em constantes referências aos seus consumidores relaciona a independência ao seu lema, dá visibilidade a sua função de informar e formar, aquela já apontada como uma preocupação; e demonstra possuir uma religiosidade que a ajudaria.

Até 19 de fevereiro de 1965, portanto mais de um ano depois, nenhum outro texto descreverá o jornal. Não há mais agradecimentos nas primeiras páginas recolhidas e os editoriais seguem cumprindo com o que é esperado para eles. Em termos de escrita, esses se constituem em opiniões sobre as temáticas abordadas e, vez por outra, como recurso retórico de persuasão, conjugam os verbos na primeira pessoa do plural, a exemplo de “examinemos alguns deles” (FOLHA DE S. PAULO, 31/12/1964). Aí, o nós é um recurso de interatividade na linguagem, em que há interpelação do leitor a partir de uma voz enunciativa (MAINGUENEAU, 2004, p.128), que pouco contribui à descrição do veículo.

Pelo que foi trazido, de 1960 a 1965, embora a Folha tenha falado de si no editorial, os enunciados desse tipo vieram com menos intensidade do que o esperado no planejamento pensado ao recorte. Em compensação, ela criou oportunidades para o aparecimento desses dizeres na primeira página, um indicativo de que o diário considerava ser importante separar espaços, de destaque, para isso. No período, o jornal foi se caracterizando aos poucos. Infelizmente, talvez porque tenha trocado de proprietário algumas vezes e tivesse como *publisher* uma figura que não gostava de aparecer³¹, a Folha de S. Paulo, comparada a Veja e ao JN, é a que menos possui

³¹ A própria empresa o define como detentor de uma personalidade reservada. Ver: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/publi_folha/ult10037u351795.shtml>. Acesso em: 5 set. 2013.

depoimentos de ex-profissionais sobre essa primeira fase, ainda que tenha lançado livros pela sua editora Publifolha que contam a sua história.

Nos anos iniciais, o seu nome aparece burocraticamente em instruções, sem muitos detalhamentos, sobre a transição das três Folhas de nomes diferentes para apenas uma só Folha. A persistência com que reforçava ser a sucessão de outros jornais, observada logo no começo, foi sendo deixada de lado para dar espaço a afirmações genéricas, como as de que estava a serviço do Brasil e seguia o padrão internacional, que timidamente conectavam o impresso aos interesses brasileiros e ao jornalismo universal; e outras que explicitavam condicionamentos, como objetividade, independência, imparcialidade, vontade de opinar, ao seu trabalho jornalístico.

Depois de a família Frias estar em seu controle, o jornal passou a ser mais exibido, seja com números de sua tiragem, seja com a divulgação de algumas mudanças e de comemorações de seu crescimento, sempre colocado como consequência de seu triunfo após muita luta. Triunfo este que foi recorrentemente conectado a colaboradores, em particular, aos leitores. Um ponto a ser destacado é que jamais apareceu a preocupação de apresentar os bastidores do periódico ou de explicar o seu feitio. Até agora, o sentido de continuidade, colado ao periódico nesse começo, não foi perdido nem quando passou a anunciar medidas ao seu aprimoramento.

No período acompanhado, a Folha de S. Paulo variou as falas sobre si em enunciados que: 1) indicavam mudanças ocorridas; 2) incitavam equiparação ao jornalismo internacional; 3) descreviam características, lema, funções, objetivos e metas; 4) comemoravam seu trabalho e suas vitórias; 5) convocavam colaboradores na maioria das vezes para agradecê-los. A enunciabilidade foi, portanto, variada, sendo resultado praticamente em todos os casos de articulações em torno de um dos subconjuntos de enunciados acima.

Deve-se acrescentar que esses subconjuntos não devem ser encarados como a única possibilidade possível de agrupar os enunciados. Essa é a que parece reunir melhor a variedade como as manifestações encontradas apareceram. Logo abaixo, segue o **Quadro1** com o resumo das situações em que as falas ocorreram e de quais temas elas mobilizaram. Nele, estão apenas as situações restritas ao recorte.

Folha de S. Paulo - De 1º de janeiro de 1960 a 19 de fevereiro de 1965	
Situação de enunciabilidade	Topoi
Primeira edição do jornal	- Argumentação de que o jornal continua o mesmo
Alteração na tiragem	- Informações sobre a circulação e a impressão dos

	exemplares
1º Aniversário depois de Otávio Frias de Oliveira	- Defesa de valores liberais ao jornalismo - Promessa de melhoria - Reconhecimento de que a Folha estava no caminho certo
Chegada de 1963	- Dificuldade por causa do alto preço do papel - Reforço de que o periódico estava sendo aprimorado
Chegada de 1964	- Panorama de 1963, considerado um marco pelo crescimento (tiragem e publicidade) e investimento (aumento na frota de carros, medidas à ampliação das instalações físicas, novas seções e cadernos, modificação gráfica)

Quadro 1 – Primeiros cinco anos da Folha de S. Paulo

3.1.2 A Veja

Veja surge em meio à ampliação de títulos da Abril. Ela começou como uma tentativa de equiparar o jornalismo da editora ao que vinha acontecendo em países desenvolvidos, onde revistas semanais de informação com foco na interpretação dos fatos estavam tendo excelente retorno, algumas existiam há vários anos. Em 1968, a França tinha a *L'Express*, a Alemanha a *Der Spiegel* e os Estados Unidos a *Newsweek* e a *Time*. Todas essas redações foram visitadas pelos idealizadores do exemplar nacional, Roberto Civita, filho do fundador da editora Victor Civita, e Mino Carta, jornalista ítalo-brasileiro convidado a assumir a direção da publicação insurgente (CONTI, 1999, p.75).

Essa informação confirma que antes de o novo produto ser lançado, ele contou com um planejamento minucioso³², possivelmente decorrente das ambições nada modestas da revista. Para ter uma ideia, a sua estimativa inicial era vender entre 100 e 150 mil exemplares, algo mais do que razoável, considerando a sociedade brasileira à época e o fato de a sua circulação ser semanal, então uma novidade no país. Na edição de número um, essa quantidade não só foi atingida como as vendas ultrapassaram sete vezes as expectativas, alcançando 700 mil exemplares.

Talvez, influenciada por esse lançamento extraordinário, embora as edições seguintes tivessem tido queda abrupta na tiragem, as suas primeiras falas de si transmitiam sempre grandiosidade. As informações encontradas sobre o vídeo publicitário de lançamento³³ provam isso. Exibido nas principais emissoras televisivas,

³² A revista lançou treze edições experimentais antes de funcionar oficialmente. Cada uma, era uma edição completa com capa, textos, fotos e anúncios.

³³ Não há notícias de que esse vídeo tenha sido conservado.

ele continha nada menos que 15 minutos preenchidos em sua maioria por imagens de suas rotativas. Esse tempo era coberto por um texto em *off* que explicava a proposta da nova revista, reforçava a sua preparação para entrar em atividade e exaltava o seu pioneirismo. Além do vídeo da campanha, o mesmo ar de grandiosidade estava também nas primeiras Cartas ao Leitor e nas Cartas do Editor. Contudo, antes de apresentar como isso se dava, é importante explicar o que as distinguem.

A diferença essencial entre a Carta ao Leitor e a Carta do Editor é quem a assina. No primeiro caso, o diretor de redação e no segundo um dos proprietários da Abril, ocupante de um alto cargo. Isso, evidentemente, reverbera nos enunciados. Deve-se dizer que a princípio haveria na Carta do Editor a propensão de o discurso ser mais contundente em comparação aos textos que não levam a assinatura de um dos donos do veículo, já que o enunciador, primeiro nível enunciativo, implícito pelos narradores e locutores (FIORIN, 2010), mostra-se com mais facilidade. Outras características são que ela vem em geral em edições especiais, como a de aniversário ou de retrospectiva anual, ocupa uma página da revista e contém a fotografia de quem a redigiu. Possui, portanto, elevado caráter institucional.

Já as Cartas ao Leitor são em quantidade muito superior às Cartas do Editor, porque vêm publicadas como seção fixa da Veja, e estão conservadas desde o seu primeiro número em meia página ou página inteira, dependendo do *design* adotado nas diferentes fases da publicação. Fora isso, possuem alguma fotografia ou ilustração que remetem em sua maioria à própria revista, seja por colocar o retrato de um jornalista, seja por reproduzir a capa de uma edição anterior. Nelas, a assinatura quase nunca aparece. Nos primeiros anos, usam-se as iniciais do diretor ou redator-chefe, porém na década de 1980 até essas siglas são retiradas.

Na publicação norte-americana *Time*, fonte de inspiração declarada de Veja, o espaço da Carta ao Leitor/Carta do Editor é denominado de *Letter from the Publisher*³⁴. Entre as versões dos dois países, pode-se notar que, enquanto o modelo norte-americano referencia o “quem escreve” a sua variação à brasileira prefere o “para quem se escreve”, o leitor, o que aparentemente confere importância ao público. De acordo com Silva (2009), a nomeação do espaço faria remissão a Mino Carta, o que, adicionado a outros fatores, teria lhe retirado duas características essenciais, o peso opinativo e o posicionamento político.

³⁴ Informação retirada da própria Veja na Carta ao Leitor da edição nº 367, de 17/09/1973.

A primeira Carta, de 11 de setembro de 1968, é de Victor Civita. É uma Carta do Editor, veiculada nas páginas 20 e 21 (**Figura 3 - Anexo**), que, pela importância do que está enunciado, deve ser conhecida em detalhes. Ela aparece inserida ao lado de box com o organograma dos profissionais e foi publicada após várias páginas com notas de eventos culturais em arte, cinema, teatro, música. Não custa lembrar que esta edição trouxe polêmica, pois para muitos se estava fazendo apologia ao marxismo, ao trazer na capa a chamada para uma reportagem sobre “o grande duelo no mundo comunista”, ilustrada com duas mãos segurando uma foice e um martelo sobre um fundo vermelho.

No conteúdo, os planos da revista vêm assumidos sem constrangimento. A redação começa como uma carta comum em que se traz o leitor como destinatário. A abertura se dá com os seguintes dizeres: “onde quer que você esteja, na vastidão do território nacional, estará lendo estas linhas praticamente ao mesmo tempo em que todos os demais leitores do País. Pois VEJA quer ser a grande revista semanal de informação de todos os brasileiros”.

Estar em todo o Brasil com rapidez, com notícias sem regionalismos eram alguns dos principais objetivos da publicação. Esses podiam ser visualizados até no “complemento especial” da edição nº 1, um encarte com o mapa do Brasil com explicações de sua geografia e dados das distâncias rodoviárias entre algumas cidades de diferentes regiões. Certamente, ao mostrar a extensão do território, ele servia para que os leitores conhecessem o país, como era posto, mas também reconhecessem o feito de a publicação ser distribuída em todas elas. Tal era a conexão entre como a revista queria ser vista e o seu brinde que na apresentação deste, ela não deixava de frisar a que vinha e anunciava: “Veja reafirma seu propósito de mantê-lo bem informado”.

Retornando às falas de Victor Civita na primeira Carta do Editor, no segundo e terceiro parágrafos é feita uma retrospectiva da Abril, lembrando-se as publicações lançadas desde os primeiros anos da editora, que teriam aberto caminho para esta seguir investindo em novos títulos. Na sequência, trata-se do processo de escolha dos profissionais:

Agora nasce VEJA. Para fazê-la, selecionamos 100 entre 1800 candidatos universitários de todos os Estados e realizamos um inédito Curso Intensivo de Jornalismo. Ao término do Curso, com cinquenta desses moços e outros tantos jovens “veteranos” formamos a maior equipe redacional já reunida por uma revista brasileira. Enviamos editores e redatores para o exterior a fim de observar as principais revistas congêneres em ação. Abrimos ou ampliamos escritórios regionais em todas as grandes cidades do País e

montamos uma complexa rede de telecomunicações para mantê-los em contato constante com a redação em São Paulo (VEJA, 11/09/1968).

O texto segue com explicações. A cobertura internacional ocorreria com notícias de agências e de revistas de “prestígio” da França, Estados Unidos, Espanha, Itália, Alemanha. Além do mais, Veja pretendia contemplar temáticas, pouco tratadas no jornalismo nacional, como artes, negócios, ciência, tecnologia, educação, esporte, religião. De acordo com Civita, era disso que necessitaria o Brasil para tomar novos rumos.

O último parágrafo era dedicado a extensos agradecimentos. Na respectiva ordem, foram lembrados os leitores que há anos prestigiavam as publicações da Abril; os governantes, produtores e intelectuais que cobravam uma publicação do tipo; os jornalistas, pelo trabalho com dedicação e espírito profissional; os quase mil gráficos que participaram com “entusiasmo” do esquema de produção; os distribuidores, jornaleiros e transportadores por aceitarem o desafio de vencer as distâncias para fazer o semanário estar nas bancas às segundas-feiras; e as agências e anunciantes que compraram os espaços comerciais sem nem conhecerem o produto.

Antes da assinatura do remetente, reproduzida não com letras tipográficas, mas tal qual ela era desenhada pelo signatário, a finalização vinha: “Conscientes da responsabilidade assumida ao editar VEJA, dedicamos a revista a todas essas pessoas. Ao Brasil de hoje e de amanhã”. Logo abaixo, uma grande foto em preto-e-branco ocupava quase metade de uma das páginas. Nela, de pé, postados lado a lado e em fileiras, são vistos homens engravatados e umas poucas mulheres, igualmente vestidas com formalidade, todos invariavelmente jovens, com a tez séria. Lá atrás, ocupando o cenário, estavam máquinas rotativas. Embora falte legenda, não é difícil saber que esses são os profissionais de Veja, contemplados por esta imagem e pelo pronome nós do último período do texto de abertura.

O que veio depois desse lançamento, em certo sentido, fenomenal parecia à época ser a história de uma derrocada sem tamanho. Semana a semana, Veja diminuía suas vendas, cavando prejuízos inestimáveis. Não fossem as histórias em quadrinhos do Pato Donald, que sustentavam a editora, e a determinação em continuar investindo na publicação, ela não teria sobrevivido mais do que alguns meses. Como há no institucional de 50 anos da Abril, “VEJA demorou para chegar na receita certa e quase

fechou”³⁵. De acordo com Villalta (2002), Mino Carta credita o desastre inicial aos leitores, desacostumados com a grande quantidade de páginas de textos interpretativos, e à fase de inquietação nacional e internacional.

Com a morte de Roberto Civita, em 2013, o colunista da Veja.com, Ricardo Setti, disponibilizou sete vídeos³⁶, pertencentes a uma única entrevista concedida pelo referido Editor em 2007, quando a publicação estava completando 40 anos. A gravação na qual seu início é rememorado merece ser lembrada porque indica que se queria fazê-la, a todo custo, dar certo:

Na primeira capa de Veja, eu nunca vou esquecer, foi uma capa histórica por várias razões. Nós estávamos em pleno governo militar, isso era setembro de 1968. Mas ainda não tinha ficado, vamos dizer, um governo militar feroz. Era ainda um governo militar permissivo, era a primeira fase. E nós nascemos sem saber que viria a outra fase logo a seguir. Então, fizemos uma capa que achávamos que chamaria a atenção, que tinha a foice e o martelo na capa. E estávamos falando do que parecia ser naquele momento o desmoronamento, o parcial, do império comunista que até então tinha sido hegemônico num pedaço do planeta. Fizemos uma fantástica campanha de lançamento, mais fantástica. Montamos uma rede nacional de televisão pra mostrar a revista nascendo na gráfica. Os primeiros exemplares saindo, o comercial contando o que era a revista. E vendemos, imprimimos, 700 mil exemplares. 700 mil exemplares que naquele momento era uma loucura. E esgotamos os 700 mil exemplares, vendemos tudo! Só que as pessoas não gostaram da revista, não gostaram, não estavam preparadas praquela revista. Tinha muito texto, pouca foto e não pegou. Portanto nas semanas que se seguiram, a gente foi perdendo venda, mas perdendo venda assim: 100 mil, 200 mil exemplares por semana de perda, estava caindo assim (gesto de queda abrupta). E nós estávamos muito aflitos com isso. Alguém veio me visitar e me disse: - Escute, é simples. Você aumenta o tamanho da revista, põe mulher na capa, põe foto de mulher bonita, vai vender. Ou seja, queriam que transformássemos Veja em Manchete. Eu disse: - Não. A revista está certa. É que os leitores ainda não perceberam que esta é a revista que eles querem. E acabamos acertando ao longo de cinco, seis anos. Mas acertamos. (Roberto Civita – Entrevista Veja Online)³⁷.

Talvez, para familiarizar os leitores com a nova revista, as semanas seguintes ao lançamento possuam tantos enunciados aparentemente preocupados em elucidar como ela funcionava, em lecionar ao público o que este deveria esperar do bom jornalismo (**Quadro 2**). Para quem somente conhece seu estilo nas últimas duas décadas, é surpreendente ver a abertura conferida às explicações sobre o seu funcionamento. Essas duraram até 1969. Os enunciados vieram em edições diferentes e não repetiam as

³⁵ Ver: <<http://www.abril.com.br/institucional/50anos/veja.html>>. Acesso em: 1 ago.2013.

³⁶ O link para os vídeos é: <<http://veja.abril.com.br/blog/ricardo-setti/tag/roberto-civita/>>. O acesso ocorreu em: 18 jul.2013.

³⁷ Conteúdo disponível em: < <http://veja.abril.com.br/multimedia/video/a-primeira-capade-veja>>. Acesso em: 17 jul. 2013.

mesmas explicações. Vistos reunidos, eles parecem ser um passo a passo da revista semanal. Fala-se tanto da preparação do conteúdo quanto dos profissionais que o realizam.

Quadro 2 – Veja explica como é feita
25/09/1968 – “Como nasce uma matéria de Veja? Quanta gente participa de sua realização? De onde vêm as informações? Quem escreve o quê?”. 02/10/1968 – “Pegue mais oitenta repórteres e fotógrafos fazendo o mesmo tipo de trabalho em todos os cantos do País, acrescente os levantamentos de 23 pesquisadores, filtre tudo isso através de 26 redatores e você tem em suas mãos mais uma edição da Veja”. 05/02/1969 – “O primeiro característico de um semanário de informação é a departamentalização das informações – isto é, a divisão das informações, de acordo com o conteúdo de cada uma, pelas seções que compõem a revista. Trazida por um repórter ou pelo telex, a notícia é imediatamente classificada e entregue ao responsável pela seção a que ela pertence, ou seja, ao especialista no assunto, ao Editor. Começa então, para esse jornalista, o desafio: capturar o significado mais profundo da informação, definir o quanto ela possa ter de sintomático, alcançar, enfim, o seu coração”. 05/03/1969 – “Na linguagem das redações, “furo” significa chegar antes dos concorrentes, noticiar em primeira mão. É um furo na consciência de quem não sentiu ou deixou escapar a notícia”. 19/03/1969 – “A nossa primeira preocupação é esta: encontrar o tom, o ritmo, o encadeamento mais exatos, para transmitir uma informação, uma ideia ou toda uma linha de pensamento – e assim expor os fatos e explicar as suas razões”.

Quadro 2 – Veja explica como é feita

Conforme se verifica, para se sobressair, são apresentadas não somente perguntas retóricas concernentes à sua execução, com o destaque à alta quantidade de profissionais envolvidos na sua produção, como se coloca os repórteres na posição central de toda a engrenagem. Um vocabulário específico, a exemplo de furo e matéria, é utilizado. Além do mais, para que as informações sejam exatas, profundas, o trabalho aparenta ser árduo. Tudo seria feito para atender aos interesses do leitor, permitindo-lhe benefícios pessoais, como ganhos nos estudos e na carreira. Para Bertasso (2012, p.8), a denominação da revista com um verbo no imperativo dava a ela, de saída, um caráter de autoridade.

Feita a observação de como o semanário foi lançado e de como em seus dois primeiros anos ele investiu na explicação de si mesmo, retoma-se o recorte estabelecido às Cartas. Retrocede-se, portanto, a 25 de setembro de 1968. Neste dia, foi trazida a rotina da revista. Na terça-feira, o diretor, cinco editores, o secretário de redação e o chefe do departamento de documentação se reuniam para escolher, entre centenas, 40 ou

50 matérias de interesse ao leitor. O encontro terminava ao meio dia com uma pauta preliminar, que era encaminhada aos redatores. A partir daí, as equipes entravam em ação e, até o fim de semana, entrevistas, estatísticas, desenhos e fotos eram encaminhados aos editores e ao diretor da redação. O processo era ilustrado, contando como uma matéria sobre Portugal sem Salazar, que teria sido a da capa, não fosse um evento inesperado, tinha sido realizada com pesquisas nos arquivos, envio de telegramas e até viagem à Europa. A Carta era encerrada com a informação de que todo o material produzido era rodado entre o sábado à noite e a madrugada do domingo. Segunda-feira, ele estava nas bancas.

Na edição de Natal, de 25 de dezembro de 1968, prometia-se que “VEJA procurará cumprir a sua parte, informando com precisão, rapidez, imparcialidade e entusiasmo”. Meses depois, em seu primeiro aniversário, em um texto de Victor Civita, de 10 de setembro de 1969, foi feito um balanço do tempo transcorrido. Alguns aspectos, como o reforço de que a equipe redacional era jovem, o trabalho de distribuição era uma missão complexa e o argumento de que o país precisava superar os regionalismos, variando os assuntos de sua cobertura, viam-se repetidos. Ao final, era afirmado, com citação direta ao publicado no primeiro número, que o único objetivo do semanário era deixar o Brasil bem informado.

Nas Cartas ao Leitor que se seguiram, fala-se menos da Veja, mas em compensação o espaço adquire homogeneidade em sua textualidade. A escolha da capa e a informação de qual repórter executou as matérias são, por exemplo, tópicos recorrentes. De vez em quando, escapam considerações do jornalismo ou de como a revista encarava a sua atuação. É o que se vê em 19 de setembro de 1969 quando se afirma que a troca de uma capa planejada por outra acontecia para ela manter-se fiel aos propósitos de ficar em sintonia com os acontecimentos recentes. Mais uma ocorrência apareceu em 31 de dezembro do mesmo ano quando se coloca que o jornalismo trabalhava para trazer detalhes infinitesimais dos fatos.

Em algumas ocasiões, o jornalista foi explicitado. Isso ocorreu por diferentes razões. Para explicar o porquê da escolha de um repórter para realizar uma cobertura (VEJA, 02/09/1970), para trazer considerações sobre alguma entrevista feita (VEJA, 09/09/1970) ou para mostrar que este profissional sugeria assuntos a serem abordados (VEJA, 23/09/1970). A visibilização deste profissional se dava quando ele estava envolvido em algo que fugia ao comum, o que poderia contemplar desde uma curiosidade, como a escalada de um jornalista para fazer uma reportagem sobre o Censo

porque este trabalhara como recenseador, até o reconhecimento por algum trabalho executado.

Com pouco mais de dois anos, a publicação, em 30 de dezembro de 1970, sentia-se apta a fazer afirmações contundentes de si. Após ter sido a primeira a anunciar vários acontecimentos, acreditava haver alcançado uma alta posição no jornalismo. “Essa capacidade de pressentir e de antecipar-se aos fatos foi uma das razões, talvez a principal, do sucesso de VEJA, que em 1970 se firmou definitivamente como a revista brasileira de informação”.

Nos seus três anos, em 8 de setembro de 1971, a Carta ao Leitor vinha assinada pelas iniciais de Mino Carta, M.C., como seria padrão por vários anos. No texto longo, redigido de forma pessoal, realçava-se que a obrigação do jornalista era comunicar, oferecendo ao leitor a informação pontuada em todos os seus significados, o que ocorria em parte relacionando-se causas e antecipando-se desenvolvimentos. Feita essa introdução, o diretor de redação contava que o convite de trabalhar no semanário pareceu-lhe uma oportunidade única:

Logo, ao ser lançada exatamente há três anos, VEJA revelou-se uma tarefa muito mais importante do que supunham mesmo aqueles, entre nós, que vinham de longos anos de profissão. E enquanto ensaiávamos penosamente um estilo original e adequado ao público que pretendíamos atingir, mais penosamente ainda procurávamos cobrir a distância que separa um jornalismo satisfeito com a simples descrição dos fatos de um jornalismo voltado para as razões e as consequências desses fatos (...). Hoje sabemos o que VEJA é e o que dela queremos: descobrimos a nossa receita e se, de quando em quando, não podemos usar todos os temperos, mesmo assim mantemos um cardápio variado, capaz de agradar a diversos paladares (VEJA, 08/09/1971).

As explicações foram continuadas com uma reportagem especial sobre o Brasil, realizada com o investimento em três meses de trabalho. Ao fim, Mino Carta afirmava que a objetividade não era uma característica humana, como outras vezes também o diria, e que se orgulhava pela certeza de que Veja era acima de tudo honesta. No mesmo mês, o semanário contou sobre a escolha por unanimidade da capa de uma edição (VEJA, 22/09/1971) e explicou como agiu em coberturas de assuntos espinhosos, como os acontecimentos na República Popular da China (VEJA, 29/09/1971).

O ano seguinte começou com novidades com o lançamento de um espaço dedicado a informações de economia. “A nova seção do caderno (página 76) pretende orientar as decisões dos leitores relacionando dados a respeito de três elementos essenciais do investimento: a segurança, a liquidez e a rentabilidade” (VEJA,

05/01/1972). O envio de um jornalista com urgência para fazer a cobertura da tragédia das Olimpíadas de Munique também foi colocado como algo importante (VEJA, 13/09/1972). Ainda em 1972, demonstrou ter dificuldades para a realização de uma reportagem sobre a construção da barragem de Sete Quedas, porque em Buenos Aires consideravam-na um órgão oficioso do governo brasileiro, ao que retruca:

VEJA tem certeza de não ser um órgão oficioso do governo brasileiro, nem conhece outro jornal ou revista que no Brasil envergue a definição. E, na verdade, para os profissionais honrados, nada é mais temido, em qualquer lugar e em qualquer tempo, do que a tentativa de um governo de transformar a opinião pública na solícita plateia disposta a somente aplaudir o espetáculo que ele próprio dirige (VEJA, 27/09/1972).

Nos seus quatro anos também foi lançada uma edição comemorativa. Foi encartado um especial, cuja capa trazia o desenho de um olho - símbolo com o qual a revista ficou marcada por ser utilizado em campanhas publicitárias - ampliado por uma lupa, tendo por trás várias estrelas em tamanho pequeno. No canto, vinha a chamada “Uma história de Veja: reflexões de um dia de aniversário”. Como na edição semanal, este exemplar possuía Carta ao Leitor e reportagens. A diferença é que o assunto principal em todas as páginas era a própria revista, definida e reafirmada como uma iniciativa que, a despeito das dificuldades para ser levada às bancas, possuía uma proposta diferenciada. Não apenas isso, ela possuía compromissos, que estavam sendo cumpridos.

Na Carta ao Leitor (**Figura 4 – Anexo**), Mino Carta explicava que um semanário de informação “conta os fatos, explica-lhe os porquês e relaciona-os com o passado para desenhar, com razoável grau de aproximação, o perfil do futuro” (VEJA, EDIÇÃO ESPECIAL 1972). A isso o diretor inseria alguns dos objetivos da publicação. A ela:

Basta-lhe servir informação correta e completa a um bom número de terráqueos – e completa não quer dizer minuciosa escritura pública, mas pousada numa perspectiva que permita diagnosticar as causas dos acontecimentos e estudar os seus possíveis desenvolvimentos. Quanto à correção, isto significa que se garante informação honesta, sem a mais leve pretensão de objetividade, uma qualidade que em outras publicações costumam atribuir-se, como se estivessem levitando entre o céu e a terra, acima do bem e do mal. VEJA deixa a objetividade para as máquinas bem azeitadas e melhor programadas, irremediavelmente e humildemente certa de que o jornalista, um homem comum, exprime a si mesmo até na hora de colocar a mais recatada das vírgulas (VEJA, EDIÇÃO ESPECIAL, 1972).

Os demais textos do especial se dividiam entre narrar como o material jornalístico era executado e argumentar sobre a escolha de seu posicionamento. No primeiro deles, há descrições de bastidores em uma escrita executada como a de um diário, com verbos em primeira pessoa, e marcas de oralidade com traços de humor, como se vê nos intertítulos “O Chefão”, “Entro-às-8h-e-saio-às-18h”, “Temos capa”. Para a sua elaboração foram acompanhados 17 profissionais por seis dias para mostrar os processos de produção, de redação e de escolha da capa.

No segundo texto, “Uma batalha por uma revista”, de um modo inédito, os altos custos para o seu lançamento, com suposições sobre o fracasso inicial foram abordados. Também foi colocado como ela conseguira se recuperar do insucesso. A sua ascensão teria ocorrido em parte com a inclusão de novas seções, como as páginas amarelas e a coluna de Millôr Fernandes, o lançamento de coleções, como a saga do homem à Lua, e a introdução de temas políticos, como a sucessão presidencial. Outra parte da volta por cima se deveria aos jornalistas, que perceberam que a eles não adiantaria a genialidade na escrita se não se tornassem “pessoas com fontes de informação seguras”.

No texto final do Especial de 1972, Veja, embora garantisse ter desenvolvido características exclusivas para atender aos brasileiros, assumia ter como espelho a norte-americana *Time*. Como nunca fizera antes, dispunha em tópicos, talvez como demonstração dos conhecimentos adquiridos e da estabilidade comercial, os propósitos e as regras seguidas por ela. No **quadro 3**, reproduz-se isso.

Propósitos e regras da Veja em 1972
“Mas, VEJA, como todos os integrantes dessa família, obedece basicamente às mesmas regras e às mesmas intenções. Um resumo desses propósitos e regras: 1) É uma revista adaptada ao tempo que o homem ocupado tem para gastar ou simplesmente estar bem informado: procura resumir os fatos e selecionar os mais importantes; 2) Apresenta as notícias de forma organizada, em seções e subseções (por exemplo: a editoria de ‘Artes e Espetáculos’ com suas subeditorias de ‘Cinema’, ‘Teatro’, ‘Livros’, ‘Artes Plásticas’, ‘Música’). Assim, o leitor localiza rapidamente os assuntos de seu interesse. 3) As notícias da semana são somadas a fim de se obter o seu significado. Os antecedentes – através de grandes departamentos de pesquisa – são levantados e analisados, a fim de que o leitor tenha uma moldura, um pano de fundo no qual possa situar os acontecimentos. 4) Embora dividida em seções, a revista toda é escrita para ‘especialistas em coisa alguma’. A seção ‘Esportes’ não é escrita por esportistas, nem a ‘Brasil’ para os políticos, nem a ‘Religião’ para padres, pastores e fieis. Toda a revista é escrita com a intenção de ser compreensível para um mesmo ‘homem ocupado’. O ‘Time’ inventou o slogan que sintetiza esta regra admiravelmente: ‘O ‘Time’ é escrito como

se fosse por uma só pessoa dirigindo-se a uma só pessoa.

5) A revista acredita que as notícias não são feitas por forças ou governos ou classes, mas por pessoas individuais. Portanto, saber o que elas bebem, que cigarros fumam, quais suas paixões, sua idade e, às vezes, a cor de seus olhos, é importante”.

Quadro 3 – Propósitos e regras da Veja no especial de 1972

Voltando às edições padrão, em janeiro de 1973, contava-se que uma apuração sobre o serviço dos Correios havia sido feita com o envio de cartas a 17 correspondentes para verificar em quanto tempo elas chegariam. Aliás, essa não era a primeira vez que o modo de realização de uma reportagem era contado. Dois anos antes, em 1º de setembro de 1971, havia sido explicado que “para a reportagem de capa desta edição, VEJA, pediu depoimentos por escrito a universitários do Rio, São Paulo, Belo Horizonte, Recife e Porto Alegre. Todos Aceitaram”.

Para finalizar a exposição, termina-se com o que foi anunciado em 12 de setembro de 1973. Em tom de festejo, a publicação comemorava que, por seus furos jornalísticos, resultantes de muito trabalho e dedicação, conseguira ser, por diversas vezes, concorrente da imprensa diária. Isso lhe permitia afirmar haver a sua receita. Não seriam apenas os números, o temperamento, o caráter, a capacidade de raciocínio que faziam um veículo dar certo:

Hoje, ao completar cinco anos de vida, VEJA poderia tentar o esboço de seu próprio futuro, manipulando os dados do passado e do presente. O passado foi difícil, tateante a princípio, na procura do ajuste de uma fórmula desconhecida do público brasileiro. O presente diz que a fórmula foi encontrada - embora possa ser aprimorada (VEJA, 12/09/1973).

Pode-se dizer que Veja preferiu sempre investir em um discurso de exaltação dela mesma e, conseqüentemente, de seu jornalismo e de seus jornalistas. Foi nisso que em grande parte da enunciabilidade da publicação se orientou. Os subconjuntos dos enunciados obtidos pelas falas de si indicam esses principalmente: 1) mostravam como a Veja funcionava; 2) continham lições do jornalismo; 3) comunicavam alguma novidade; 4) comemoravam acertos; 5) prometiam melhorias ao futuro. No **Quadro 4** abaixo, pode ser verificado como as abordagens da publicação foram se sucedendo.

Veja - De 11 de setembro de 1968 a 11 de setembro de 1973	
Situação de enunciabilidade	Topoi
Primeiro número da revista	- Rememorações de feitos da editora Abril, narração de como a publicação foi desenvolvida,

	explicitação de seus planos
Setembro de 1965	- Abordagem da rotina semanal da cobertura de acontecimentos
Natal de 1968	- Garantia de cumprimento de sua parte no jornalismo
Setembro de 1969	- Retomada de seu trabalho, missão e objetivo - Explicação da escolha da capa
Dezembro de 1969	- Consideração sobre o jornalismo e seu papel de trazer detalhes infinitesimais dos fatos
Ano de 1970	- Referências ao trabalho do jornalista - Veja considera-se a “revista brasileira de informação”
Aniversário de três anos (1971)	- Trata das dificuldades iniciais de lançamento - Crê na consolidação de uma receita para funcionar - Relata a execução de reportagem
Ano de 1972	- Início de nova seção de economia - Traz os obstáculos enfrentados nas coberturas
Edição comemorativa de quatro anos (1972)	- História, descrição e reafirmação da revista - Narração da rotina e de bastidores - Apresentação de propósitos e regras
Aniversário de cinco anos (1973)	- Reconhecimento de dificuldades iniciais e afirmação de que encontrara a sua receita

Quadro 4 – Primeiros cinco anos de Veja

A fim de identificar as diferenças nas trajetórias de cada uma, pode-se constatar que em comparação com a Folha, Veja se diferencia desta primeira já no seu início. Enquanto o jornal queria se vincular ao seu passado, embora fosse pouco a pouco se descolando dele, a revista tinha sido criada a partir de algo inexistente no Brasil e trabalhava para encontrar a sua receita, baseando-se muito na propagação de como funcionava. Além disso, se a Folha era mais afeita a utilizar adjetivos e a reforçar valores jornalísticos liberais, como independência e liberdade, a Veja até se apresenta com algumas dessas qualidades, porém estas em vez de levantarem alguma bandeira da profissão estavam mais próximas do relato de como o trabalho estava sendo executado, por exemplo, com precisão, rapidez, entusiasmo, honestidade.

Fora isso, ela distingue-se do diário pela preferência, ou necessidade, de explicar a sua rotina, algo que em nenhuma ocasião foi feito pelo jornal, e pela maior quantidade de enunciados sobre si. Na Veja, os jornalistas da primeira são mais lembrados, como se viu desde a primeira foto da Carta do Editor. Também na revista aparecem discursos mais firmes sobre si. O Brasil vem como preocupação dos dois produtos; ambos, tanto queriam convencer que seu conteúdo era dirigido aos quatro cantos do país, sem regionalismos, quanto queriam fazer crer que trabalhavam para a sua melhoria; nos dois projeta-se o futuro como melhor.

Olhando individualmente para os seus cinco anos, vê-se que a revista se caracterizava desde o primeiro número como grandiosa. Do mesmo modo, desde o seu lançamento vinha com objetivos claramente postulados. Por ter consciência de que era uma novidade, ilustra com recorrência o seu processo de produção e sem pudor ela mesma crava 1970 como o ano em que conseguira se firmar. A impressão é que a partir daí passou a fazer afirmações ainda mais contundentes sobre quem era.

3.1.3 O Jornal Nacional

Se com o uso do acervo digitalizado da Folha de S. Paulo e da Veja, ambos disponíveis na internet gratuitamente, foi recuperado como esses dois veículos falavam de si e implicitamente do jornalismo em suas edições antigas, o mesmo não pôde ser feito com o Jornal Nacional. Isso porque o que foi documentado pela TV Globo não é disponibilizado com facilidade³⁸. Mesmo se fosse, muitos dos vídeos dos primeiros anos não poderiam ser analisados porque eles não existem. Ou não foram gravados por limitação tecnológica³⁹ ou foram destruídos durante um incêndio em 1976. Em compensação, em um indicativo de como a emissora lida com o seu passado, as suas produções são cada vez mais lembradas em publicações, DVDs comemorativos e sites⁴⁰.

Por isso, diante da impossibilidade de recolher as edições, seguindo o recorte do *corpus* estabelecido ao periódico e à revista, os enunciados tiveram de ser perseguidos no que é rememorado nos materiais oficialmente lançados pelas Organizações Globo. Deles, foram filtradas informações de como o JN é definido pelo seu trabalho, sua prática e suas inovações a partir do que é dito nos anos de 1980 e 2000 sobre as décadas de 1960 e 1970. Ainda que nessa investigação tenham sido encontradas pouquíssimas referências aos discursos emitidos pelo telejornal, pelas informações trazidas, pode ser observado quais lembranças este deseja evocar.

³⁸ Há uma série de trâmites a serem cumpridos para que se consiga ter acesso a algo de seus arquivos. Não se chegou a enfrentá-los porque no estudo foram utilizadas fontes postas à circulação.

³⁹ Os *scripts* do Jornal Nacional parecem ter sido arquivados, como foi percebido nos livros lançados pelo telejornal.

⁴⁰ De acordo com Melo (2006, p.27), a Rede Globo de Televisão nos anos de 1960, seguindo a tendência de outras empresas, lançou o livro *Aldeia Global* para discutir questões do jornalismo eletrônico.

Fez-se uma varredura na internet, no *youtube* e em portais da Globo, como o Memória Globo⁴¹, o G1 e o Jornal Nacional, para serem recuperadas algumas de suas veiculações. Vídeos originais, bem como depoimentos de seus profissionais, foram encontrados. Quando couber, são trazidos para revelar características do programa. Deve-se colocar que a maioria deles é aproveitada posteriormente por terem sido veiculados a partir dos anos de 1980.

A história do telejornal se mistura a vontade da TV Globo, fundada em 1965, expandir-se, fazendo-se presente em diferentes cidades. Nas rememorações encontradas, a ideia de seu lançamento se deve, por um lado, ao fascínio exercido pelas experiências norte-americanas deste formato televisivo, que levavam as mesmas notícias ao conhecimento de toda a sua população. Por outro lado, se deveu também ao “objetivo de gerar uma programação uniforme para todo o país, diluindo, assim, os custos de produção do programa” (JORNAL NACIONAL, 2004, p.28).

Nos discursos institucionais da Rede Globo, o projeto de colocar o primeiro telejornal em rede era ambicioso, exigia investimentos, envolvia incertezas tecnológicas. O início do JN é lembrado com contornos de aventura e em linhas que ressaltam a audácia e o ineditismo de sua experiência. Por algum tempo foi a única produção a integrar em tempo real todas as geradoras e afiliadas da emissora. Roberto Marinho, então presidente diretor-geral da empresa, certa vez redigiu:

(...) quando pusemos no ar, pela primeira vez o ‘Jornal Nacional’, tivemos de enfrentar e superar toda sorte de problemas. Tratava-se de iniciativa pioneira, que gerou uma série de desafios, desde a superação de falhas técnicas até a delicada elaboração do conceito de notícia com dimensão nacional. Fazer um jornal ao vivo e em rede era uma experiência inédita, fascinante, mas extremamente trabalhosa (15 ANOS DE HISTÓRIA, 1984, p.5).

Dessa maneira, a iniciativa foi um passo importante ao desenvolvimento da emissora⁴². Ao mesmo tempo em que esta expandia o seu sinal por todo o país, o JN, ao vir entre duas novelas, teria contribuído à consolidação de uma grade de programação e à introdução de um novo comportamento doméstico, o hábito de ver TV em família

⁴¹ Projeto que têm realizado pesquisas no acervo da TV Globo, gerado livro e disponibilizado vídeos históricos. Mais informações em: <<http://memoriaglobo.globo.com/Memoriaglobo/0,27723,5274,00.html>>. Acesso em: 20 jul. 2013.

⁴² Não pode ser esquecido que a partir das negociações com o grupo *Time-Life* e dos benefícios recebidos do governo militar, a Rede Globo pôde investir nessa mesma época em sua infraestrutura (SOUZA, 2007).

(BORELLI, PRIOLLI, 2000, p.19). Ademais, o seu surgimento significou a proposição de um novo telejornalismo diferente do Repórter Esso, então, líder absoluto.

O grande desafio, naquele momento, era estruturar uma proposta de divulgação e solidificação de uma cultura telejornalística nacional de impacto, que levasse em conta as especificidades brasileiras, mas que permitisse, igualmente, uma inserção representativa do contexto mundial. Estavam também em jogo o investimento e a consolidação de um público consumidor no país, o que parecia, progressivamente, interagir com uma emergente, mas auspiciosa estabilização de uma audiência global (BORELLI; PRIOLLI, 2000, p.51).

João Roberto Marinho, vice-presidente das Organizações Globo e presidente do Conselho Editorial destas, considera que o programa já nasceu adulto porque seguiu os jornais A Noite (1911) e O Globo (1925). Os três tinham “em comum a paixão pela notícia e a busca permanente de formas eficientes de transmitir informação correta ao maior número possível de cidadãos” (JORNAL NACIONAL, 2004, p. 11). Ainda, segundo ele. “Como sempre a notícia era a espinha dorsal do projeto - e a sua qualidade, o fator que determinava seu êxito” (Ibid., p.12).

O primeiro JN foi veiculado em 1º de setembro de 1969 (**Figura 5 – Anexo**). A vinheta dessa edição foi lançada às 19h45 com os acordes que ainda hoje são utilizados. Ao fundo, imagens fixas, em sequência, de personalidades e fatos eram veiculadas em concomitância aos dizeres: “No ar: Jornal Nacional, a notícia unindo 70 milhões de brasileiros”. A partir daí, surgiram os apresentadores Hilton Gomes e Cid Moreira sentados em uma bancada, filmados em plano americano, tendo por traz o logotipo do JN. Um raro registro disponibilizando literalmente o que foi enunciado, dá uma mostra de que desde esse tempo o telespectador era incluído como interlocutor pelo uso do pronome você:

Hilton Gomes: ‘Jornal Nacional da Rede Globo, um serviço de notícias integrando o Brasil novo, inaugura-se neste momento: imagem e som de todo o Brasil’. Cid Moreira: ‘Dentro de instantes, para vocês, a grande escalada nacional de notícias’ (JORNAL NACIONAL, 2004, p.24).

O estado de saúde do presidente Costa e Silva, a repercussão do AI-12, as mortes do pugilista Rocky Marciano e do comentarista norte-americano Drew Person, a disputa do Miss Beleza Internacional, o gol de Pelé que classificava a seleção à Copa de 1970, entre outros, estavam entre os fatos apresentados no curto tempo de sua difusão. “No início o Jornal Nacional tinha apenas 15 minutos de duração, sendo transmitido de

segunda-feira a sábado. As edições eram divididas em três partes: local, nacional e internacional” (Ibid., p.33). No encerramento, Cid Moreira disse:

A escalada nacional de notícias da Rede Globo levou a vocês, hoje, imagens diretas de Porto Alegre, São Paulo e Curitiba. E tão logo a Embratel inaugure o circuito de Brasília, a capital do país e Belo Horizonte começarão a integrar, ao vivo, este serviço de notícias do primeiro jornal realmente da tevê brasileira. É o Brasil ao vivo aí na sua casa. Boa Noite! (15 ANOS DE HISTÓRIA, 1984, p. 10).

Esse dia é narrado sempre, como já se disse, como uma aventura (15 ANOS DE HISTÓRIA, 1984; JORNAL NACIONAL, 2004; BONNER, 2009), na qual não teria ocorrido nenhum erro. No *script* guardado pelo editor de imagens, Alfredo Marsillac, o escrito “Decolou o Boeing”, redigido após o encerramento da edição, é interpretado como um atestado de que, apesar de toda a ansiedade, a empreitada tinha funcionado como o esperado. O próprio editor assegurou, em depoimento de livro comemorativo, o sucesso da transmissão: “Eu não me lembro de ter havido nenhum erro no primeiro dia do ‘Jornal Nacional’. E se eu não me lembro, é porque, de fato, não houve erro” (15 ANOS DE HISTÓRIA, 1984, p.13). Na referida obra, pode-se acompanhar com razoável grau de detalhamento a edição número um. Faz-se questão de recordar:

Todo esse primeiro ‘Jornal Nacional’ foi redigido em frases curtas, despojadas de qualquer palavra que fosse simples adereço verbal. Cada uma das frases correspondia a um dos dois locutores que se revezavam no ar, por obra e graça das mãos ágeis de Alfredo Marsillac: de Cid para Hilton, de Hilton para Cid, em cortes sucessivos e rápidos. E foi na voz de Cid que os espectadores foram informados de que, naquele momento em diante, o noticiário vinha ‘do telex internacional’ (Ibid., p.19).

Outra recordação é a lembrança dos momentos em que os primeiros VTs, com imagens geradas fora do Rio de Janeiro, foram transmitidos. Indicando que eles são representativos, um dos anúncios feitos por Hilton Gomes é retomado em outra rara ocasião em que o JN recupera a sua fala. “Com timbre de orgulho”, o apresentador anunciou:

Agora, em transmissão ao vivo, diretamente de Porto Alegre, a repercussão do Ato 12 na terra do presidente Costa e Silva. Alô Porto Alegre! (Ibid., p.20).

Retirando-se a primeira edição, nenhuma outra é narrada nos livros em tantos detalhes. O que é rememorado nos próximos anos seguintes é muito mais ligado a

informações sobre a incorporação de novas tecnologias, a resolução de empecilhos e à celebração de novidades. “Segundo José Andrade, o ‘Jornal Nacional’, em seus primeiros anos de vida, já era conhecido em Fortaleza e em todo o norte e o nordeste do país” (Ibid., p.162). Em 1971, como se para confirmar que seus objetivos iniciais haviam sido alcançados, a vinheta de abertura comemorava o seu aniversário de três anos e trazia: “No ar: Jornal Nacional. Três anos de liderança, integrando o Brasil através da notícia”. Em comparação a que vinha sendo usada, ela ganhara as cores vermelha e azul e trazia os nomes de toda a equipe de profissionais, começando pela editora-chefe Alice-Maria. No relato abaixo, conhece-se um pouco a rotina do telejornal desses anos iniciais:

Nos primeiros anos da década de 1970 a Rede Globo já contava, em todo o Brasil, com cerca de 150 profissionais da notícia (entre editores, locutores, repórteres e cinegrafistas) na produção do Jornal Nacional. O telejornal começava a ser elaborado às 6h, com a montagem da pauta. Logo em seguida, as equipes iam para a rua realizar reportagens, tarefa difícil na época em função da complexidade do equipamento (câmeras, luzes, microfones etc.), que ainda não era totalmente portátil (JORNAL NACIONAL, 2004, p.61).

Em um indicativo de que desde o início agia para aperfeiçoar o programa, a emissora, pouco tempo depois, começou a investir na formação de seus profissionais. Por estar sofrendo com os jornalistas, que vinham de outras mídias para trabalhar na TV, e, portanto, desconheciam como utilizar a imagem da melhor forma, ela mesma investiu em sua formação:

Armando Nogueira e Alice-Maria quiseram acabar, de uma vez por todas, com esse e outros problemas. Em 1974, decidiram organizar um curso destinado a preparar os primeiros repórteres de televisão. Nada ambicioso. Algo que pudesse dar às pessoas algumas informações objetivas, tais como: aprender a usar corretamente o microfone, a disciplinar gestos excessivos, a moderar reações fisionômicas, a descobrir os segredos da fala dialogal. Não houve sucesso maior. Quem tinha talento, fez carreira: quem não tinha, foi buscar outra profissão (15 ANOS DE HISTÓRIA, 1984, p.158-159).

Ainda em seus primeiros cinco anos, tem-se ciência de que o telejornal adotou algumas novidades. Enviou correspondentes internacionais, contratou a agência UPI para receber imagens de notícias internacionais via satélite, abriu escritórios em outros países, inaugurou estações retransmissoras, executou reportagens em cores, trocou as câmeras por outras mais modernas (15 ANOS DE HISTÓRIA, 1984; JORNAL

NACIONAL, 2004). Como essas informações são trazidas em narrativas de antigos profissionais, desconhece-se se elas foram enunciadas pelo telejornal.

Para se seguir com o recorte, a enunciabilidade das falas de si do Jornal Nacional, resumida no **Quadro 5**, foi retirada apenas dos dizeres iniciais e finais de sua primeira edição e da vinheta de seu terceiro aniversário. Os enunciados: 1) reforçavam as características diferenciais do telejornal; 2) propunham um serviço de notícias pioneiro; 3) exaltavam o quantitativo do público; 4) comemoravam a liderança; 5) propagavam sua expansão.

Jornal Nacional - De 1º de setembro de 1968 a 11 de setembro de 1973	
Situação de enunciabilidade	Topoi
Vinheta primeira edição	- Afirmação que a população brasileira será unida pela notícia
Dizeres dos apresentadores na primeira edição	- Promessa de imagem e som em todo o país - O telejornal é vendido como serviço e escalada de notícias - Afirmação de que há planos de integração em outras cidades - Enfatiza-se a presença de outras capitais
Vinheta de três anos (1972)	- Alardeiam-se os três anos de liderança - É colocado que o Brasil estava integrado pela notícia

Quadro 5 – Primeiros cinco anos do Jornal Nacional

Comparar o comportamento do Jornal Nacional com o da Folha de S. Paulo e da Veja é dificultoso porque, diferente desses dois últimos, que possuem um espaço reservado à opinião e à apresentação de seu conteúdo, com o qual em alguns momentos falam de si, não há nada no telejornal que se assemelhe ao editorial e às Cartas do Leitor/do Editor. Ainda assim, o JN, pelos seus livros publicados, como a Veja, insistiu em mostrar o desejo de estar presente por todo o Brasil e, como Folha e Veja, comemorou seus acertos, bem como o quantitativo do público atingido.

Detendo-se em separado no telejornal, em suas lembranças, ele enfatizou principalmente a sua estruturação física com os investimentos feitos à aquisição de tecnologia para atingir localidades distantes, para dinamizar a cobertura e para melhorar a qualidade da imagem e do som. Nos depoimentos de antigos profissionais, expostos nos dois livros de referência, vê-se a valorização de tudo aquilo que o teria conseguido fazer, principalmente do que ele tinha descoberto sozinho em sua atuação. O que aparentemente provocou mais orgulho, parece ter sido a tropicalização da linguagem, que o afastara do modelo norte-americano e do padrão radiofônico ainda dominante na

televisão, demonstrando a tendência de o Jornal Nacional desde o início querer se diferenciar de seus concorrentes.

3.2 A confirmação da superioridade

A observação dos cinco primeiros anos em circulação de Folha de S. Paulo, Veja e Jornal Nacional é o suficiente para constatar que eles tinham disposição para tratarem de si mesmos e, não somente isso, surgiram no jornalismo brasileiro com pretensões nada modestas. Sem disfarces, queriam se tornar os maiores em suas mídias. Folha de S. Paulo, provavelmente porque derivou de outros periódicos, foi o que se expôs com maior cautela e formalidade, a despeito de ter muitas vezes reservado a sua primeira página e de ter anunciado o seu crescimento aos leitores. Veja foi o que aparentou ser o menos destemido em definir-se com adjetivos hiperbólicos, o que mais enunciou sobre si e sobre o jornalismo e o que mais se explicou. O Jornal Nacional se colocou como novidade e cometeu o exagero de afirmar que trazia o Brasil à casa dos telespectadores, mesmo que no período considerado a televisão estivesse distante da maioria.

Na enunciabilidade (ver **Quadro 6**) proposta para resumir cada um, sem a intenção de encerrar outras possibilidades, observa-se nas colunas que o regozijo com os acertos e as vitórias se repete nos três. Nota-se ainda a recorrência de que eles não queriam se exhibir como se estivessem inertes, parados, sem se preocupar com a sua melhoria. A tríade divulgava, sutilmente, que pensava em seu futuro, projetando-se nele. Não haveria nenhuma surpresa nisso, pois toda empresa faz esse tipo de promessas, se não se conhecesse que, de fato, as iniciativas conseguiram crescer.

Enunciados mobilizados pelas produções		
Folha de S. Paulo	Veja	Jornal Nacional
1) indicavam mudanças ocorridas	1) mostravam como a Veja funcionava	1) reforçavam as características diferenciais do telejornal
2) incitavam equiparação ao jornalismo internacional	2) continham lições do jornalismo	2) propunham um serviço de notícias pioneiro
3) descreviam características, lema, funções, objetivos e metas	3) comunicavam alguma novidade	3) exaltavam o quantitativo do público
4) comemoravam seu trabalho e suas vitórias	4) comemoravam acertos	4) comemoravam a liderança
5) convocavam colaboradores para agradecê-los	5) prometiam melhorias ao futuro	5) propagavam sua expansão a outras localidades

Quadro 6 – Enunciabilidade dos cinco anos iniciais do objeto

Mas como o objeto falaria de si até o final da década de 1980? É o que será visto retomando as enunciabilidades de Folha, Veja e JN, de forma mais interpretativa, para ser verificado se elas continuaram as mesmas, desvendando-se como se deu prosseguimento às enunciações. Pelo que for mantido, pode ser esboçado quais regularidades discursivas são colocadas quando os produtos falam de si e do jornalismo nas décadas de 1960/1970. Com isso, procura-se avançar na identificação das leis discursivas que se mostravam nas enunciações, indicando quais “ordem, correlações, posições e funcionamentos, transformações” (FOUCAULT, 2007, p.43) estavam por trás delas.

As produções não foram separadas em subtópicos porque, com meia década de sua fundação, elas já podem ser posicionadas no núcleo da grande imprensa brasileira. Findado esse curto período, como elas mesmas apregoavam, já eram líderes em suas respectivas mídias. Entretanto, para não confundir as aparições colhidas, até porque essas são bastante diferenciadas, permanece a disposição de trazê-las em blocos.

Para começar, a Folha de S. Paulo não fala mais de si repetindo a ideia de que teria mudado, talvez porque nela não tenha ocorrido nada tão brusco quanto a medida que unificou as Folhas da Manhã, da Tarde e da Noite. Isso, no entanto, não significou que ela não tivesse passado por modificações. Essas só não foram indicadas como a troca de alguma coisa por outra, mas como parte da evolução e do progresso do jornal, como se vê no anúncio de que a impressão em *off-set* estava sendo introduzida.

Uma equipe de mais de cento e cinquenta especialistas vem trabalhando, há vários meses, para a perfeita ajustagem das moderníssimas máquinas de impressão – 24 unidades – da FOLHA DE S. PAULO. Não se pouparam sacrifícios a fim de que nossos leitores tivessem, em matéria de imprensa, o que de mais perfeito existe na atualidade. Este jornal é o primeiro da América Latina, e um dos primeiros do mundo, de tiragem superior a 200 mil exemplares, a usar o sistema de impressão ‘off set’. Isso é motivo de orgulho para o Brasil e nos enche de justificável júbilo, que desejamos compartilhar com os nossos companheiros e com o público, aos quais pertence essa vitória, pois ela só foi possível graças ao constante e crescente apoio que temos recebido de todos (FOLHA DE S.PAULO, 31/12/1967).

Esse texto, intitulado “Mais um grande passo”, estava na primeira página da Folha. O seu conteúdo se detém no trabalho para as máquinas serem introduzidas, porém foi feito para supervalorizar a mencionada inovação de um modo como nunca havia sido visto. Uma característica interessante é que por todo o aviso, recorreu-se ao

público, colocando-o como motivador e destinatário final do novo tipo de impressão. Em nenhum momento, contudo, foi explicado no que esse último se diferenciava em comparação ao tipo anteriormente empregado.

Em 1º de janeiro de 1970, em “Limiar de uma década”, também na primeira página, há novamente outra situação em que as alterações empreendidas são tratadas. Passados pouco mais de dois anos, a introdução da impressão em *off-set* é lembrada logo no primeiro parágrafo como um passo audacioso e inédito na história do jornalismo brasileiro, o início de uma nova era. Dito isso, outros “passos de avanço da moderna técnica jornalística são colocados. Nos dois anos anteriores, o diário:

Aperfeiçoou o sistema de informações de interesse nacional, desenvolvendo, de maneira significativa, a seção de Economia, confiando-a a especialistas de comprovada capacidade técnica. Ampliou e aprofundou, também, para honesto julgamento de nossos leitores, seus serviços de cobertura dos acontecimentos da cidade, passando a oferecer em suas edições diárias material de leitura que vai além do mero relato dos fatos, instituiu serviços de utilidade pública cujos frutos, para a coletividade, são necessários e marcantes, e que consistem no exame minucioso dos problemas básicos e fundamentais de uma grande metrópole (FOLHA DE S.PAULO, 01/01/1970).

A lista era ainda alargada pelas informações de que o periódico desenvolvera um espaço de interesse à “coletividade estudiosa da cidade”, consolidara o Caderno Especial, selara acordos com o *Le Monde* e outras agências telegráficas, estabelecera “em termos definitivos” sua posição de liderança em São Paulo e estados vizinhos. Ademais, a Folha fez questão de indicar que possuía 170 veículos para fazer a sua distribuição, “numa verdadeira integração”, que possivelmente era uma provocação a Veja.

Em 31 de dezembro de 1971, novamente na primeira página, embora com menor destaque, era impresso “Um ano muito importante para a nossa imprensa”. O periódico teria contribuído decisivamente em quatro aspectos: instalação da “maior e mais moderna” máquina impressora *off-set*; implantação do sistema de fotocomposição “mais moderno”; ampliação da frota motorizada para 188 veículos; e superação de um recorde na imprensa nacional no dia 5 de dezembro, quando recebeu de um só cliente a maior verba jamais destinada em publicidade em uma só edição dos Hipermercados Moby Dick. Ao final, continuava agradecendo aos anunciantes e aos leitores, com “a afirmação de que não poupará esforços para aprimorar-se cada vez mais”.

O exemplo máximo de explicitação das realizações do diário é o especial Folha 75 (**Figura 6 - Anexo**), publicado em 31 de dezembro de 1974, cuja chamada na

primeira página destacava que a sua impressão vinha agora em cores. O seu conteúdo é disposto em reportagens. Na capa, há três fotografias, de rotativas de impressão e de carros de distribuição do jornal. Na contracapa, a imagem é da sede da empresa, apresentada por um texto-legenda que exaltava a sua ampliação ao longo das décadas. Indicava-se que ela possuía 55 mil metros quadrados de área física.

Dada à impossibilidade de descrever todas as reportagens, trazem-se os seus títulos para que se tenha uma ideia do tom superlativo do material. “Mais notícias em muito menos tempo”, “Criar e editar em alta velocidade”, “Máquinas cada vez mais rápidas”, “O grande salto tecnológico”, “Os homens e as mulheres que fazem a ‘Folha’”, “Aparelhos cada vez mais sofisticados”, “A nova visão de um jornal moderno”, “Com a rapidez, uma expansão crescente”, “O segredo da entrega rápida”, “A opção da agilidade cria um novo jornal”, “Uma história feita com imaginação”, “Os leitores de hoje e de amanhã”, “Veloz e dinâmico, mas muito humano”. Todas elas são ilustradas com fotografias, em algumas, há também infográficos. Recorre-se até ao mapa de São Paulo, marcado com as rotas utilizadas para a entrega do periódico.

Nos textos, enfatizam-se os esforços realizados a sua melhoria. Para isso, aborda-se a tecnologia adquirida nos últimos, descreve-se a estrutura física construída, explicita-se o esquema de entrega nas bancas. São colocadas informações já apresentadas anteriormente e acrescentadas outras. Fica-se conhecendo, por exemplo, alguns de seus números: 150 jornalistas compunham a sua redação; o jornal estava em 4 mil pontos de vendas; 201 cidades eram atendidas em sua rota de distribuição com uso de 240 veículos; 300 pessoas operavam as rotativas.

Pela primeira vez até então, a Folha de S. Paulo insere como personagem de sua reportagem seus funcionários, antes somente lembrados genericamente nos enunciados que agradeciam aos colaboradores. Eles são descritos em perfis com informações de suas vidas pessoais e do exercício de suas atividades na *xerox* da fotocomposição, nas vendas de anúncios, no departamento de cores da fotomecânica, na datilografia-perfuradora do copidesque, no departamento de circulação, na chefia de impressão. Os jornalistas da redação aparecem apenas no perfil de dois repórteres, um de esportes, homem de meia idade que antes de ir para a redação trabalhou como contínuo, e outro de economia, uma jovem moça recém-formada, apresentada como a jornalista mais nova. Contudo, a atuação desses dois, ao contrário do que ocorreu com outras funções, não é nem minimamente descrita.

Em toda a Folha 75 é ressaltada a rapidez do jornal, o esforço por ele empregado em seu trabalho e o seu desejo de continuar empreendendo melhorias à modernização. O foco se concentra em apresentar o aparelhamento do periódico com ênfase nas máquinas adquiridas e no esquema desenvolvido à suas realizações. Como forma de humanizar essas informações, usa-se o argumento de que tudo era feito para atender aos leitores, que poderiam ver o resultado das alterações logo na primeira página. Sobre ela, dizia-se:

Ela deixou de ser um simples catálogo de notícias, para transformar-se numa visão diária do mundo, estabelecendo um guia para o leitor. Essa inovadora primeira página de fechamento e leituras rápidas, aliadas a um critério prioritário de notícias, passou a ser a pauta dos noticiários de emissoras de rádio, de televisão e até de outros jornais, justamente por provocar impacto e evitar que determinadas notícias importantes fossem ignoradas. Era, assim, atingido o objetivo de feitura do jornal, bem como de leitura rápida. O leitor passou a receber uma dieta bem balanceada de notícias, tonificante e rápida. Numa cidade agitada como São Paulo, o leitor pode ter uma visão dos principais acontecimentos diários do mundo, dispensando, no máximo, apenas quinze minutos à leitura da primeira página (FOLHA DE S. PAULO, 31/12/1974).

Essa foi a única menção que relacionava o que foi implantado pelo jornal ao seu resultado final. Mesmo assim, o argumento da velocidade, desta vez centrado na leitura rápida, mais uma vez se repetiu. Embora se observe na citação que a primeira página devia trazer as notícias importantes, não se introduziu nada sobre as implicações disso no funcionamento da redação. Aliás, no caderno especial, a redação somente é abordada em uma das reportagens que, sem tratar o processo jornalístico, vibrava com a capacidade do jornal de fazer coberturas de fatos urgentes, como a do incêndio no edifício Joelma, e de fatos programáticos, como a Copa de 70.

Prosseguindo a observação dos enunciados, procurou-se ver se apareciam características, lema, funções, objetivos, planos e metas do diário. Em 19 de fevereiro de 1971, os seus 50 anos eram comemorados no editorial “Meio século”. Nele, o jornal relembra a unificação das três Folhas, considerava ter tido uma trajetória sempre ascendente e confirmava ainda no primeiro parágrafo haver cumprido a sua obrigação. “Mudando embora algumas vezes de direção, conservou-se sempre fiel aos compromissos que tem com o público – o de procurar fornecer-lhe um jornal de alto padrão ético e técnico”. No último parágrafo, inseria aquilo que parecia ser seu maior objetivo: “E o compromisso que reafirma, nesta hora, é não se afastar da linha que sempre se impôs – de só servir ao interesse público”.

O lema da Folha não ressurgiu em seus enunciados. Do mesmo modo, seus planos e metas não estão enunciados e somente podem ser minimamente vislumbrados na afirmação de que ela “não poupará esforços para aprimorar-se cada vez mais” (FOLHA DE S. PAULO, 31/12/1971). A sua missão, assim explicitamente colocada, também é enunciada só uma vez, menos como promessa de algo que precisava ser realizado e mais como a confirmação de sua capacidade de crescer.

Estamos certos de haver cumprido honrosamente a dupla missão, informativa e formativa, da imprensa. Dizemo-lo depois de um balanço minucioso de nossas atividades, nas quais defendemos causas justas e procuramos refletir com fidelidade os problemas e os anseios do povo. A FOLHA DE S. PAULO procurou ser, na realidade, muito mais do que o jornal escrito, presente que esteve com sua equipe a uma série de empreendimentos culturais, desportivos e cívicos (FOLHA DE S. PAULO, 31/12/1965).

Do que foi separado à enunciabilidade de seus primeiros cinco anos, apenas um dos subconjuntos, o que incitava a equiparação ao jornalismo internacional, não foi novamente identificado até o final de 1970. Todos os demais se fizeram presentes, com algumas diferenças. Folha não disse mais que permanecia a mesma coisa, apesar de falar ser fiel aos seus compromissos; suas características, com lema, funções, objetivos, planos e metas, vieram muito discretamente descritas e funcionavam como um atestado à qualidade do diário; publicitários e anunciantes praticamente sumiram dos agradecimentos; a melhoria do Brasil não veio como uma das finalidades do periódico; valores jornalísticos, como liberdade, independência, não foram utilizados; nada se colocou sobre as dificuldades jornalísticas. Já os leitores, assim como as aquisições tecnológicas, foram lembrados como nunca.

Os subconjuntos de enunciados, entrecortados do conjunto maior de enunciados institucionais, se misturaram, porém o que contou com uma expressividade incomparável foi o grupo que concentrou as falas nas comemorações do trabalho e nas vitórias da Folha. Mais do que nunca, as realizações, em sua maioria empreendidas por investimentos financeiros, vieram alardeadas. Com insistência foram veiculadas as alterações ocorridas, disseminando-se o quanto elas teriam dado certo e melhorado o jornal em vários aspectos. Também a carga emocional que estava nos textos iniciais foi retirada para dar lugar a textos mais seguros, o que pôde ser conferido, por exemplo, na chamada da reportagem “A ‘Folha e as respostas à crise econômica”, impressa na primeira página do dia 30 de dezembro de 1980. Possivelmente, essa sua confiança

como sujeito falante pode ter sido uma das razões pelas quais não falava do jornalismo ou de sua deontologia. Em compensação, incluiu mais considerações de que estava cumprindo com os seus deveres.

Por fim, observa-se na chegada da nova década a tendência do jornal em retirar os dizeres sobre si das primeiras páginas, levando-os ao editorial, que, por causa do recrudescimento do regime militar, nem sempre foi redigido conforme as exigências de seu gênero. No que foi recolhido, observou-se a inclusão, por exemplo, de poemas e de pensatas filosóficas. A seguir, no **Quadro 7**, são retirados os assuntos abordados.

Folha de S. Paulo – Depois de fevereiro de 1965	
Situação de enunciabilidade	Topoi
Primeira página de 31/12/1967	- Introdução da impressão em <i>off-set</i> em parte do jornal com descrição do processo
Primeira página 1º dia de 1970	- Investimentos à modernização (rotativas <i>off-set</i> , ampliação da seção de economia e da cobertura dos acontecimentos da cidade, instituição de serviços de utilidade pública e de caderno destinado à intelectuais, consolidação do Caderno Especial, acordos com agências) - Informação de que o jornal ocupava a liderança em São Paulo e integrava o território com 170 veículos
Primeira página 31/12/1971	- O anos que estavam sendo finalizado era indicado como importante à imprensa (instalação de rotativa <i>off-set</i> , implantação do sistema de fotocomposição, ampliação da frota para 188 veículos) - Atinge-se o recorde de verba publicitária
Especial Folha 75	- Reportagens que descrevem a estrutura física e humana possuída na empresa, contam a modernização de sua produção nos diferentes níveis e destacam que o jornal passou a ser “um guia para o leitor” por possuir “uma visão diária do mundo” - Velocidade como valor em todas as abordagens
Editorial 50 anos (1971)	- Reverberação da trajetória ascendente - Reafirmação do aprimoramento ao longo dos anos - Anúncios de empreendimentos culturais, desportivos e cívicos

Quadro 7 – Folha de S. Paulo de fevereiro de 1965 a dezembro de 1980

Depois de 11 de setembro de 1973, Veja, assim como a Folha, fez questão de apresentar dados que comprovavam o seu sucesso e, logo, o seu crescimento, em uma confirmação de que os enunciados que tratavam dos acertos com ufanismo continuavam. Na edição de 2 de janeiro de 1974, o ano que terminara de acabar era caracterizado como “dádivoso” porque nele se conseguira aumentar em 30% o volume

de anúncios e em 40% a tiragem, que chegava a 140 mil exemplares. Este número cresceu para 165 mil no ano seguinte, como se observa na Carta ao Leitor assinada por Mino Carta. Como prova da qualidade do trabalho desenvolvido e da saúde financeira da revista, o ainda diretor de Veja e da editora Abril, em texto antes de ele sair de férias⁴³, ventilava:

Oito anos depois daquele remoto dezembro, pela primeira vez decido tirar férias: por três meses estarei ausente de VEJA. Deixo-a sofreda no espírito, porém ainda e sempre esperançosa – e sadia fisicamente com sua circulação média de 165 000 exemplares. Durante o meu descanso, serei substituído pelos redatores-chefes, José Roberto Guzzo e Sergio Pompeu, meus velhos companheiros. Eles também passarão a assinar esta carta aos leitores - por volta de 500 000, segundo os cálculos do Departamento Comercial, bastante satisfeito com o desempenho de VEJA, mais uma vez em 1975 capaz de apresentar o maior faturamento publicitário do país na área de revistas (VEJA, 31/12/1975).

O público atingido é novamente alardeado nas Cartas do Editor de 13 de setembro de 1978 e de 2 de dezembro de 1978. Na primeira, repetiu-se o mesmo número da citação acima e na segunda Victor Civita afirmou com satisfação: “Veja termina este ano de 1978 com uma tiragem de 300 000 exemplares semanais, em números redondos – o que significa um público acima de 1 milhão de leitores”, o dobro de três anos antes.

Ainda, como confirmação de sua importância, o alcance de suas vendas ressurgiu outras vezes em números cada vez maiores. Em texto, cujo mote era um panorama dos anos 70, a publicação comemorava ter se implantado definitivamente na imprensa brasileira. “A demonstração mais simples e eloquente disso é a tiragem de 370.000 exemplares que a revista atinge na presente edição” (VEJA, 26/12/1979). Um ano depois, os números voltavam como prova de seu sucesso. “Para VEJA, 1980 não poderia ter sido melhor. A primeira edição do ano tirou 339 000 exemplares. Nesta última, chegamos a ter 485 700, um crescimento sem precedentes. Não poderia haver medida mais clara da aprovação dos leitores” (31/12/1980).

Considerações sobre seus objetivos e propósitos, bastante recorrentes em seus primeiros cinco anos, apareceram apenas em dois momentos. O primeiro, nos seis anos da revista, comemorados em 11 de setembro de 1974, quando não houve o menor

⁴³ Pouco depois, Victor Civita em uma Carta do Editor de 18 de fevereiro de 1976 comunicava a saída de Mino Carta para “seguir outros caminhos”. Em seu lugar, ficaram os redatores-chefes José Roberto Guzzo e Sérgio Pompeu. O editor garantia ao leitor que “VEJA continuará fiel ao nosso propósito inicial de mantê-lo bem informado – com rapidez, precisão e imparcialidade”.

constrangimento em afirmar, “sem espocar de rolhas ou piques-piques”, que o seu objetivo de lançamento havia sido atingido com honestidade:

VEJA nascia com o propósito de se tornar a primeira revista brasileira de informação, aberta para todos os assuntos e disposta a circular em todo o país, numa pontualidade e um alcance jamais atingidos por nenhum outro órgão da imprensa. Reconforta-nos hoje de ter cumprido honestamente a tarefa (VEJA, 11/09/1974).

O segundo vinha na Carta ao Leitor, a qual já se fez referência, a mesma que comunicava as férias de Mino Carta⁴⁴. No texto, há uma propositada mistura entre o que seria o aprendizado pessoal deste jornalista e o que seria o aprendizado obtido pela publicação. Apesar de as formas verbais serem regidas pelo eu, não se pode desligar o que foi aprendido pelo jornalista de sua atividade exercida em Veja. Por isso considera-se que o compromisso colocado e o destaque dado ao papel do jornalismo necessariamente refere-se também à publicação.

E se progredi profissionalmente, se capturei novos meios de alcançar o leitor, apreendi também, e de forma indelével, o compromisso que o jornalismo tem com a verdade e com um papel crítico e fiscalizador. Enfim, entendi por que não há esperança de sobrevivência humana sem homens dispostos a dizer o que acontece (VEJA, 31/12/1975).

Completadas a primeira década de circulação, Victor Civita, que só assinava os textos em algumas circunstâncias colocava: “Mas o leitor sabe de que lado lutamos ao longo desses agitados, controvertidos, mas certamente estimulantes, dez anos de vida. E sabe, também, onde nos encontrará amanhã” (VEJA, 13/09/1978). Nesse jogo de palavras, encontra-se uma leitura de uma época ao mesmo tempo em que é reforçado um desejo de continuidade.

As lições sobre o jornalismo, em comparação com o que outrora foi apresentado, passaram a ter outras características. Elas não vinham mais com a explicitação de seu funcionamento, de como a redação era dividida, de como a reportagem era executada, como quem quisesse ensinar sobre a prática jornalística ou convencer de que ela estava

⁴⁴ Sabe-se que o retorno de Mino Carta nunca mais aconteceria. A sua saída, aliás, foi marcada por desentendidos e ressentimentos. Enquanto o jornalista afirma que os controladores da Abril ‘cortaram a sua cabeça’ do grupo a fim de garantir um empréstimo de 50 milhões de dólares da Caixa Econômica (Gentilli, 2001). Roberto Civita credita a sua saída ao desgaste da relação entre eles por divergências na condução de várias matérias. Parte das informações foi obtida após consulta em: <<http://www.viomundo.com.br/denuncias/mino-carta-diz-que-sua-cabeca-foi-vendida-por-u-50-milhoes.html>> e na edição de Veja n.2314 de 05/06/13, disponível em <<http://veja.abril.com.br/acervodigital/home.aspx>>.

sendo executada corretamente. Retirava-se a abordagem quase professoral para se investir em afirmações contundentes sobre o jornalismo e suas obrigações. A Veja, sem pestanejar, imediatamente se enquadrava como sendo possuidora das maiores qualidades. José Roberto Guzzo atestava:

Mais uma vez esta revista, aplicando as clássicas regras do trabalho de reportagem, forneceu a seus leitores o produto mais nobre, e sobretudo mais útil, que o jornalismo pode oferecer: informação exclusiva, relevante e sólida num caso destinado a perder-se na obscuridade ou a permanecer oculto. (...). Estamos aqui falando de fatos, não de versões; estamos apurando e contando o que aconteceu – pois este, e só este, é o nosso ramo de atividade (VEJA, 03/01/1979).

Na aproximação dos anos de 1980, a autoafirmação do trabalho realizado, foi sendo reforçada com demonstrações do quanto a publicação seguia as disposições do “ideal jornalístico”. Ela falava de si cada vez mais imersa em certezas de que estava seguindo de forma exemplar os preceitos exigidos ao seu trabalho. Por isso, ratificava sempre que possível seus excelentes predicados. Como se pode ver em Augusti (2005, p. 76), isso coincide com o momento no qual Elio Gaspari e José Roberto Guzzo imprimiam-lhe um novo estilo.

Diferente do momento anterior, ao longo da década de 1970, o vocabulário do jornalismo não é mais utilizado em explicações dos significados das palavras. Considerações de seu exercício do jornalismo surgiram em uma pequena amostra de enunciados que indicavam o que os jornalistas enfrentavam à sua atividade profissional. Se antes foram trazidos indícios do que se passava na redação, praticamente não se recorre a este ambiente. O que ocorre nas ruas parece ser mais propício aos dizeres. Conforme é colocado no relato abaixo, nem sempre se obtinham com facilidade informações das fontes, particularmente se elas tivessem de ser buscadas em zonas de conflito no interior do Brasil governado por um regime militar.

Uma dessas amostras está na tensa São Félix do Araguaia, em Mato Grosso, onde a repórter Angela Zirolto não conseguiu convencer um desconfiado funcionário municipal de sua condição de jornalista. ‘A Dona Menina não é repórter de nada. É da investigação, isso sim’ (VEJA, 29/12/1976).

Como se vê na citação, os jornalistas continuavam sendo trazidos para retomar os seus feitos. Em 17 de setembro de 1965, a Carta ao Leitor falava que há algumas semanas o seminário se dedicava às “aventuras dos jornalistas de VEJA, contadas no dia-a-dia de sua fauna”. Os mesmos profissionais também apareciam em elogios ao seu

trabalho, quase como um credenciamento de que neles se poderia confiar. Um exemplo disso é o enunciado: “O jornalista Marcos Sá Correia, por ter participado de coberturas significativas, é habilitado a fazer a edição retrospectiva” (VEJA, 31/12/1980).

Já os enunciados sobre o funcionamento da revista, com informações de sua rotina, minguaram. Ainda assim, eles apareceram em rápidas menções. Uma delas foi identificada em 22 de setembro de 1976, quando se informou que as fotografias coloridas, a fim de entrarem na revista do fim de semana, deveriam ser remetidas à gráfica até a meia noite da quinta-feira. Outra ocorrência apareceu em 24 de setembro de 1975, quando se abordava a hierarquia de produção das matérias para contar que, depois de seis anos, a capa escolhida era da editoria de Artes e Espetáculo.

Se em seus primeiros anos Veja teceu afirmações sobre o seu futuro, ainda que elas não fossem em grande quantidade, isso não ressurge. O porvir não aparece nos enunciados recolhidos, o que também implica na ausência de promessas de melhorias. Uma razão provável desse comportamento pode se dever ao tão alardeado sucesso da publicação, o que a teria levado simplesmente a desconsiderar a necessidade de introduzir qualquer ponderação sobre o seu desejo de ser diferente nos anos vindouros.

Por tudo isso, foi verificado que, se Veja queria aparentar grandiosidade em seus primeiros cinco anos, nos anos subsequentes ela queria comprovar que, de fato, era grandiosa. A exacerbação recorrente de sua tiragem, cada vez mais crescente, servia a isso, assim como os constantes alardes de que era seguidora do bom jornalismo. Também se em seu início era importante acostumar os leitores com quem ela era, como se viu nas apresentações de suas seções, de seu vocabulário, de sua rotina, esses pontos foram deixados de lado para confirmar que praticava o jornalismo de forma adequada, útil, profissional. Ainda que não seja uma representação fidedigna do que foi dito por esta produção, no **Quadro 8**, pode-se verificar o quanto os números e outras características assumiam um papel importante no recorte considerado.

Veja – Depois de setembro de 1974	
Situação de enunciabilidade	Topoi
Janeiro de 1974	- 1973 foi um ano dádivoso (aumento de 30% no volume de anúncios e de 40% da tiragem)
Setembro de 1974	- Divulga-se o cumprimento honesto de seus objetivos iniciais
Dezembro de 1975	- Despedida de Mino Carta - A publicação estava sadia por causa da circulação, do número de leitores e do faturamento publicitário
Setembro de 1978	- Há promessas de que continuará no mesmo lado

	no futuro
Dezembro de 1978	- Duplicação da tiragem em três anos
Janeiro de 1979	- Afirmações sobre o jornalismo nobre e útil da revista
Dezembro de 1979	- A revista havia se implantado em definitivo na imprensa
Dezembro de 1980	- Crescimento da tiragem ao longo do ano

Quadro 8 – Veja de setembro de 1974 a dezembro de 1980

O Jornal Nacional, provavelmente porque considerava ter superado os entraves das operações técnicas para colocá-lo no ar, quer transparecer pelos livros que publicou que a sua preocupação após 1974 passou a ser a execução de seu trabalho no dia-a-dia. Isso incluía uma atenção maior ao formato e à linguagem, assim como a preparação de jornalistas capazes de seguir o modelo de telejornalismo concebido no programa. A introdução de novidades tecnológicas, como o *teleprompter*, a transmissão a cores, a possibilidade de entrada ao vivo, a compra de equipamentos mais leves, são citadas nas obras. Porém, diferentemente do primeiro momento em que dependia das inovações para existir, neste segundo momento, embora continue dependendo delas, é transmitida a ideia de que o telejornal teria contraído autonomia para utilizá-las. Pode ser por isso que passou a destacar a sua eficiência e as suas coberturas marcantes.

Como ocorreu antes, os obstáculos são reconhecidos quase sempre para indicar que eles foram vencidos com o aperfeiçoamento do produto. Há autores que creditam esses investimentos à mera tentativa de capturar o público (ORTIZ, 2013 p.5). Em depoimento sobre o trabalho no JN nesses tempos, Nilson Viana, que em 1974 fazia o espelho do telejornal, relatou as agruras de preparar conteúdos que não só atendessem às cinco regiões brasileiras como fossem compreensíveis em todas:

Você tem de atender os interesses do homem urbano e do homem rural; você tem o Nordeste, mas também o sul do país: você tem o litoral e o sertão. Como é que se ajeita tudo isso para despertar o interesse de toda essa gente? Eu sempre achei isso muito difícil. Eu não podia me valer da experiência em jornal até porque os jornais impressos são publicações basicamente locais. Política e economia eram, teoricamente, temas de interesse nacional. Mas esse critério me pareceu sempre muito genérico, amplo demais para poder servir de orientação segura (15 ANOS DE HISTÓRIA, 1984, p.140).

Outra adversidade citada era o recrutamento de profissionais que suprissem a demanda do JN. Como praticamente não existiam jornalistas prontos para atuar na televisão, estes eram buscados em outros veículos, em particular nos impressos, todavia, nem sempre conseguiam se adaptar. Daí porque, desde seus anos iniciais, treinamentos

passaram a ser promovidos. Quando o telejornal já considerava ter amadurecido um padrão próprio, o que coincidentemente ou não ocorreu na mesma época de sua demanda por mais jornalistas no afrouxamento do governo Geisel, ele teria intensificado as suas aulas para “fazer a conversão rápida do homem do texto para o homem da imagem” (15 ANOS DE HISTÓRIA, 1984, p.146). A fim de sistematizar o que era ensinado, chegou a produzir um documento, cujo enfoque era a redação de textos apropriados ao programa:

Em 1975, Armando Nogueira e Alice-Maria resolveram sistematizar algumas normas básicas de redação num pequeno manual. Eram seis páginas mimeografadas, que traziam algumas regras sobre como escrever para televisão. O texto ali era considerado um elemento fundamental para a compreensão dos fatos, desempenhando um papel que não era secundário (JORNAL NACIONAL, 2004, p.62).

No mesmo ano, a proibição da primeira versão da telenovela Roque Santeiro de ir ao ar motivou um posicionamento oficial da TV Globo contra o veto imposto pela censura. Um editorial, infelizmente não localizado, redigido por Roberto Marinho, foi lido por Cid Moreira em pleno Jornal Nacional⁴⁵.

A cobertura mais antiga descrita em detalhes, certamente porque havia sido planejada e se diferenciava de tudo até então feito, é a das eleições municipais de 1976, “devidamente testada, exaustivamente experimentada” (15 ANOS DE HISTÓRIA, 1984, p.196-197). Para ela, foi montado um ambicioso plano em que os repórteres foram distribuídos nas capitais e nas cidades de maior importância. Uma novidade é que Costa Manso foi utilizado como *anchorman*, ou homem-âncora, tal como havia nas principais emissoras norte-americanas. Dando provas do quão marcante toda iniciativa teria sido, foram trazidas falas do telejornal, as únicas identificadas no período. Na abertura da edição do dia da votação, Cid Moreira disse:

Eleições: a grande manchete de um dia de festa. O reencontro dos brasileiros com as urnas, em todo o país. A palavra de líderes dos dois partidos. O cumprimento tranquilo do dever de votar - uma característica das eleições municipais, de norte a sul do país. Os primeiros resultados apurados. A cobertura completa da escolha popular dos prefeitos e vereadores de quase quatro mil municípios brasileiros (15 ANOS DE HISTÓRIA, 1984, p. 196).

⁴⁵ Informações retiradas de: < <http://memoriaglobo.globo.com/programas/entretenimento/novelas/roque-santeiro/censura.htm>>. Acesso em: 10 jan. 2014.

Após o programa ser descrito em parte, em explicações sobre como foram feitas inserções de *flashes* de repórteres de vários estados, houve a recuperação, outra vez, de um enunciado do apresentador. Nele, insere-se na enunciação o trabalho do JN:

Vai começar, agora, a arrancada da apuração de votos. A reportagem política da Rede Globo está ligada, nos principais estados, a terminais de computadores. Aqui no Rio, o repórter Costa Manso está em linha direta com nossa equipe em todo o Brasil, apresentando boletins e flashes eleitorais desde as onze horas da manhã (Ibid., p.197).

Para finalizar as minúcias dessa cobertura, há a fala do *anchorman*, opinando que “os números iniciais não surpreendem” e encerrando a edição com “no próximo boletim, voltaremos com novos resultados. Boa noite e até já” (Ibid., p.197). Outras coberturas às quais as obras das Organizações Globo se referiram foram de factuais nacionais, de tragédias, greves, eventos culturais, e internacionais, a exemplo das revoluções islâmica e sandinista. Com a aproximação da nova década, a quantidade de fatos lembrados aumentou, suscitando que haveria uma maior confiança e até um maior orgulho do que estava sendo feito.

Por não se contar com muitos enunciados, a retomada da enunciabilidade dos cinco anos iniciais, deve ser feita com o que foi trazido nas eleições de 1976, como se vê no **Quadro 9**. Não é errôneo supor que os trechos “quatro mil municípios” e “em todo o país” possam ser análogos ao que o JN disse anteriormente para reforçar suas características, propagar a sua expansão, exaltar o seu quantitativo de público. Deve-se realçar que as construções semânticas “cobertura completa”, “reportagem da Globo ligada”, “linha direta com a equipe em todo o país” evidenciam mecanismos pelos quais o programa se faz sobressair. Todavia, outros dois aspectos não aparecem neste momento, a sua descrição como serviço de notícias pioneiro e a comemoração de sua liderança.

Jornal Nacional – Depois de setembro de 1974	
Situação de enunciabilidade	Topoi
Eleições municipais 1976	- Cobertura completa de quase 4 mil cidades dos principais estados - Repórteres em linha direta com o telejornal, ligados a terminais de computadores - O trabalho continua fora do horário do telejornal

Quadro 9 – Jornal Nacional de setembro de 1974 a dezembro de 1980

No antes e no depois, pode-se resumir que Folha de S. Paulo se mostrou mais com o passar dos anos, comprovou a sua ampliação amparada na aquisição de uma melhor estrutura e expôs-se com confiança. Veja trouxe recorrentemente dados de seu sucesso e afirmou-se com contundência, deixando de fazer promessas para o seu futuro. Já o JN foi colocado em suas lembranças como se estivesse com mais autonomia, com maior capacidade de se aperfeiçoar. Ainda que seja difícil compará-los, pode-se indicar que neles houve uma diminuição de enunciações que, caso continuassem sendo repetidas, não teriam muita serventia para fazê-los se sobressair. Em uma inferência genérica, teriam ficado de fora justamente as enunciabilidades que não eram mais capazes de realçá-los. Mesmo as que conseguiam fazer isso, incorporaram elementos que gradativamente focalizavam com mais intensidade as qualidades das produções.

No encerramento da década de 1970, Folha é o jornal impresso que corria atrás de sua modernização, que procurava ser mais veloz em todos os seus aspectos, na produção de notícias, na impressão e na distribuição. Veja, como seus números permitiam afirmar, declarava ser a maior revista semanal do país e discípula competente do que haveria de mais valioso no jornalismo. JN, o telejornal presente em todo o Brasil que experimentava novas maneira de funcionar, de ser estruturado e apresentado.

Assim, as produções desde as suas fundações foram se reforçando pelo que iam enunciando. Cada uma internalizou uma posição, uma postura, que as permitiu se colocarem como superlativas no que eram e no que faziam. Essa posição era justificada de variadas formas, por investimentos em maquinários, pela realização de expansões, pela venda recorde de exemplares, pelo fechamento de um contrato publicitário milionário. Talvez em razão dessa mesma superioridade, elas passaram a se conduzir com mais presunção, seja para falarem de si, seja para conferirem significados ao jornalismo, a como este deveria ser exercido e quais características deveria ter.

Tanto é assim que Folha disse não ter poupado sacrifícios para empreender modificações, que utilizava o que de mais perfeito existe na atualidade, que ela mesma trazia uma “visão diária do mundo”. Veja que oferecia o produto mais nobre do jornalismo, que “reconfortava-se” por cumprir honestamente a sua tarefa, que aplicava as regras clássicas do jornalismo. O Jornal Nacional, apesar de ter sido apresentado por poucos dizeres, sentia-se habilitado a demonstrar-se como aquele que possui capacidade de planejar e realizar uma cobertura completa.

O ponto que une Folha de S. Paulo, Veja e JN é a passagem deles de exemplares desconhecidos ou muito pouco conhecidos do jornalismo brasileiro para exemplares que

se fizeram mostrar com cada vez mais autoridade e certeza sobre quem são, sobre como falam de si e de sua atividade. Os três, mesmo atuando em mídias diferentes surgiram em condições variadas, porém se utilizaram desde o princípio de enunciados para descrever o jornalismo e a si mesmo. Os dizeres não possuem tantas semelhanças quando colocados lado a lado, entretanto, eles servem para corroborar as produções, em uma marcha que coincide com a ampliação e inserção delas no mercado.

O processo que está sendo sinalizado pela descrição arqueológica é que as iniciativas souberam se projetar com o passar dos anos. À medida que foram se colocando no núcleo da grande imprensa brasileira, conduziram as suas enunciabilidades não por explicações sobre quem eram, mas por diversas maneiras de atestarem a posição superiora que estavam conquistando. A passagem dos anos indicou que os produtos não se explicavam da mesma maneira como no início. Foi cada vez menos necessário trazer lições do jornalismo ou avisar em primeira página alguma alteração. Em substituição a isso, tornou-se indispensável evidenciar a primazia obtida.

Para isso, cada componente do objeto possuiu um tipo de comportamento. Folha gostava de proclamar seus investimentos concretizados em ações bem palpáveis. Veja estimava publicizar os números de seu crescimento e tecer considerações sobre a atuação de seus jornalistas. JN, mesmo nas poucas falas, queria corroborar que estava inserido em todo o país e que, por isso, trazia a manchete brasileira do dia. Ainda se utilizem de discursividades diferentes para se manifestarem, os três à sua maneira deram um jeito para se mostrarem com notoriedade.

As situações observadas não só confirmam que os veículos tendem a falar de si e do jornalismo quando completam anos de fundação e no decurso das festividades de fim de ano como demonstram que há uma prática discursiva (FOUCAULT, 2007), a qual foi sendo visibilizada no que foi relatado. Primeiro, as produções necessitavam ser cognoscíveis e, consoante isso acontecia, elas requeriam o reconhecimento de si.

Deve-se pontuar que a noção de prática em Foucault (2007) é abrangente e perpassa, dentre outras, as disposições envolvidas na enunciação de um enunciado, em sua formação e repasse, em sua aceitação ou recusa, em sua manifestação ou ocultação. Ela se relaciona às circunstâncias com que um discurso se desenvolve. É pela prática, afinal, que podem ser apontados quais fenômenos são indicados em uma manifestação enunciativa. Por ela, são mostradas as regularidades intrínsecas às manifestações, o que é fundamental para encontrar a rede conceitual atuante no discurso estudado (FISCHER, 2012, p.75).

Elas (as relações discursivas) estão, de alguma maneira, no limite do discurso: oferecem-lhe objetos de que ele pode falar, ou antes (pois essa imagem da oferta supõe que os objetos sejam formados de um lado e o discurso de outro), determinam o feixe de relações que o discurso deve efetuar para poder falar de tais ou quais objetos, para poder abordá-los, nomeá-los, analisá-los, classificá-los, explicá-los, etc. Essas relações caracterizam não a língua que o discurso utiliza, não as circunstâncias em que ele se desenvolve, mas o próprio discurso enquanto prática (FOUCAULT, 2002b, p.52)

Por enquanto, na chegada dos anos de 1980, como regularidade discursiva, pode ser apontada uma predisposição ascendente de Folha, Veja e JN de se anunciarem, de trazerem as suas novidades e, mais que isso, de as colocarem como algo positivo. Resta saber como isso repercute nos próximos anos. Dependendo de como eles continuaram se mostrando, é possível propor em quais regras de formação de enunciados estiveram assentados. Essas são entendidas como “condições de existência (mas também de coexistência, de manutenção, de modificação e de desaparecimento) em uma dada repartição discursiva” (FOUCAULT, 2007, p.43).

Isso somente pode ser empreendido caso se invista na percepção dos feixes de relações que permitem tornar possível o discurso avaliado. Afinal, deve-se verificar a sua irredutibilidade pelo modo, ainda que afetados por instituições, processos econômicos e sociais, formas de comportamento, normas, técnicas e caracterizações, com que falam sobre determinados assuntos, abordando-os, analisando-os, explicando-os por certas disposições. É por essas relações que o discurso é constituído em sua prática, e não só isso, deixa-se constituir por algumas regras.

3.3 A orientação de saberes

Até aqui, foi iniciada a descrição arqueológica de como Folha de S. Paulo, Veja e Jornal Nacional se mobilizavam para falar de si e do jornalismo desde as suas fundações até o começo da década de 1980. Os três foram observados em detalhes, pois assim pôde ser identificado o que eles abordavam em suas enunciações ao mesmo tempo em que foi possível trazer inferências sobre a condução dessas.

Conforme exposto, na fase em que este capítulo se concentrou, as empresas de comunicação modernizaram-se editorial e tecnicamente. Melo (2006, p.23) relembra que uma das consequências diretas disso teria sido um surto de inquietações sobre a prática jornalística. Passada à época das discussões legais, morais e deontológicas desta

profissão, ocorrida nos anos de 1950 e começo de 1960, teria emergido, principalmente nos anos de 1970, uma corrente preocupada em discutir a técnica jornalística em reflexões sobre como os veículos poderiam melhorar seus padrões editoriais de modo a favorecer a captação, a codificação e a difusão da mensagem noticiosa, utilizando apropriadamente as tecnologias em importação.

Entretanto, esse surto não apareceu no *corpus*. Nos discursos institucionais acompanhados, em vez de questionamentos sobre como o jornalismo deveria ser praticado, transparece sempre uma firmeza no exercício desta atividade. Em nenhum momento foi verbalizado quaisquer enunciados que remetessem a mudanças em suas práticas diárias, muito menos que esboçassem o quanto isso estava sendo motivo de aflição. Ao contrário, o que se viu foram afirmações cada vez mais contundentes.

Mesmo em oportunidades nas quais poderiam ter sido abertas reflexões sobre o trabalho jornalístico, como é o caso do caderno Folha 75, ficou-se basicamente com a divulgação de que máquinas haviam sido adquiridas e com a insistência em enfatizar que tudo daí em diante seria executado com mais velocidade. Em resumo, jamais foram sinalizadas dúvidas sobre o que estava sendo feito, muito menos foi cogitada qualquer discussão com o público sobre o que estava em andamento.

As falas recolhidas demonstram que os produtos jornalísticos concentraram neles mesmos não só a responsabilidade de sua consolidação como ainda da definição de um discurso sobre si, no qual não há espaço para dúvidas, dilemas e inquietações. Além do mais, esboçaram tacitamente modelos indiscutíveis ao jornalismo impresso, diário e semanal, e ao jornalismo audiovisual.

Ao agirem assim, disseminaram as ordens discursivas pelas quais puderam se anunciar. Em Foucault (1996), uma ordem do discurso é estabelecida quando algo se torna objeto do discurso e, por possuir falas tidas como verdadeiras, tem os seus enunciados replicados sem questionamentos. Embora o autor se preocupe em discutir a sua desestabilização, por aqui, fica-se com a ideia de que, através dela, são consolidadas e repetidas certas disposições.

Selecionando o que era objeto de seu desejo discursivo, as produções foram se constituindo e constituindo as suas enunciações. Regularam-se e traçaram controles externos e internos. Pelo controle externo, delimitaram o que adentraria ao discurso e, pelo interno, articularam os princípios de classificação, ordenamento e distribuição de seus discursos e enunciados. Foi ainda pelo estabelecimento de ordens discursivas que elas tomaram uma posição para falar.

Caso, com a prática discursiva desenvolvida, passe existir a formação de um conjunto de elementos, que faça os seus objetos adquirirem um *status* científico, delimite um espaço para os sujeitos tomarem posição para falar, coordene e subordine os enunciados e defina as possibilidades de utilização e apropriação de um discurso, é possível falar na existência de saberes (FOUCAULT, 2007, p.204). Esses não estão envolvidos apenas em disciplinas científicas.

Foucault entiende por saber las delimitaciones de y las relaciones entre: 1) aquello de lo qual se puede hablar en uma prática discursiva (el dominio de los objetos); 2) el espacio en el que el sujeto puede ubicarse para hablar de los objetos (posiciones subjetivas); 3) el campo de coordinación y de subordinación de los enunciados en el que los conceptos aparecen, son definidos, se aplican y se transforman; 4) las posibilidades de utilización y de apropiación de los discursos (CASTRO, 2004, p.498).

Os saberes se correlacionam a outros conceitos. Os principais são as noções de formação discursiva e de positividade. Sobre a primeira, diz-se que ela designa o funcionamento de enunciados, que são regidos na enunciação, nos conceitos, nas escolhas temáticas, de maneira mais ou menos semelhante (FOUCAULT, 2007, p.43). Já a segunda inclui a primeira. No entanto, a positividade é mais ampla, uma vez que está ligada às regras de formação das quais os enunciados dependem. É pela sua troca que ocorrerem as transformações. Os saberes decorrerem necessariamente das duas.

Pelo que foi trazido, pode-se considerar as recorrências dos enunciados coletados como expressão de saberes, não científicos, sobre o jornalismo. A sua orientação é verificada na sequência do estudo. Por hora, acredita-se que Folha, Veja e JN ao fazerem com que seus enunciados fossem aceitos e continuamente repetidos, teriam conseguido influenciar cada vez mais a grande imprensa. Com o crescimento de sua força, reforçariam a sua função sujeito:

Se uma proposição, uma frase, um conjunto de signos podem ser considerados ‘enunciadores’, não é porque houve, um dia, alguém para proferi-los ou para depositar, em algum lugar, seu traço provisório, mas sim na medida em que pode ser assinalada a posição do sujeito. Descrever uma formulação enquanto enunciado não consiste em analisar as relações entre o autor e o que ele disse (ou quis dizer, ou disse sem querer), mas em determinar qual é a posição que pode e deve ocupar todo indivíduo para ser seu sujeito (FOUCAULT, 2007, p.109).

O raciocínio utilizado neste capítulo pode ser visto, na **Figura 2**. Na fase abordada no capítulo a seguir, os produtos emitem as suas falas não mais como

desconhecidos que querem se projetar. Eles se anunciam por posições sujeito já estabelecidas, que se mantêm pela atuação de saberes e, logo, de poderes. Por se conhecer que eles seguem ocupando a liderança em suas mídias, a discussão é direcionada para como teriam mantido esse posto. Argumenta-se que teriam conseguido movimentar pelos discursos uma engrenagem de dominação.

Antes de encerrar, não se pode deixar passar que Folha, Veja e JN, ao argumentarem sobre si mesmos, revelaram-se de forma surpreendente. Não era de maneira alguma esperado encontrar tantas aberturas para falarem de si, muito menos que deixassem transparecer certas informações. Hoje, quem imaginaria ver Folha agradecendo por repetidas vezes seus anunciantes? Quem lembraria que Veja já foi tão professoral para explicar o jornalismo? Quem recordaria que o JN nos anos de 1970 quebrou o seu padrão de apresentação, inserindo um homem-âncora?

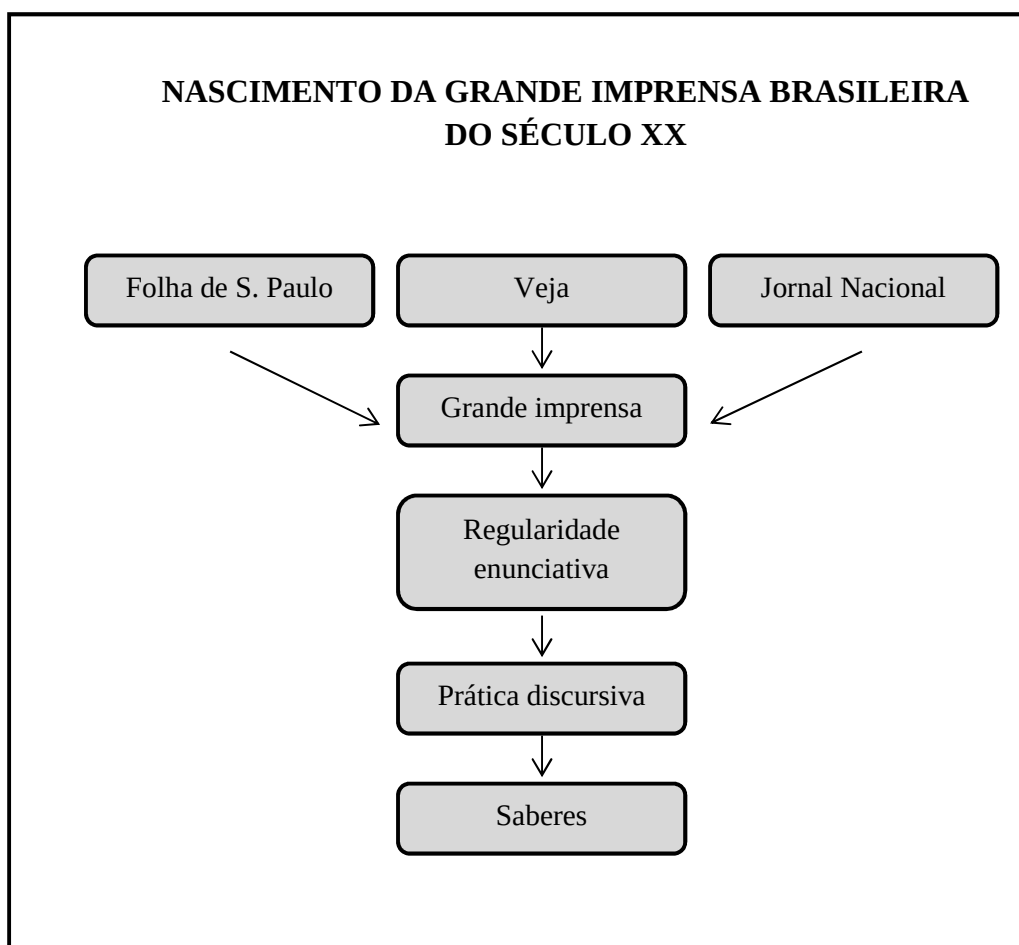


Figura 2 – Esquema de resumo do capítulo 3

4. A ENGRENAGEM DOS MECANISMOS DE DOMINAÇÃO: SOBRE O REFORÇO DAS INSTITUIÇÕES (DÉCADAS DE 1980 E 1990)

Nos primeiros 20 anos de existência da Folha de S. Paulo, nos 12 da Veja e nos 11 do Jornal Nacional, eles deixaram de ser novidades e, nesse processo, utilizaram-se de enunciabilidades particulares para falarem de si. Cada um desenvolveu mecanismos para se enunciarem que, por estabelecerem uma zona de constância aos dizeres, assentaram ordens discursivas. De forma crescente, os textos institucionais apontaram o sucesso dessas produções. Em grande parte a comprovação disso se deu com a constatação de elas que se diferenciavam de seus concorrentes e estavam em posição de supremacia no campo jornalístico brasileiro.

Os enunciados proferidos ocorreram por razões variadas, mobilizaram temas igualmente diferentes. Não obstante, denotando seu regramento, há pelo menos dois pontos em comum entre o jornal, a revista e o telejornal. Convenientemente, jamais discorreram sobre suas práticas jornalísticas com insegurança, nem trataram do jornalismo com indecisão. Quaisquer traços de sua fragilidade só foram explicitados depois de esses haverem sido solucionados.

Pode-se adiantar que isso se seguiu nas décadas de 1980 e 1990. Também nelas o quantitativo dos dizeres recolhidos se ampliou extraordinariamente. O volume não se deve somente a observação de oito anos a mais no caso de Veja e de nove da Folha. O número aumentou, pois, com a passagem dos anos, os motivos e as situações para falar de si cresceram.

Conservando-se as mesmas disposições usadas no capítulo anterior para recortar as manifestações enunciativas, é verificado que a Folha de S. Paulo fez o seu próprio nome aparecer mais vezes, engajou-se em assuntos políticos nacionais, mobilizou mais o leitor, realçou a sua opinião e o seu trabalho e etc. A Veja promoveu edições com as retrospectivas dos fatos, com as quais atestava a qualidade de sua cobertura; anunciou mais a introdução de novidades; demonstrou cada vez mais satisfação consigo mesma. O Jornal Nacional começou a explicar brevemente o seu trabalho na introdução de reportagens especiais, retornou ao seu passado, incluiu o nome dos repórteres nas chamadas de reportagens internacionais e em *links* ao vivo.

Para mapear a amplitude das diferenças encontradas, retrocede-se às enunciabilidades identificadas nos cinco primeiros anos dos três para mostrar a sua apresentação nos dois momentos posteriores que dividem este estudo. Para tanto,

aparecem no **Quadro 10** as colunas ‘Até o final da década de 1970’, período percorrido no capítulo anterior, e nas ‘Décadas de 1980 e 1990’, fase que é examinada neste capítulo. Sem avaliar se as discursividades tiveram mais ou menos influência com a passagem dos anos, o intuito é examinar o que continuou sendo mantido. Coincidentemente o que não aparece na segunda coluna também não surge na terceira. Isso retira a capacidade desses dizeres excluídos de atuarem a partir das regras de formação dos enunciados. Já as repetições indicam o que segue reiterado. As enunciabilidades que persistem possibilitam enxergar o sistema de enunciados posto em andamento pelos veículos.

Substituindo o que não foi encontrado por manifestações verificadas, no lugar das linhas ‘Incitavam equiparação ao jornalismo internacional’ e ‘Convocavam colaboradores na maioria das vezes para agradecê-los’, a Folha teria que seus enunciados ‘Refletiam sobre a imprensa’ e ‘Reconheciam a sua trajetória’. A Veja conteria dizeres que ‘Direcionavam-se aos leitores’. O JN possuiria manifestações que ‘Recuperavam o seu passado’, ‘Explicavam a sua atividade’ e ‘Manifestavam a sua opinião’.

Caso as discursividades encontradas sigam nos anos seguintes, pode-se considerá-las como formações discursivas (FDs), que estão por trás de como as produções se manifestam sobre si mesmas. Para Foucault (2002b), as FDs derivam de regras anônimas que definem o exercício da função enunciativa no tempo e no espaço.

Produção jornalística	5 Anos iniciais	Até o final da década de 1970	Décadas de 1980 e 1990
Folha de S. Paulo	Indicavam mudanças ocorridas	Sim	Sim
	Incitavam equiparação ao jornalismo internacional	Não	Não
	Descreviam características, lema, funções, objetivos e metas	Sim	Sim
	Comemoravam seu trabalho e suas vitórias	Sim	Sim
	Convocavam colaboradores na maioria das vezes para agradecê-los	Não	Não
Veja	Mostravam como a Veja funcionava	Não	Não
	Continham lições do jornalismo	Sim	Sim
	Comunicavam alguma novidade	Sim	Sim
	Comemoravam acertos	Sim	Sim
	Prometiam melhorias ao futuro	Sim	Sim
Jornal Nacional	Reforçavam as características diferenciais do telejornal	Sim	Sim
	Propunham um serviço de notícias pioneiro	Não	Não
	Exaltavam o quantitativo do público	Não	Não

	Comemoravam a liderança	Não	Não
	Propagavam sua expansão a outras localidades	Sim	Sim

Quadro 10 – Comparativo de enunciabilidade até os anos 1990

No período ora verificado, volta-se a perceber que os discursos permanecem cada vez mais ligados às produções. Não mais restritos à postulação de uma posição no campo eles vêm para confirmá-las enquanto instituições. Nessa nova fase, os três estão cientes de qual arranjo na imprensa brasileira ajudaram a arrumar e onde, enfim, amoldavam-se. Por essa razão, afinaram a sua prática discursiva, ajustaram os seus conceitos e o acúmulo de informações (FOUCAULT, 2007).

Fundamenta-se que esse processo aconteceu porque os saberes decorrentes deste manejo do discurso foram vinculados a poderes. Reforçando a afirmação, se o que é enunciado produziu saberes, uma derivação imediata é a sua ligação aos poderes. Pensar sobre eles é essencial para antever o laço existente entre o que é enunciado pelo objeto e a sua inserção como a grande imprensa do país.

Em Foucault, o saber só pode funcionar se for dotado de poder e o poder somente pode atuar se estiver amparado em saber, pois um é efeito do outro. É necessário indicar que ao autor:

O poder não pode ser concebido como uma coisa possível de ser (des)apropriada – por uma classe social, por exemplo -, mas trata-se mais propriamente de uma relação, ou melhor, de um exercício relacional e estratégico, que tampouco se apresenta como homogêneo, senão por singularidade – ou seja, que se define pelos pontos singulares por que passa (GADELHA, 2009, p.38).

Uma vez tendo formado seus enunciados e delimitado regras a eles, Folha, Veja e JN agiram para o seu fortalecimento. Ao se enxergar o elo obtido entre saber e poder, pode ser encontrada uma explicação para como eles conseguiram ficar, anos a fio, posicionados de maneira relevante no campo jornalístico.

Dessa maneira, neste capítulo a perspectiva arqueológica é complementada com a genealógica para que seja possível desnudar como os poderes operaram. Em edição do livro *Microfísica do poder* (FOUCAULT, 1985), Roberto Machado explica o que diferencia o tipo de estudo promovido por Foucault nas duas fases:

Digamos que a arqueologia, procurando estabelecer a constituição dos saberes privilegiando as interrelações discursivas e sua articulação com as instituições, respondia a como os saberes apareciam e se transformavam.

Podemos então dizer que a análise que em seguida é proposta tem como ponto de partida a questão do porquê (Ibid., p. X).

O próprio propositor das metodologias definiu assim as diferenças entre as duas: “enquanto a arqueologia é o método próprio à análise da discursividade local, a genealogia é a tática que, a partir da discursividade local assim descrita, ativa os saberes libertos da sujeição que emergem desta discursividade” (FOUCAULT, 1985, p.171). Conforme elucida Fischer (2012, p.75), para o pensador, o discurso ultrapassa a referência a coisas, sendo mais do que a mera expressão e utilização de letras, palavras e frases. O que é visibilizado pelos enunciados nos textos de instituições está permanentemente preso e amarrado a relações de poder, que as supõem e atualizam.

Para ilustrar como a genealogia é conduzida, pode-se recapitular que em *Vigiar e Punir*, obra mais conhecida desta fase, Foucault (1999) propõe que a história dos castigos e das punições não seja traçada pela história do direito penal ou das ciências humanas. Ela deveria ser pensada através das funções sociais que faz cumprir, como consequência da tática política, como uma tecnologia de poder, como resultado da compreensão sobre o corpo e do exercício sobre ele.

É imprudente cogitar para essa tese uma dimensão tão profunda, visto que a análise não se deslocará para os efeitos das instituições no tecido social. Há a ciência de que os meios de comunicação como um todo desempenham na sociedade moderna um papel-chave na produção de sentido (BERGER, LUCKMANN, 2004, p.68). Reconhece-se, ademais, que a imprensa é um tipo muito particular de instituição. Ela possui uma constituição muito distinta, por exemplo, de outras instituições como as que dão arcabouço ao sistema governamental, tais como hospitais, internatos, prisões, escolas. Walter Lippmann (BERGER; MAROCCO, 2008, p.152), em seus estudos na década de 1920, apontava que a “relação casual e unilateral entre leitores e a imprensa é uma anomalia de nossa civilização. Não há nada igual a ela e, portanto, é difícil comparar a imprensa com outro negócio ou instituição”.

Na teoria foucaultiana, a instituição é entendida como algo que mina as variações discursivas. Ela atua de maneira a deter a palavra e, ademais, possui o dom de persuadir pela verdade.

E a instituição responde: ‘Você não tem por que temer começar; estamos todos aí para lhe mostrar que o discurso está na ordem das leis; que há muito tempo se cuida de sua aparição; que lhe foi preparado um lugar que honra,

mas o desarma; e que, se lhe ocorre ter algum poder, é de nós, só de nós que ele advém' (FOUCAULT, 1996, p.7).

Assim, neste capítulo há a tentativa de refletir sobre o desenvolvimento de poderes e de suas tecnologias de atuação em Folha de S. Paulo, Veja e Jornal Nacional. Para isso, considera-se que as compreensões dessa iniciativa sobre o jornalismo decorrem estratégias e táticas que terminam por assentar como elas são vistas.

Os discursos são elementos ou blocos táticos no campo das correlações de força; podem existir discursos diferentes e mesmo contraditórios dentro de uma mesma estratégia; podem, ao contrário, circular sem mudar de forma em estratégias opostas (...). Mas, ao contrário, cumpre interrogá-los nos dois níveis, o de sua produtividade tática (que efeitos recíprocos de poder e saber proporcionam) e o de sua integração estratégica (que conjuntura e que correlação de força torna necessária sua utilização em tal ou qual episódio dos diversos confrontos produzidos (FOUCAULT, 1988, p.112).

Enquanto a perspectiva arqueológica serviu para enxergar como os discursos formaram e organizaram saberes para que elementos da grande imprensa falassem de si, a abordagem genealógica permitirá verificar como nos três os poderes são manobrados. Tem-se consciência de que aqui se vai de encontro à afirmação de que “o poder está em toda parte; não porque englobe tudo sob sua invencível unidade, mas porque provém de todos os lugares” (FOUCAULT, 1988, p.103). Faz-se isso porque o estudo desvencilha uma problemática específica.

Sobre o poder em Foucault, Gadelha (2009, p.38) alerta que ele não pode ser concebido como uma coisa possível de ser (des)apropriada, mas trata-se mais propriamente de uma relação, ou melhor, de um exercício relacional e estratégico que se define pelos pontos singulares por que passa. Maia (1995, p.88), acrescenta que “deve-se ter, pois, em mente, na procura de uma compreensão dinâmica das relações de poder, a ideia de uma rede. Rede esta que permeia todo o corpo social, articulando e integrando os diferentes focos de poder (...) que se apoiam uns nos outros”.

Na fase dissecada, o jornalismo tanto pensado em uma dimensão ampliada, que incluam as acomodações mundiais, quanto em uma dimensão local, que se restrinja a ocorrências nacionais, sofreu uma série de intervenções. Chanon e Bonville (2004, p.3) apontam que a partir das décadas de 1980 e 1990 as mídias se caracterizaram por uma grande diversificação e por uma superabundância da oferta. Por isso, longe de pretender um panorama completo do que acontecia, são pontuados alguns fatos para que se considere o cenário das enunciações perseguidas.

Não pode ser desprezado que, embora se defenda uma linha argumentativa centralizada no fortalecimento dos discursos de certas empresas, os debates sobre as perturbações provocadas pelo surgimento de novas mídias alastram-se exatamente nas duas décadas em questão. É nesse período que são acentuados os processos de desaparecimento de jornais impressos, de fusão de empresas e de promoção de medidas pelas mídias massivas para atrair mais público (MARCONDES FILHO, 2009a, p.107).

No final da década de 1980, as empresas de comunicação iniciaram a digitalização das redações alterando todas as fases do processo de produção de notícias. A digitalização trouxe inegáveis vantagens ao setor da comunicação, mas introduziu igualmente profundas alterações no ecossistema midiático, obrigando as empresas a repensarem o espaço e a forma de actuar num mundo digital ligado através de uma rede global de informação complexa e competitiva (CANAVILHAS, 2011, p.15).

Encontra-se no estudo de Silva (2007) uma listagem do que estava acontecendo no Brasil:

1) Concentração empresarial; 2) Encolhimento do mercado de trabalho jornalístico nas redações dos principais jornais; 3) Expansão do mercado em assessorias, sindicatos, empresas; 4) Expansão da oferta de mão de obra com a proliferação dos cursos de comunicação; 5) Disputa por lugares, por exemplo, entre RPs e jornalistas; 6) Alteração do perfil da mão de obra, troca dos velhos jornalistas autodidatas pelos jovens com formação universitária; 7) Reformas estruturais (ambiente e relações de trabalho), redacionais e gráficas que alteram a identidade dos principais jornais do país (SILVA, 2007, p. 13).

De acordo com Marcondes Filho (2009b, p.52), de maneira geral houve um desaparecimento das posturas político-partidárias nos textos. Ainda teria ocorrido a eclosão do jornalista *yuppie*⁴⁶, que ideologicamente não se incomodava em se submeter ao que os donos de empresas jornalísticas preconizavam.

Sem incorrer no risco de cometer algum equívoco, pode-se afirmar que nos anos de 1990 há a intensificação de tudo o que se observou na década anterior. O jornalismo nacional desse tempo costuma ser lembrado pelos excessos cometidos, principalmente pela espetacularização da notícia, pela recorrência de critérios de enunciabilidade aproximados do entretenimento (NASSIF, 2003).

⁴⁶ Expressão para “Young Urban Professional” ou, em tradução livre, “Profissional jovem urbano”. O termo em discordância com os *hippies* tem como imagem estereotipada a figura de profissionais entre 20 e 40 anos, que concluíram a universidade e seguem as tendências da moda. Ver: < <http://pt.wikipedia.org/wiki/Yuppie>>. Acesso em: 2 jan. 2014.

Segundo Christofolletti (2011, p. 9), no final da referida década as empresas empregaram esforços para ‘ouvir mais’ seu público através de pesquisas de opinião e de grupos focais, que incentivaram a participação, a colaboração, a interação. Em decorrência dessas avaliações, “os jornalistas foram obrigados a produzir textos mais curtos, a escolher títulos sintéticos, a se preocupar com o uso da imagem” (ABREU, 2002, p.30).

4.1 As conjunturas das produções e suas manifestações enunciativas

Neste tópico, as três produções são descritas separadamente por causa da quantidade, dado o recorte longitudinal, ampla de dizeres para contá-las. Mesmo que a preferência tenha sido essa, isso não invalida a percepção dos veículos como elementos da grande imprensa brasileira.

4.1.1 Folha de S. Paulo

Na Folha de S. Paulo o número de menções a ela mesma cresceu. Porém, houve um distanciamento entre aquilo que havia sido veiculado anteriormente e o que passou a ser apregoado. Não que todos os motivos existentes para falar de si tenham desaparecido ou tenham sido trocados por outros. Como já pontuado, o que ocorreu foi o acréscimo de razões para a publicação empregar o seu nome, utilizando-o para promover produtos, vinculá-lo a assuntos externos ou simplesmente sublinhar características mezinhas de seu ofício, adicionadas com vontade à textualidade.

O mais surpreendente é que a dedicação dispensada à propagação de realizações com potencial de aperfeiçoar a sua distribuição, a sua técnica ou aumentar a sua velocidade, significativa nos dez anos anteriores, não recebeu tanta atenção nos enunciados. Embora os investimentos continuassem existindo e sendo cada vez mais conjecturados, conforme mostram os 25 documentos internos circulantes entre 1981 e 1997⁴⁷, poucos foram levados claramente aos leitores. Da mesma maneira, não houve disposição em se propagar alguns dos números positivos que outrora a legitimavam. Os

⁴⁷ Esses documentos foram produzidos para as reformas editoriais de 1981, 1984, 1985, 1986 (esses quatro constituem o conhecido Projeto Folha) e 1997. Eles estão disponibilizados em: <http://www1.folha.uol.com.br/institucional/linha_editorial.shtml>. Acesso em: 2 nov. 2013.

relatos sobre a organização e o trabalho na redação se dissiparam. E quando alguma inovação era alardeada, não vinha mais com os dizeres superlativos de antigamente.

No discurso que colocava a público, espelhou mais os acontecimentos com os quais estava envolvida. Duas das razões que motivaram isso podem ter sido, primeiro, a sua decisão gerencial de ser um grande jornal, influente e bem executado, e, segundo, as circunstâncias políticas do Brasil. Não se pôde medir qual desses fatores teria predominado. De todo modo, embora a sua disposição de trazer a realidade política fosse um pouco atrasada, uma vez que estudos das ciências sociais já cobravam da imprensa essa responsabilidade no final do século XIX (MAROCCO, BERGER, 2006; KUNCZIK, 2002), ela confluía com as novas exigências estabelecidas.

Para Chaparro (1994) e Abramo (1999) houve uma dupla concomitância entre as suas decisões internas e a sua visibilização externa. Pois, se o processo de entrada no regime democrático estava concedendo uma maior liberdade às falas, ele teria contribuído para o diário desejar mudar como se mostrava. Na lógica inversa, foi somente com a consecução de ações de ordem empresarial que ele se portou diferente e pôde se engajar em questões sociais.

Detendo-se nas partes recolhidas, antecipa-se em linhas gerais como ocorreu a distribuição dos dizeres. Seguindo o que vinha sendo indicado nos anos de 1970, pouco foi encontrado nos editoriais, ainda que esses, vez por outra, tenham sido utilizados em mensagens de aniversário. Dois diferenciais foram avistados logo de cara. Um é que se antes esse gênero opinativo aparecia em dois textos de cada edição, na virada da década ele vinha em três. O segundo diferencial é que se outrora o nome Folha nunca era citado, ele começou a aparecer. De acordo com Conti (1999, p.307), os escritos eram discutidos todas as tardes entre os editorialistas e Octávio Frias de Oliveira. Geralmente, um era sobre economia, outro sobre política e um último mais leve sobre questões municipais.

Continuando a comparação, nas primeiras páginas não se publicaram mais textos com o intuito de divulgar aquisições e alterações promovidas, tal como ocorrera em ocasiões pontuais. Porém, corroborando a tendência observada no editorial, também nelas houve um aumento no número de vezes em que o nome Folha, sempre com fonte em destaque, geralmente em negrito, começou a ser visto. Utilizado para publicizar o trabalho jornalístico ou para batizar alguma seção, pôde-se avistá-lo com frequência em praticamente todos os números nas chamadas principais e também nas secundárias.

Fazia-se alusão às coberturas realizadas, a pontos de vista defendidos ou simplesmente se acentuava ao leitor qual produto ele folheava.

Parece haver nisso uma tentativa de centralizar o conteúdo. Leal e Carvalho (2012) creem que nessa autorreferencialidade seria assentado um mundo fechado, “insular”. Ao jornal, isso legitimaria e autenticaria os acontecimentos por ele narrados, enquanto que, aos consumidores, manteria ativo o interesse sobre o produto. O artifício ainda colocaria em jogo a “crença em um suposto padrão de confiabilidade das informações geradas pela própria organização empresarial da qual faz parte a Folha, em uma estratégia narcísica que não descuida dos aspectos mercadológicos, inclusive no que diz respeito à fidelização dos leitores” (LEAL, CARVALHO, 2012, p.13). Klein (2013), observando como a autorreferencialidade é compreendida por pesquisadores nacionais, adiciona que, ademais, ela pode ser refletida como um mecanismo para capturar o leitor. Gomes (2009) considera que esse tipo de discurso tem como propósito afirmar o valor da imprensa.

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

Em relação aos materiais lançados às comemorações de aniversário, deve-se dizer que eles não tinham um espaço fixo. Tanto apareceram nos editoriais e nas primeiras páginas quanto possuíram uma cobertura jornalística padrão em notícias e reportagens. Se ao longo das duas décadas a Folha de S. Paulo completou 60, 65, 70 e 75 anos, momentos propícios a homenagens e recordações, as datas não ensejaram a veiculação de um material mais completo, diga-se com mais de uma página, que propagasse informações variadas e aprofundadas sobre a publicação. Um dado que pode ter colaborado para a ausência desses textos é que as comemorações não estavam mais contidas apenas neles. A organização de eventos para marcar o 19 de fevereiro se tornou comum. Uns eram concentrados somente nas temporadas dos festejos, outros tinham propostas mais ambiciosas e discutiam temas controversos pautados pela agenda pública.

No que foi encontrado, algumas das temáticas foram remodeladas em sua abordagem ao mesmo tempo que outras foram incluídas. Dentre o que foi acrescentado, colocar a imprensa no centro das discussões foi o caso que mais chamou a atenção. Até

então pouco abordada, ela foi trazida tanto em reflexões sobre a sua importância à sociedade quanto foi resgatada para que o jornal se colocasse como um exemplo. Outro assunto mobilizado com um certo ineditismo é o seu passado. Se ele surgira acanhadamente em seus anos iniciais, talvez porque a sua curta existência fosse insuficiente para incitá-lo, desta vez, aparece. É bem verdade que se recorre na maioria dos casos aos mesmos fatos e informações. Os proprietários do diário, as variações no direcionamento do conteúdo, a compra e a instalação de equipamentos são os tópicos mais reiterados a cada oportunidade. Em geral, a sua história é dividida em quatro momentos, repartidos a partir da troca de proprietários ou da orientação ideológica.

Separando-se as duas décadas a fim de sucintamente verificar o que estava ocorrendo nelas, tem-se nos anos de 1980 circunstâncias particularmente decisivas. Neste momento a Folha de S. Paulo corria atrás de uma sanção muito mais subjetiva do que a amparada somente em números. Desejava ser creditada como detentora de qualidade e, na tentativa de suprir isso, elaborou metas e decisões firmes que suscitaram, além do mais, o seu empenho em favor da democracia no país.

Nos dez anos que o compreendem, foram adotadas medidas à sua profissionalização, como queriam seus dirigentes, e se passou a expor parte das regras de padronização redacional adotadas. Para isso, foram promovidas reformas editoriais (ver **Quadro 11**) e organizado um Manual de Redação, cuja primeira edição data de 1984, que passou a ser bastante utilizado como modelo pelas escolas de jornalismo. Um elemento importante é que o impresso passou a ser “o jornal mais vendido do país entre os diários nacionais de interesse geral”⁴⁸. Nunca se precisou quando isso se deu, porém “provavelmente ocorreu entre o final de 1982 e o começo de 1983, e sabe-se que foi uma edição de domingo” (PINTO, 2012, p.72).

Como brevemente anunciado no capítulo anterior, o salto do diário visando ao seu crescimento e ao aumento de prestígio social foi iniciado em 1974 com o desenho de como ele deveria ser conduzido na abertura política (CONTI, 1999, p.317). Daí em diante, investiu em alterações que propiciassem o debate e a disseminação de diferentes pontos de vista em suas páginas, o que por um lado teria auxiliado na aproximação de um novo perfil de público e por outro teria interferido em como a sua imagem seria depreendida.

⁴⁸ Assim está escrito no site institucional do Grupo Folha. Para consultar: <http://www1.folha.uol.com.br/institucional/conheca_a_folha.shtml>. Acesso em: 24 out. 2013.

Segundo Melo (1985, p.90), entre 1975 e 1976, o comentário reaparece com vigor com a reconfiguração da página opinativa e a contratação de nomes como Alberto Dines, Ruy Lopes, Josué Guimarães, Samuel Wainer, dentre outros. As mudanças não se deram à toa, como se vê em:

O projeto liberalizante de Geisel e Golbery, bem como o sinal verde para que a Folha avançasse editorialmente, confluíram com a mudança das perspectivas empresariais de Frias. (...). (Ele) passou a encarar a Folha como algo mais que um meio de ganhar dinheiro. Terminara a reformulação administrativa do jornal. Agora, se dedicava à sua melhoria editorial. Queria transformá-lo numa instituição independente, lucrativa e influente (CONTI, 1999, p.317).

Marcondes Filho (UM PAÍS ABERTO, 2003, p.71) esclarece que uma das iniciativas tomadas para que a produção fosse percebida como diversificada foi absorver “rapidamente jornalistas que batalharam na imprensa alternativa”. Outra iniciativa foi convidar artistas, intelectuais e professores universitários para redigirem e publicarem seus textos, o que teria atraído leitores de classes mais elitistas (CONTI, 1999, p.318). Essas ações fizeram parte de um primeiro conjunto de reformas, executado entre 1975 e 1977. Segundo Cláudio Abramo (1999, p.87), elas não poderiam ser efetuadas antes, pois “de 1969 a 1972 a Folha atravessou um período negro, em que não havia espaço político algum no jornal. Na verdade, o jornal não tinha condições de resistir a pressões do governo, e por isso, não provocava”.

Conta-se que o ensejo decisivo para a implantação das modificações foi um encontro, em 1975, em Nova Iorque entre o jornalista acima citado e Octávio Frias de Oliveira, quando se discutiu que Folha precisava mudar (GENTILLI, 2001, 2009). Entre as mudanças estavam uma espécie de associação com a rodoviária, que facilitaria a distribuição de seus exemplares; a implantação das páginas 2 e 3; e a montagem de nova equipe de profissionais. Silva (UM PAÍS ABERTO, 2003, p.24) crava esse momento como o início da construção de uma política editorial própria, que só findaria em 1984, mesmo ano em que Frias Filho é convidado por seu pai a ser diretor de redação. Coberturas como a da morte do jornalista Wladimir Herzog e as das greves sindicais do ABC paulista são consideradas marcos do que estava em andamento (PINTO, 2012).

Agora e, sobretudo após as greves de 1979, a ‘Folha’ começou a buscar fórmulas de combinação das posições que emergem das diversas editorias com os lineamentos que são propostos, discutidos e implementados a partir do Conselho Editorial. Nessa medida, não é de se estranhar que ainda haja eventuais descompassos entre a linha editorial – que busca a temática aguda

do que denomina de ‘nova sociedade civil’ - e o trabalho cotidiano da redação (MOTA, CAPELATO, 1981, p. 264).

Em fala em debate promovido pelo jornal, Capelato acrescenta que a publicação apoiou o golpe militar e passou mais de dez anos desse período ocupada em se modernizar (UM PAÍS ABERTO, 2003, p.41). Só depois, começou a se incomodar com a sua posição política e com a organização de suas produções. Quando isso virou uma preocupação, ela teria ficado por cerca de quinze anos comprometida a mudar. Para a mencionada autora, nem a prisão em 1977 do jornalista Lourenço Diaféria, redator de uma crônica considerada como ofensiva pelas Forças Armadas, nem a saída de Claudio Abramo, em decorrência deste caso, alteraram os rumos do que estava sendo promovido. Tampouco, a greve dos jornalistas por melhores salários, ocorrida em 1979, flexibilizou os planos.

Ao contrário, a chegada da década seguinte trouxe rigor ao processo, que passou a ser mais sistematizado, com a divulgação do que se queria entre os profissionais, e controlado, com a fiscalização daquilo que a eles se exigia. Nela, é inaugurada a fase de propagação de textos que, juntos, direcionavam as reformas editoriais:

Em 1981, o documento ‘A Folha e alguns passos que é preciso dar’ convidava os que ocupavam postos de chefia a optar pelos objetivos da empresa ou deixar seus cargos, estabelecendo como prioridades a informação correta, a interpretação competente e a pluralidade de opiniões (PINTO, 2012, p.72).

Em poucos anos, as medidas culminaram na campanha das Diretas-Já, quando a Folha se empenhou em ser o jornal da abertura. Manchetes como “300 mil nas ruas pelas diretas (FOLHA DE S. PAULO, 26/01/1984) e “A nação frustrada! Apesar da maioria de 298 votos, faltaram 22 para aprovar diretas” (FOLHA DE S. PAULO, 26/04/1984) dão mostras do engajamento assumido. Matos (2008) recorda que, entre os grandes diários, este teria sido o primeiro a levantar explicitamente a bandeira em favor das eleições democráticas, assumindo uma posição militante e ativa.

Entretanto, para vários estudiosos, a exemplo de Moretzsohn (2002), tal comportamento não teria passado de uma brilhante estratégia de *marketing*. Pois, ao mesmo tempo em que defendia eleições livres, o periódico coincidentemente estava assumindo o jornalismo como um negócio, que se orientava cada vez mais segundo os preceitos capitalistas.

Diz-se, e sem desmentidos, que a adesão à campanha das ‘Diretas-Já’ foi um lance genial de *marketing*, plenamente bem-sucedido, pois a Folha de S. Paulo se tornou o principal jornal do Brasil, tanto em tiragem quanto em conceito na opinião pública. Os argumentos dos que consideravam a opção libertária da Folha uma estratégia de *marketing* eram reforçados pelo fato de a mesma empresa editar também a Folha da Tarde, à época um jornal alinhado com o regime militar e a repressão (CHAPARRO, 1994, p.91).

Seja como for, 1984 foi um ano símbolo à Folha tanto pelo envolvimento que ela provocou na classe média, conclamando-a a ir às ruas, quanto pelas alterações que iniciou após essa mobilização (UM PAÍS ABERTO, 2003). Foi neste ano que o Projeto Folha, como ficou conhecido o conjunto de reformas editoriais promovido até 1987 foi iniciado com uma série de modificações, gráficas e estruturais, formalizadas em documentos de difusão externa e interna. Aí se cristalizaram como princípios o apartidarismo, a independência e o espírito crítico e se passou a investir em textos curtos, gráficos e tabelas e em mais cadernos e colunas. Além do mais, a redação foi ordenada de forma mais metódica e racional (SILVA, 2005a, p.17), o que seria um reflexo da influência consciente e não ocasional do modelo do jornalismo americano no Brasil (SILVA, 1991, p.86).

Por consequência foi desenvolvida, “uma nova fase na vida do jornal. Uma fase de menos proselitismo político e de maior preocupação com a técnica da atividade; de menos dedicação à ideologia política e de reformulação de uma ideologia jornalística” (Ibid., p.77).

As medidas se fizeram acompanhar de um forte esforço argumentativo emanando de ações, dispositivos, discursos, produzindo e reforçando o valor das mudanças, como a publicação de manuais de redação e de estilo, regras deontológicas, implantação de programas de redução de erros (principalmente os de digitação, gramaticais e estilísticos), organização de seminários internos de formação contínua, atribuição de prêmios de jornalismo para as reportagens publicadas no jornal, organização de programas de *training* com estudantes do último ano e recém-formados em jornalismo, procedimentos de certificação (TQC - Controle de Qualidade Total - e ISO 9000) (MAIA, 2006, p. 2).

Silva (2001, p.277) chama a atenção de que, através dos manuais de redação de 1984, 1987 e 1992, a Folha colocava que os seus projetos político-editoriais acompanhavam as mudanças sociais e históricas.

Apesar de tudo ser exposto como positivo nos discursos institucionais, as implantações trouxeram alvoroço entre funcionários e sindicalistas, principalmente em razão das demissões de jornalistas considerados despreparados em desempenhar as

novas solicitações e das cobranças para atender às exigências de normatização do exercício do jornalismo. Também foram muitos os questionamentos lançados acerca da autoridade que estava sendo exercida. Em posfácio da primeira edição do livro de Silva (1988, p.214), Mino Carta escreve que “o Projeto Folha afirma um punhado de bons propósitos, progressistas, para usar uma palavra em voga. Ao mesmo tempo, não nega a sua vocação burguesa”. Conti (1999) resume da seguinte forma o que aconteceu:

O Projeto Folha defendia a renovação gerencial (padronização de procedimentos, normas e metas) numa linguagem esquerdista, informado pela teoria crítica da Escola de Frankfurt. O Projeto visava o enquadramento dos jornalistas na racionalidade produtiva, ao mesmo tempo que pregava a abolição das fronteiras entre trabalho e descanso. Propugnava a existência de um ser jornalístico total, mas afirmava que o jornal era tão-somente uma mercadoria (...). Em meio à cizânia, mudou a redação e o jornal contratou jovens recém-egressos da universidade, muitos deles seus amigos e quase todos ex-militantes do movimento estudantil. Injetou inquietação e agressividade na cobertura da Folha (CONTI, 1999, p.446).

Após todas as implementações, em fins dos anos de 1980, o país estava em outras circunstâncias, que envolvia eleições diretas e a elaboração de uma nova Constituição. Paradoxalmente, o diário, por cobrar a todo custo rigidez com seus princípios jornalísticos, passou a ser acusado por agir em contradição ao seu passado recente. O modo como realizou algumas coberturas com neutralidade, a exemplo das eleições de 1988, provocou reservas pelo desvelo dispensado a candidatos de diferentes correntes.

Não somente para largos segmentos da opinião pública, mas também para a própria equipe interna, foi um choque traumático ver o jornal quase passional das Diretas-Já passar a criticar com a mesma independência os pecados da direita e da esquerda (...) (CHAPARRO, 1994, p.92).

Antes de apresentar os fatos que o marcaram nos anos de 1990, no **Quadro 11** colocado a seguir foi elaborado um resumo das várias reformas editoriais dos anos de 1980 para que sejam conhecidas as orientações dirigidas aos jornalistas. Procurou-se sintetizar, às vezes com a separação de enunciados, o que era propagado, realçando, quando havia, as descrições utilizadas à definição do jornal e à especificação do jornalismo a ser exercido. Não há a intenção de, posteriormente, contrapor se o que estava sendo pregado nos vários documentos reverberou no que foi posto em circulação.

Mesmo assim, é significativo observar, apenas detendo-se nos títulos dos documentos lançados que a evolução das reformas ocorreu por três direções sucessivas.

Primeiro, quase como uma preparação ao que viria, teve-se o cuidado de anunciar e de reforçar a necessidade de o diário se movimentar. Depois, passou-se a expor o que deveria ser buscado, incluindo aí os valores desejados, de forma mais diretiva. Em seguida, aproveitando-se de toda a ufania das Diretas, incitou-se a sua recondução, atacando erros e problemas, com lições para crescer, possuir mais qualidade e uma maior capacidade de enfrentar a concorrência.

Por causa da evidenciação de várias características positivas, como se vê na terceira coluna do quadro, nem parece que os textos eram, ao menos inicialmente, restritos à redação. Ainda observando os fragmentos selecionados, verifica-se que com a passagem dos anos, o nível argumentativo com a indicação do que deveria ser feito aumentou. Se inicialmente os enunciados defendiam características a serem desenvolvidas, muitas delas arroladas em abstrações, pouco a pouco eles começam a fazer apelações mais contundentes, empenhadas em explicar porque Folha deveria mudar. Para que ela se refinasse, fizesse um jornalismo melhor, solucionasse problemas, colaborasse com a sociedade e etc., estão entre as justificativas que aparecem. Nas orientações, coloca-se tanto o que deveria ser feito ou oferecido aos leitores quanto se insere o que o jornal possuía. Jamais se diz que alguma disposição das décadas anteriores não possui mais serventia, que deve ser trocada ou que está obsoleta.

Para Cristóvão (2012), os projetos editoriais e gráficos estão impregnados de uma interlocução dialógica com seus públicos diretos e indiretos. De acordo com ele, cada um teria uma característica. Em 1982, exigia-se o apartidarismo profissional. Em 1984, logo após as Diretas-Já, pedia-se mais união. Em 1985, chamava a atenção a preocupação com o leitor. Entre 1986 e 1987, valorizava-se a informação exclusiva. Em 1988, o lançamento do documento teria motivado o avanço da concorrência.

Reformas editoriais da Folha de S. Paulo – Anos de 1980		
Ano	Texto	Indicações ao jornal/Descrições de si
1981	“A Folha e alguns passos que é preciso dar”	- Precisa oferecer “informação correta, interpretação competente sobre essa informação e pluralidade de opiniões sobre os fatos” - Deve ter suas próprias convicções a fim de transformar-se em “ser ativo, com uma identidade visível e um certo papel a desempenhar”
	“Um ponto de passado e futuro”	- “É, de fato, um jornal independente, confiável naquilo que publica e cujas atitudes devem ser permanentemente levadas em consideração” - É um “órgão liberal-progressista”: seguidor do liberalismo político, preocupado em reformar o capitalismo brasileiro para solucionar problemas sociais mais graves

	“Os passos necessários”	- Conta com a confiança do público leitor “porque não deturpa, ao menos deliberadamente, fatos, porque não faz campanhas de linchamento moral, porque procura não ser nem elitista nem sensacionalista” - É mais “influyente, mais forte e mais conhecido” do que era nas décadas anteriores - A meta é “elevar a qualidade técnica, informativa”
1984	“Credibilidade exige responsabilidade”	- Depois das Diretas-Já, tornou-se “impraticável” ignorar a Folha - “Há disposição para crescer e mudar”
	“A busca do jornalismo moderno e apartidário”	- O projeto Folha procura pôr em prática um jornalismo crítico, pluralista, apartidário e moderno - “O principal objetivo do nosso trabalho é formar, entre nós, uma opinião pública esclarecida, crítica e atuante”
	“Precisamos atacar os problemas”	- Frente à necessidade de atacar os problemas, é preciso uniformizar os critérios editoriais e técnicos, uma tentativa disso é o lançamento do Manual de Redação - Os que ocupam funções de chefia precisam se voltar aos problemas estruturais - 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”
1985	“Depois da redemocratização”	- “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” - “Devemos aprofundar a política editorial traduzida na prática de um jornalismo crítico, apartidário, moderno e pluralista” - “O jornalismo não é mais artesanato, mas uma atividade industrial que reivindica método, planejamento, organização e controle”
	“Investimento e qualidade”	- “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”
	“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”
1986	“Perspectivas”	- O Projeto Folha, o Manual de Redação e o programa de metas 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”
	“A Folha em busca de excelência”	- “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”
	“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 arte da boa edição”	- “O jornal tem que noticiar tudo o que sabe comprovadamente, de modo conciso, exato e completo”
	“Metas para um estilo marcante”	- “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”
1988	“Aprendendo com as falhas”	- A Folha “está também na origem, indiretamente, das alterações velozes e profundas no restante da mídia, por influência do espírito que criou” - “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 (...) o trabalho mal começou” - “O jornal está firmemente disposto a ultrapassar suas próprias marcas e exigir cada vez mais”
	“Reforma gráfica”	Nada
	“Profissionais qualificados”	Nada
	“Segmentação ou riqueza de detalhes?”	Nada
	“Planejamento”	Nada
	“Competição e modernização”	“Está em nossas 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”

Quadro 11 – Reformas editoriais da Folha de S. Paulo nos anos de 1980

Em 24 de setembro de 1989, o diário começa a reservar na edição dos domingos um espaço no caderno principal para a coluna do *ombudsman*. Em sua estreia, Caio Tulio Costa, o primeiro jornalista ocupante desta posição, explanava aos leitores qual seria a sua responsabilidade na função. Já no título “Quando alguém é pago para defender o leitor” se evidenciava a perspectiva adotada pelo jornal, muito semelhante a seguida nos Estados Unidos, onde este profissional atuava como um advogado do leitor.

Na Folha, esta coluna irá no mesmo passo. Vai comentar as notícias da semana e a maneira como a imprensa tratou os assuntos com um único objetivo: ler os jornais e escutar as notícias com olhos e ouvidos de leitor exigente. Informação correta é requisito para se ter opinião e decidir sobre as coisas da vida (FOLHA DE S. PAULO, 24/09/1989, p. A-6).

Ademais, ficava-se sabendo que o jornalista indicado ficaria nesta função por um ano, podendo continuar nela por igual período, caso a direção da empresa e o próprio profissional concordassem com isso. Ao analisar as colunas dos onze *ombudsmen* de 1989 a 2012, Franzoni (2013) acredita que esta figura ocupa um lugar de fala interessante para se perceber o aprimoramento do jornalismo, uma vez que por meio dela são demonstradas três posições enunciativas, uma que se liga ao campo jornalístico, outra que reflete a linha editorial do veículo e a última que dissemina noções do fazer jornalístico.

Diante de tanta movimentação nos anos de 1980, a década de 1990 é uma fase em que os objetivos e as reformulações não são muito discutidos. Somente uma reforma editorial ocorreu em dez anos. Provavelmente porque, após ter promovido uma quantidade razoável de mudanças, o periódico quisesse dar um tempo nelas. Em compensação, ele estava mais predisposto a fazer autoanálises. Pinto (2012, p.96) coloca que “na década de 1990, a Folha colheu o que plantara nos anos anteriores. Em 1991, publicava mais da metade de toda a publicidade de varejo de São Paulo, em números de páginas”.

Duas das recordações lembradas com satisfação são as eleições presidenciais de 1989 e, não muito depois, a movimentação do processo de *impeachment* contra Fernando Collor de Mello ocorrido em 1992 (Ibid., p.86). Como se quisesse certificar o seu amadurecimento, a publicação se vangloriava de seu comportamento cauteloso e acertado de nunca ter entrado na onda colorida que elegeu o político.

Uma invasão da Polícia Federal à sede do jornal para averiguar uma suposta irregularidade nas vendas de anúncios, durante a substituição do cruzado novo pelo cruzeiro, foi um episódio conturbado desta época. E merece ser lembrado pela repercussão causada. Folha, assim como outros jornais, teria cobrado na nova moeda anúncios contratados na antiga (Ibid., p.88). Mas, foi a única a ver policiais na redação. Por isso, creditou o fato a uma perseguição articulada pelo presidente da República, incomodado com as críticas a seu mandato e a sua vida pessoal. Tal foi a exaltação provocada que no dia seguinte ao da batida, um editorial, excepcionalmente impresso na primeira página, foi posto em circulação. Já no parágrafo inicial, tem-se ideia da dimensão que o fato tomou:

*Assassinos de ordem jurídica, anunciadores do tumulto fascista que se desencadeia sobre a sociedade brasileira, esbirros de uma ditadura ainda sem nome - “Era Collor?”, “Brasil Novo?” - invadiram ontem a **Folha de S.***

***Paulo.** Este fato culmina a série de agressões, de arbitrariedades e de violências que, em nome do combate à inflação, configuram um clima de terrorismo de Estado só comparável ao dos períodos mais infames e vergonhosos da história brasileira (FOLHA DE S. PAULO, 24/03/1990).*

Com o estrondo feito, o Congresso retirou todas as medidas que haviam permitido a invasão. Porém, três meses depois, por seguir no encalço dos atos cometidos por Collor, o jornal enalteceu uma reportagem investigativa. Ela denunciava que agências de publicidade, contratadas para fazer a campanha eleitoral do alagoano, passaram, quando ele já havia sido eleito, a prestar serviço ao governo sem licitação (PINTO, 2012). A ventilação pública deste fato, junto a mais denúncias, teria contribuído para desgastar a imagem do então presidente, tornando a sua permanência como chefe de Estado insustentável.

Desse modo, o produto se coloca como um dos órgãos da imprensa que se mobilizou contra o político. Para ilustrar isso, duas edições podem ser citadas. Uma é de 30 de junho de 1992. Neste dia, o editorial “Renúncia-Já”, publicado em primeira página, deixava claro no título qual era o seu conteúdo. A sua contundência pode ser exemplificada em frases como “o presidente Collor não possui, hoje, condições de governar o país”; “temos, na Presidência da República, uma figura acuada. A sociedade não mais confia em sua palavra. Não mais espera do presidente nenhuma atitude”; “Collor não consegue mais governar. Que renuncie”.

A segunda edição é de 15 de agosto de 1992, auge das manifestações contra o líder majoritário do Executivo. Na primeira página do dia havia uma tarja preta inserida abaixo do logotipo, onde se lia: “Use preto em protesto”. Neste espaço, fora as chamadas dos atos públicos clamando pelo *impeachment*, vinha publicado o editorial “Luto”, em que se teciam considerações sobre a crise. No fim do texto, categoricamente se afirmava: “Luto, vergonha, indignação – eis o que se experimenta diante da impunidade política e da arrogância com que o Planalto encena a farsa a que chama governar”.

Apenas a título informativo, um mês depois, em 29 de setembro de 1992, Collor, pressionado pela aprovação da perda de seu cargo pela Câmara dos Deputados, renunciou. No que concerne à Folha, ela acredita ter conservado a atitude crítica e fiscalizadora nos governos seguintes. Os presidentes Itamar Franco e Fernando Henrique Cardoso, principalmente este último, dentre outros políticos, foram alvos de

denúncias em suas páginas (PINTO, 2012). Porém, até o novo milênio nada se assemelharia ao que foi observado no começo dos anos de 1990.

Não se pode deixar de apontar na referida década que, como toda empresa de comunicação, ela estava absorvendo as novidades tecnológicas insurgentes. Pinto (2012) traz poucas informações sobre isso, o que é estranho, visto que a obra foi publicada pela PubliFolha. Ainda assim, por esta, conhece-se que em 1994, ao mesmo tempo em que havia uma preparação em torno da inauguração do maior parque gráfico de jornais da América Latina, seus jornalistas começaram a utilizar o BBS, sigla de *bulletin board system*, serviço através do qual podiam trocar mensagens uns com os outros através de computadores e linha telefônica. Também o acesso ao Banco de Dados foi aprimorado, assim como foi facilitado o envio e o compartilhamento de conteúdos à distância. O uso da internet na redação foi ocorrendo aos poucos. No começo da década só dois terminais, situados na entrada do edifício sede, acessavam a rede. De acordo com Barbosa (2007c, p.100), a Folha de S. Paulo foi o primeiro jornal a introduzir terminais de computadores em sua redação em uma ideia gestada desde 1968 e efetivada em 1983.

Ainda que não se aprofunde nessas negociações, não se pode ignorar que o Grupo ampliou seus empreendimentos nos anos 1990. Sendo pioneiro entre os impressos, o FolhaWeb foi lançado durante a SBPC em julho de 1995. Freitas (1999) coloca que essa foi uma primeira tentativa do grupo para compreender a dinâmica da *web*. O *site*, ainda bem simples, seguia as publicações da época e não tinha muitos atrativos tecnológicos ou mesmo editoriais.

Menos de um ano depois, em 28 de abril de 1996, a sua presença na internet foi ampliada com o lançamento do portal Universo Online (UOL), “empresa separada do jornal impresso, embora seu conteúdo noticioso fosse produzido pela Agência Folha (PINTO, 2012, p.103). Logo em seguida à transação, o FolhaWeb foi incorporado pelo Uol, que chegou a ser “o maior provedor de acesso e conteúdo na Internet na América Latina”⁴⁹. O impresso passou a ter a sua versão digital com a criação da Folha Online.

Ainda em 1995 foi lançado o selo Publifolha, utilizado ao lançamento de obras de variados gêneros e formatos, comercializadas em livros, vídeos, CD-ROM e em disquetes. Em seu catálogo⁵⁰, há de guias de viagem a livros infantis. É por esta editora

⁴⁹ A alcunha está em notícia de 1999, que pode ser acessada em: <<http://sobre.uol.com.br/ultnot/novidade/noticias/ult26081999193.jhtm>>. Acesso em: 2 nov. 2013.

⁵⁰ Ele pode ser consultado no link: <<http://publifolha.folha.com.br/>>. Acesso em: 2 nov.2013.

que começaram a ser impressas algumas das coleções integradas ao jornal, veiculadas em forma de fascículos, que ajudaram a impedir uma maior queda em suas vendas.

Na visão de Righeti (2008), o periódico, por causa da influência estabelecida ao longo dos anos, esteve em 1990 em vantagem para competir e usufruir do mercado eletrônico. O aproveitamento de sua marca teria facilitado seus investimentos nesse setor ao mesmo tempo em que teria fortalecido a credibilidade de sua versão impressa. Porém, isso não significou um aumento nas vendas do impresso. Entre 1995 e 1999, a sua circulação média caiu de 606 mil para 471 mil exemplares.

Em 1997 (ver **quadro 12**), Folha entendia haver um novo cenário na comunicação, o que estava lhe demandou a revisão de suas disposições. Por isso, fez circular internamente oito textos, que solicitavam a revisão do trabalho jornalístico. Logo no primeiro deles, “Caos da informação exige jornalismo mais seletivo, qualificado e didático”, era defendida “a seleção mais criteriosa dos fatos, a contextualização das notícias e uma visão mais aprofundada da realidade, em uma época marcada pelo excesso e pela velocidade das informações” (PINTO, 2012, p. 136).

Nos sete textos posteriores, a preocupação com os novos tempos continuou, como pode ser comprovado nos títulos escolhidos e nos trechos apresentados no **quadro 12**. Detendo-se nessa última, verificam-se interrogações sobre o jornalismo, particularmente o impresso, algumas das necessidades impostas na referida década e alternativas e recomendações para a sua acomodação frente ao que estava sendo requerido. Retomando-se as reformas dos anos de 1980, verifica-se que a possibilidade de melhorar, sempre postulada como se automaticamente ela fosse revertida em qualidade, permanece sendo a justificativa preponderante para o que deveria ser feito.

Contudo, essa melhoria não vem como se pertencesse ao curso natural, quase que evolutivo, do periódico. Ela surge como uma cobrança que decorre de imposições externas a ele. No que é citado, há um novo público, uma balbúrdia informativa e um novo ambiente a serem compreendidos e atendidos. Todavia em alguns instantes, como que para diminuir a pressão exercida por esses elementos, Folha retoma o que teria afixado, a exemplo dos seus compromissos e dos valores construídos.

Na sequência pode ser visto se os vários acontecimentos, decisões, orientações e ajustes que permearam o diário foram refletidos nos enunciados. Já se tem conhecimento de que ocorreram algumas diferenças em como tudo isso se mostrou. Seguindo a opção tomada pelo estudo, os dizeres são descritos em detalhes em sua ordem cronológica. Em alguns momentos, nos casos nos quais se considerou importante

trazer os fatos apresentados nas páginas internas, saiu-se das primeiras páginas e dos editoriais.

Reforma editorial da Folha de S. Paulo – Anos de 1990		
Ano	Texto	Indicações ao jornal/Descrições de si
1997	“Caos da informação exige jornalismo mais seletivo, qualificado e didático”	- “Sua divulgação tem o compromisso de tornar público o compromisso do jornal com os valores e os 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”	- “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 do mercado”	Nada
	“Um jornalismo cada vez mais crítico e criticado”	Nada
	“Seleção de fatos e compreensão de seus nexos num texto mais livre”	“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”
	“Treinamento, reciclagem e combate sistemático a erros”	Nada
	“Crítica, pluralidade e apartidarismo num espaço de reformulação”	- A concepção de jornalismo definido como crítico, pluralista e apartidário deve ser refinada e tornada mais aguda em um ambiente no qual o debate técnico substituiu o ideológico
	“Saiba o que diziam os textos anteriores”	- “Estão ali registrados os traços de uma nova etapa, marcada pelo acirramento da concorrência e pela transformação dos princípios que renovaram o jornalismo em ‘patrimônio coletivo’”.

Quadro 12 – Reformas editoriais da Folha de S. Paulo nos anos de 1990

4.1.1.1 Exposição dos enunciados

Na entrada da década de 1980 a Folha de S. Paulo completava 60 anos. Na data exata do aniversário, 19 de fevereiro de 1981, a efeméride foi lembrada na primeira página em chamada para texto interno, em convite e em selo especial inserido, à esquerda, ao lado do logotipo. Na capa, ficava-se sabendo que comemorações de diferentes naturezas haviam sido planejadas. No mesmo dia, na sede do jornal, às 20h, seria realizada a abertura oficial dos eventos. No dia seguinte, aconteceria um almoço com “cem de seus colaboradores permanentes, que representam as mais variadas correntes do pensamento brasileiro”. Depois, ocorreriam debates e manifestações de

caráter cultural e esportivo. No final da página, em um grande box, os leitores eram convidados oficialmente a comparecerem à cerimônia noturna.

A 'Folha' convida a população de São Paulo, em especial os seus leitores, assinantes, colaboradores e anunciantes, para um culto ecumênico a ser realizado por ocasião do 60º aniversário deste jornal, hoje, às 20 horas, em nossa sede - à Alameda Barão de Limeira, 425. Após o culto, a ser celebrado por dom Paulo Evaristo Arns, cardeal-arcebispo de São Paulo, pelo pastor episcopal Saulo Marques da Silva e pelo rabino Henry Sobel, haverá uma rápida sessão de abertura das comemorações, com a presença do senador Jarbas Passarinho, representando a Presidência do Congresso Nacional, do presidente da Associação Brasileira de Imprensa, jornalista Barbosa Lima Sobrinho, e do presidente da Ordem dos Advogados do Brasil, advogado Eduardo Seabra Fagundes (FOLHA DE S.PAULO, 19/02/1981).

Na página 7, a matéria principal “Folha comemora hoje 60 anos” era anexada à vinculada “Trajetória fiel à verdade” junto a quatro pequenas notas, que continham opiniões e cumprimentos de personalidades, como o prefeito de São Paulo, o ministro da Previdência e Assistência Social, deputados e candidatos a cargos majoritários, sobre a publicação. No texto maior, as festividades organizadas às comemorações eram noticiadas em detalhes com bastante atenção à execução do culto e ao ciclo de debates “Brasil: caminhos da transição”, que seria iniciado com tema “A necessidade de uma Constituinte”, tendo como debatedores juristas, cientistas sociais e políticos.

No texto menor, retrocedia-se a 1921 e ao que teria se sucedido a partir daí. A abertura começava com uma concepção de Olival Costa, um dos fundadores do impresso, e contava as atribuições deste, fielmente mantidas ao longo das décadas, mesmo com todas as trocas nos quadros de profissionais e de proprietários. Um dos preceitos mais básicos sustentados dizia que “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”.

Nos demais parágrafos foi feito um curto panorama das diversas fases vividas pela Folha, desde as Folhas da Manhã, da Tarde e da Noite. Nos quatro intertítulos com que o texto é dividido, “A ‘voz da lavoura’”, “A modernização segundo Nabantino”, “Da autonomia à independência” e “Punindo a independência”, depreende-se a maneira que o produto divide a sua história.

Nos dois primeiros intertítulos a abordagem é sobre o seu engajamento em questões da política e sobre como o diário conseguira diversificar o público, quando o Brasil iniciou o processo de urbanização. No penúltimo e no último intertítulos, é

traçada a fase na qual o nome Folha de S. Paulo era utilizado. Os anos compreendidos entre 1967 e 1974 são postos em relevo porque neles teria ocorrido um salto tecnológico, propiciado pela instalação da imprensa *off-set*, “com profunda modificação nas relações trabalho”. Também havia sido reformulado um projeto mais claro de jornal, que ocorreu “paralelamente ao processo de ‘distensão’ política do País”. O momento no qual o texto estava sendo redigido era interpretado como de dificuldade para se fazer um jornal independente, política e financeiramente. A liberdade de imprensa, que de acordo com Sodré e Paiva (2011) advém do compromisso histórico com a ética do liberalismo, é uma temática tratada com especial atenção. De acordo com o diário, ela deveria ser pensada como algo relativo:

Nessa perspectiva, uma certa dose de realismo preside a fase atual de elaboração do projeto de jornal - projeto em constante devir, e sempre condicionado pelas limitações de nossa época. Realismo que obriga a considerar, em primeiro lugar que a imprensa, burguesa inclusive, possui limites que não são dados apenas por ela. Obviamente, insere-se ela em um quadro histórico que não deve ser desprezado, e que varia de período para período, acompanhando inclusive as modificações nas relações de trabalho e nos conceitos de capitalismo em vigência nas diversas fases (FOLHA DE S.PAULO, 19/02/1981).

No mesmo dia, o editorial “Os caminhos da transição” também continha reflexões sobre a imprensa que estava sendo constituída. Em uma confirmação do quanto esse assunto era uma preocupação, complementa-se que a referida atividade não conduz a história, não faz governos nem desfaz regimes, nem tem a pretensão de amoldar a opinião, mas “registra os sentimentos, desejos, esperanças da população, além de manifestar suas alegrias e indignações”. A isso era acrescentado que trazer uma gama de tendências de opinião, uma diversidade de interesses e alternativas de análise da realidade política e social, como a Folha procurava executar, contribuiria para atender aos desejos dos leitores:

Podemos dizer, nesse sentido, que a função primordial da imprensa nesta quadra é a de se fazer presente aos olhos da sociedade e aos ouvidos dos governantes os caminhos da transição. Para cumprir essa função sem distorções e tendenciosidades, sem que o interesse privado prevaleça sobre o público, a questão da liberdade de imprensa deve ser convenientemente resolvida (FOLHA DE S.PAULO, 19/02/1981).

Argumenta-se ainda que essa questão não poderia ser concentrada apenas nos jornalistas, editores e proprietários de jornais. Por pertencer à sociedade como um todo,

ela deveria ser entendida como a confirmação do direito à informação, o que incluiria a divulgação contraditória de “interpretações, valores cívicos e morais e de ideologias políticas”; e do direito de “expressão de opiniões, interesses, reivindicações”. Outra opinião colocada é que a inexistência de censura prévia e de entraves administrativos seria indispensável para garanti-la. Além disso, “Duas outras condições, complementares entre si, são igualmente necessárias e importantes. Uma é a pluralidade de órgãos, outra é a independência financeira das empresas jornalísticas”.

A partir daí, o editorial se volta à empresa jornalística e a sua perigosa atitude de se colocar em dependência ao Estado e de se tornar vulnerável aos conflitos trabalhistas. Enquanto a primeira problemática poderia ser minimizada com a maturação dos sindicatos patronais e de empregados, a segunda necessitaria, fora o pluralismo de órgãos e opiniões, da vigilância política da sociedade, exercida pelos partidos, pelas instituições e pela própria imprensa. Para finalizar, a publicação entende que os passos da abertura política eram visíveis, exigindo dos jornais tolerância e respeito. “O País caminha e isso coloca para a imprensa o grande desafio de acompanhá-lo, no ritmo desejável, rumo à democracia”.

Um ano depois, em 19 de fevereiro de 1982, o título de uma chamada na capa, na primeira coluna à esquerda, anunciava: “Folha conclui a comemoração dos 60 anos”. A ele era acrescentado, “com uma perspectiva pluralista, o jornal promoveu, durante um ano inteiro, uma série de debates públicos”. Os encontros teriam reunido um grande número de intelectuais, artistas, políticos, cientistas e líderes religiosos. Ao longo do ano, também havia sido inaugurado um Centro de Artes Gráficas e promovida a edição do livro *História da Folha de S. Paulo*, de Carlos Guilherme Mota e Maria Helena Capelato, aqui já citado como uma referência.

A obra, como consta em sua introdução, teria sido realizada durante um ano e é dividida em quatro capítulos, cada qual correspondendo a uma fase histórica. Elas vão de 1921 a 1931, de 1931 a 1945, de 1945 a 1962 e de 1962 a 1981. Em um anexo, são reproduzidos editoriais da última fase; alguns documentos, muitos dos quais relacionados a questões conflituosas da imprensa; textos opinativos das negociações para a instauração de uma Constituinte no país; e fotografias de seus proprietários, de suas sedes, das redações, das máquinas de impressão, de jornalistas, de debates e até de acontecimentos e edições que representariam simbolicamente muito ao periódico.

Ainda em 19 de fevereiro de 1982, a página 31 do caderno Ilustrada (ver **Figura 7 - Anexo**) possuía trechos dos debates com Mino Carta, Mário Schenberg, Jô Soares,

Paul Singer, Darci Penteado e Otávio Frias Filho, que, como se pontuava na capa, “fazem um balanço das comemorações e analisam o significado da existência de um jornal independente e aberto ao debate no Brasil de hoje”. Eles estavam em uma matéria principal redigida por Antônio Gonçalves Filho, em cuja abertura se lia.

O confronto de ideias e teses, a ausência de sectarismo partidário e a pluralidade de opiniões são as características mais marcantes da ‘Folha’, segundo muitos de seus leitores. Elogio insuspeitável, mesmo considerando que muitos deles são colaboradores do jornal e representam diversas correntes – por que não dizer heterogêneas – da intelectualidade brasileira. Afinal, também não pouparam críticas ao ‘poderoso rotativo’. Como se refere Flávio Rangel à ‘Folha’ (FOLHA DE S. PAULO, 19/02/1982).

De Mino Carta, são pinçadas declarações de que o diário continuava exprimindo de modo concreto uma postura liberal e democrática. De acordo com o jornalista, ele “está na frente de todos os grandes jornais do País, criando espaços para que exista, efetivamente, um debate que não foge do conflito”. Para o físico e crítico de arte Mário Schenberg, “o jornal pode melhorar muito”, principalmente com os colaboradores. Jô Soares o via como “aberto às mais díspares colaborações”. O sociólogo Paul Singer o julgava “bem feito, refletindo um amplo espectro de opiniões” e sentia falta de alguns correspondentes, antes atuantes no exterior, que agora estavam no Brasil. O artista plástico Darci Penteado, que participara do debate sobre homossexualidade, o considerava como o veículo de “maior integridade de São Paulo”, somente o seu aspecto visual não lhe parecia muito atualizado.

Na mesma página há quatro fotografias tiradas dos eventos em comemoração às seis décadas e mais os escritos “Um espaço para discussões” e “No choque de opiniões, um novo caminho”. Naquele retomavam-se os temas, muitos e variados, que haviam sido discutidos nas comemorações. Neste, a Folha tratava de si, tendo como gancho dizeres de Otávio Frias Filho, à época secretário do Conselho Editorial. Por causa de seu viés pouco usual, ele parecia ter a intenção de salvaguardar o jornal. Já no primeiro parágrafo era colocado que não havia importância se a publicação fosse vista como um balaio de gatos.

Ao contrário, ‘se o estilo é conturbado, assemelha-se à história do Brasil, igualmente conturbada e marcada por rupturas e alterações’. Linearidade, portanto – inclusive ao nível histórico –, é algo que foge ao escopo da ‘Folha’, um balaio de gatos, onde há lugar para uma infinidade de divergências de natureza política, ideológica e partidária, e uma palavra-chave que a define de forma inequívoca: pluralidade (FOLHA DE S. PAULO, 19/02/1982).

A Folha também contava não se incomodar em receber críticas. Atestado disso era o livro sobre a sua história, que estava muito distante de ser uma apologia. Sobre as comemorações de aniversário, conta-se que elas demonstravam que o jornal possuía “compromisso forte com o novo, com a modernidade”. Ademais, é repassada a ideia de que este se mantinha em movimento, com comprometimento com o futuro e com a pluralidade como um valor. As ações promovidas às comemorações seriam:

Exemplos que ratificam a proposta maior da ‘Folha’: a participação efetiva de seus leitores na vida do jornal. ‘Nesse ponto - intervém Otávio Frias Filho - cabe lembrar que uma das maiores contribuições do jornal foi a criação da ‘Folha Emergência’, que estabeleceu, de certa maneira, a quebra do monopólio sobre a importância ou não de determinado fato. O leitor passou a exercer seu direito de intervir. Ele sente, agora, que pode acionar a estrutura do jornal em seu benefício (FOLHA DE S. PAULO, 19/02/1982).

Na conclusão, relata-se que o caderno Folhetim⁵¹ avançava a fim de que esse suplemento não fosse fossilizado. O mesmo aconteceu com o Banco de Dados, que “deixou de ser um centro de memória para transformar-se em centro produtor, não só em benefício de informações mais precisas, como também um novo serviço que se presta ao leitor: matérias de pesquisas publicadas diariamente” (FOLHA DE S. PAULO, 19/02/1982).

A próxima situação em que o impresso se revelou com tamanho espaço se deu três anos depois em um editorial secundário de 19 de fevereiro de 1985. Com o título de “Novo aspecto da mesma moeda”, nele eram apresentadas as mudanças gráficas do espaço Opinião, veiculado no primeiro caderno, que após passar sete anos sem alterações, havia sido reformulado.

Algumas dessas mudanças resolvem problemas técnicos que surgiram com o tempo, delimitando um formato fixo, por exemplo, para a charge, e destacando-a no alto desta página. Outras atendem a objetivos funcionais. O afluxo crescente de cartas enviadas ao jornal foi tornando exíguo o espaço disponível para publicá-las. Esperamos que o novo desenho venha a minorar esse inconveniente, com o deslocamento da seção Painel para a página quatro, que ela enobrecerá com a sua presença e onde estará situada numa área de maior afinidade – a abertura do noticiário – com o seu próprio conteúdo informativo (FOLHA DE S.PAULO, 19/02/1985).

⁵¹ Suplemento especial da Folha que passou por alterações no período em que circulou, entre 1977 e 1988. Mais detalhes sobre ele em: <http://almanaque.folha.uol.com.br/folhetim_index.htm>. Acesso em: 14 out. 2013.

Pelo exposto, a estrutura plástica das páginas dois e três teria evoluído nos dez anos anteriores. As seções que aí apareciam, concebidas por Claudio Abramo para eliminar a preocupação de Octávio Frias de Oliveira de criar um espaço de controvérsia e debate, surgiram pela primeira vez em junho de 1975, tendo sido complementadas depois de um ano com a inserção do espaço Tendências e Debates. Até então, em nenhum outro momento haviam sido experimentadas mudanças gráficas com tanta repercussão. Mesmo que elas tivessem demorado tanto tempo para acontecerem, dizia-se que “estamos seguros de que as alterações apresentadas hoje traduzem um desdobramento da estrutura original, cujo dinamismo ele próprio vem comprovar”.

Em 1986, os 65 anos da Folha de S. Paulo foram comemorados com mostra de artes plásticas e concerto de música clássica. Embora não houvesse nada sobre o seu aniversário no editorial, ele foi muito discretamente lembrado no caderno Ilustrada com uma reportagem sobre os eventos organizados em suas dependências. Nela, eram apresentadas informações sobre a exposição de arte organizada com jovens artistas, muitos dos quais utilizavam papel jornal como matéria-prima de suas intervenções, e sobre o repertório escolhido a apresentação musical.

Havia também uma reportagem menor sobre a aposentadoria da rotativa *Headliner Goss*. Chamava-se a atenção para o quanto ela, adquirida em 1950, era uma representante do avanço tecnológico do pós-guerra. Pertencente ao tipo de impressão tipográfico, ela deixara de imprimir em janeiro de 1974, quando o sistema mecânico fora interrompido de vez. Embora, toda essa descrição pareça um pouco deslocada, afinal o assunto não atende aos critérios mais comuns de valores-notícia (TRAQUINA, 2008, p.79), pela primeira vez, as diferenças entre os dois sistemas de impressão foram explicadas:

*A diferença básica em termos de sistema consiste, em nível de composição, na substituição de linotipos que produzem linhas de caracteres de chumbo pelo processo de fotocomposição, que hoje na **Folha**⁵² é feito por terminais de vídeos comandados diretamente da redação e com saídas de linhas compostas em filmes. Quanto à impressão, as telhas de chumbo tipográficas que pesam cinco quilos, cedem lugar às chapas de alumínio off-set de apenas quatrocentos gramas (FOLHA DE S. PAULO, 19/02/1986).*

A impressora, a quarta adquirida, era guardada na sala ao lado da qual há quinze anos estava instalada “a poderosa rotativa *Metro Gross*, que com suas 23 unidades,

⁵² O negrito está no original.

cinco dobradeiras duplas e três unidades de cor chega a imprimir trezentos mil exemplares por hora”. No encerramento da matéria, talvez para vinculá-la a atualidade, é colocada a informação de que havia a possibilidade de a *Headliner Goss* voltar a funcionar, caso uma tecnologia em estudo, que substituiria os tipos de chumbo pelos de plástico, fosse absorvida no mercado.

Até o final da década de 1980, o aniversário do diário, assim como as suas alterações, não foi tratado em um texto exclusivo de um editorial, de uma reportagem ou de um caderno especial. Isso não significou que a Folha tivesse enfraquecido a sua abordagem de si. Ao longo desses dez anos, ela aprendeu a se referenciar em meio a seus textos jornalísticos. Com recorrência, passou ao mesmo tempo a realçar e a reforçar suas opiniões e seu trabalho.

Para entender uma das maneiras como isso ocorreu, pode-se voltar a 1º de janeiro de 1983. Em anúncio de capa sobre o ano novo do paulistano, foi enunciado que “o repórter **Antônio Gonçalves Filho**, destacado para cobrir os festejos nas ruas, constatou que desta vez havia mais tensão que alegria, além de muitos atos gratuitos de violência” (FOLHA DE S. PAULO, 01/01/1983). Outro exemplo, diferente deste, pôde ser retirado do editorial do último dia do referido ano. Com o título “Atitudes fora de lugar”, foi trazido no primeiro parágrafo que “não é hábito desta ‘**Folha**’ concentrar suas análises jornalísticas nos méritos e culpas dos personagens, em detrimento dos fatores impessoais que exercem, sobretudo em política, um peso na maior parte das vezes decisivo” (FOLHA DE S. PAULO, 31/12/1983).

A primeira página do dia 19 de fevereiro de 1984, temporalmente situada durante a campanha das Diretas-Já⁵³, possui amostras de outros recursos de referência de si utilizados. Como poderia estar ocorrendo nos demais dias, esta edição de domingo cita o diário em praticamente todas as notícias indicadas. Abaixo da manchete, conferindo distinção ao que estava sendo publicado, vê-se a construção “em meio a um apelo, lançado em entrevista à **Folha**”. Ela estava colocada em meio a uma fala do então deputado Ulisses Guimarães, que cobrava a realização de eleições diretas ao Colégio Eleitoral. Em outra chamada, para uma reportagem sobre comícios, um jornalista vinha como testemunha e fonte:

⁵³ Não se pode deixar de mencionar que a Folha de S. Paulo cresceu bastante ao longo desse movimento (SILVA, 2005a).

*Os comícios pelas diretas no Norte do País, que estão reunindo as maiores multidões já vistas em manifestações políticas em cada uma das capitais dessa região, tem o significado de um verdadeiro ‘bye-bye 64’, esboçando os contornos de um novo Brasil. É o que afirma em seu relato, o repórter **Ricardo Kotscho**, que acompanha Ulisses Guimarães, Lula e Doutel de Andrade na caravana a Teresina, São Luís, Macapá, Belém, Manaus, Rio Branco e Cuiabá (FOLHA DE S. PAULO, 19/02/1984).*

Neste dia, o jornal se põe em evidência com elaborações como: “a afirmação é do embaixador norte-americano em Brasília, Diego Asencio, em entrevista à **‘Folha’**” e “dirigentes empresariais e economistas rejeitam, com firmeza, em depoimento à **‘Folha’**, a tese de que haja necessidade de (...)”. O que é apresentado com ineditismo é igualmente acentuado, como se vê em: “das 949 pessoas ouvidas pela **Pesquisa ‘Folha’** na semana passada” e em “em depoimento ao deputado Eduardo Suplicy (PT-SP), publicado com exclusividade pela **‘Folha’**”. Nesse período, quando o nome do diário aparece ele está sempre em negrito e entre aspas.

A marcação das partes do diário pode ser compreendida também como um recurso, menos ostensivo, de ele se autocentrar. Embora afirmações como “é o conto da capa da **‘Folhinha’**, que publica hoje (...)” e “no **‘Folhetim’** uma edição especial sobre (...)” sirvam para facilitar a localização das seções pelos leitores, acostumando-os ao que cada uma imprime, elas avivam a percepção de qual jornal se está lendo.

No editorial, a Folha é citada para resgatar uma opinião ou algo já noticiado por ela. É o que se vê em 31 de dezembro de 1982 no segundo editorial. Nele, comenta-se um artigo, veiculado dois dias antes na Gazeta Mercantil e em O Globo, do então prefeito de São Paulo Olavo Setúbal, com propostas para as taxas de câmbio. O escrito era retrucado: “trata-se de uma ideia de há muito defendida em nossos editoriais e mesmo por economistas colaboradores deste jornal, como os professores Luiz Carlos Mendonça de Barros e José Serra”.

Em 31 de dezembro de 1987, era apreciada a posição do presidente da Fiesp, assim como se “fez em artigo publicado ontem pela **Folha**”. No dia seguinte, como “constatado em pesquisa publicada hoje pela **Folha**”, repudiava-se a administração de Jânio Quadros. Em certas conjunturas, como a de 1º de janeiro de 1989, a sua posição era lançada mais agressivamente, conforme pode ser acompanhado em trecho do editorial “O PT na prefeitura”:

*A **Folha** tem deixado evidente a sua profunda discordância com várias das teses defendidas por este partido; tem cobrado de alguns de seus representantes com inarredável ênfase, uma definição clara no que diz*

*respeito ao princípio da democracia representativa; afasta-se decididamente de seu anacronismo com relação ao papel do Estado na economia, do irrealismo de suas reivindicações sociais, de sua visão simplista da reforma agrária e do nacionalismo econômico. (...). Ninguém que acredite na democracia; ninguém que manifeste como a **Folha**, a expectativa ardente de que esta se enraíze e fortaleça no país; ninguém que aposte na consolidação de uma sociedade mais moderna, mais justa e pluralista, no país haverá de rejubilar-se com esse desfecho (FOLHA DE S. PAULO, 01/01/1989).*

A entrada na década de 1990 coincide com o aniversário de 70 anos da publicação (**Figura 8 – Anexo**). O passado foi lembrado já na primeira página com a atitude incomum de estampar nela o editorial. O escrito, facilmente percebido pelo seu tamanho e localização, ocupava três colunas e preenchia cerca de um quarto de toda a folha. A redação iniciava com reminiscências de acontecimentos recentes do país, que haviam provocado “mudanças na sociedade”. Tal fora o envolvimento do diário no apoio à política de distensão do governo Geisel, às teses da redemocratização, à campanha das Diretas-Já que a sua história estaria conectada ao país. A apreciação feita sobre a trajetória percorrida incluía a admissão de que lapsos foram cometidos. No entanto, esses são imediatamente contemporizados porque faziam eco à sociedade.

*Em meio a esses e outros acontecimentos complexos, às vezes inesperados, outras vezes contraditórios, a evolução do jornal tampouco tem sido retilínea. Houve erros, dúvidas e precipitações. Preocupada com manter-se em contato direto com a realidade e evitar que suas posições se petrificassem em dogmas, a **Folha** reflete as vicissitudes de uma sociedade em desenvolvimento, de conformação cambiante e instável, num panorama internacional marcado pelas metamorfoses que todos vêm acompanhando (FOLHA DE S. PAULO, 19/02/1991).*

Se ela oscilou com o cenário desenhado, a sua base de atuação teria permanecido constante. A vocação democrática, a tendência de garantir autonomia investindo nas forças do mercado e a disposição pluralista são aspectos que pertenceriam a sua tradição e a seus hábitos cotidianos. Ainda se ressaltava que “apesar das deficiências da imprensa brasileira, compartilhadas pela **Folha**, este jornal tem sido ao mesmo tempo um polo de experiências inovadoras, de absorção de tendências internacionais e de reelaboração de técnicas do jornalismo clássico”. A sua função não era deixar a verdade mais doce, nem elogiar governos ou atrelar-se a projetos de salvação nacional.

Pelo contrário, sua função é frequentemente a de uma voz solitária e dissonante, a apontar o que vai mal quando a opinião predominante é a de que tudo vai bem, a protestar contra impulsos bonapartistas disfarçados de vontade geral. Seu compromisso é sobretudo com a verdade que puder ser comprovada e com o dever de publicá-la ao lado das diferentes versões sobre cada fato (FOLHA DE S. PAULO, 19/02/1991).

No parágrafo conclusivo era posto que a sociedade, ao superar a fase de democratização política e após se estabilizar economicamente, retomaria seus planos de desenvolvimento. Por fim, são agradecidas as manifestações de incentivo que tem recebido. Com elas, o periódico “renova seu empenho de informar mais e melhor, com transparência, espírito crítico e pluralismo, certa de que essa é a contribuição mais valiosa que tem a oferecer”.

Internamente, as sete décadas são recordadas na página três nos dois artigos de Tendências/Debates. No mesmo espaço, o Painel do Leitor destacava os cumprimentos oferecidos por grandes empresários, políticos e estudiosos do jornalismo. Na página 5, a reportagem “Folha circulou pela primeira vez há 70 anos” era iniciada com a revelação de duas condições mais do que positivas à publicação: o alcance de uma circulação média diária de 400 mil exemplares e o atributo de ser o jornal mais lido do país. “Ao mesmo tempo, sua posição crítica em relação a governos de modo geral e as inovações que vem introduzindo no jornalismo diário a transformaram em fonte inesgotável de polêmicas e alvo constantes de ataque”.

No restante do texto, o seu passado era recontado, outra vez, com o resgate da figura de Olival Costa e da fundação da Folha da Noite, periódico pequeno que não “tinha a pretensão de disputar com os grandes da época”. O livro História da Folha de S. Paulo, de Carlos Henrique Mota e Maria Helena Capelato, de dez anos antes, é a única fonte de consulta ao passado citada. Os anos de 1925, 1931 e 1945 são inseridos como marcos de alterações. Muito do que já foi veiculado é repetido, porém há dados que não apareceram anteriormente. Expõe-se que em 1925 com o lançamento da Folha da Manhã foram compradas duas máquinas rotativas de segunda mão. 1931 é tido como o fim da fase romântica, quando depois de vendida ao cafeicultor Octaviano Alves de Lima, a Folha se colocou em favor do agrarismo, contra a industrialização, o que a levou a uma leve derrocada. Em 1945, antes de ela ser vendida, o seu redator-chefe Hermínio Sancchetta teria passado a privilegiar a reportagem em vez do noticiário editorializado.

Na vinculada “Surge a visão empresarial”, a retomada da história se concentra entre 1945 e 1962. Esses dezessete anos são descritos a partir de José Nabantino Ramos, apresentado por haver implantado uma gestão comercial e definido um projeto editorial próximo do liberalismo do pós Guerra, “próprio ao mercado da classe média que já via no jornal um produto de consumo corrente”.

O que aconteceu após 1962 é contado em “Jornal soma apartidarismo a tecnologia”. Essa fase é caracterizada por ter como maiores acionistas Octavio Frias de Oliveira e Carlos Caldeira Filho e por possuir como metas “a construção de uma infraestrutura industrial avançada e a definição de um projeto editorial apartidário”. No parágrafo final, há considerações de Luís Frias, filho de Otávio Frias de Oliveira, e na época diretor-geral da Empresa Folha da Manhã S/A. Ele postulava que “um jornal para ganhar força no plano editorial, precisa ser sólido como empresa” e que “a Folha só faz investimentos com recursos próprios e não depende de favores oficiais”.

As tecnologias adotadas com ineditismo são recordadas no infográfico que divide a sua história em quatro fases. Na última delas, a mais atual, a impressão *off-set* (1967), a composição a frio (1971) e a informatização da redação (1983) são orgulhosamente evocadas. Sem esconder o ar de satisfação, é ressaltado ainda o seu envolvimento com questões políticas, com a flexibilização do regime militar.

Encerrando a página, duas notícias davam conta do que havia sido planejado às sete décadas. Poesias visuais de Haroldo de Campos, Augusto de Campos, Walter Silveira e Arnaldo Antunes seriam projetadas no “concreto armado dos prédios da avenida Paulista” e da Consolação em raio *laser*. Explica-se que isso seria possível com a utilização de um equipamento único no país, operado por um técnico argentino que trabalhara com a banda de rock progressivo *Pink Floyd*.

Exatamente um ano depois, coincidentemente ou não em sua data de aniversário, era veiculado na primeira página que “Folha lança em março 3ª versão do manual”. Já no resumo da notícia, elucida-se que:

Em sua terceira edição, tem 346 páginas, 1.121 verbetes e 10 mapas coloridos. É o maior e mais completo guia ilustrado do jornalismo do país. O manual acompanha as mudanças da Folha nos últimos quatro anos, com ênfase no jornalismo analítico/opinativo. Pela primeira vez está sendo lançado em versão eletrônica, para ser usado em microcomputadores do tipo IBM PC (FOLHA DE S. PAULO, 19/02/1992).

Na página 8, conta-se que os manuais anteriores recuperavam as normas clássicas, o que não atenderia às “novas exigências” de um jornalismo mais complexo e sofisticado em que “só fatos não bastam” para promover “o jornalismo analítico/opinativo”. Na opinião de Otávio Frias Filho, este seria o melhor manual desde o primeiro deles em 1984. Nele, estavam sendo estabelecidas normas que tornariam o jornal cada vez mais útil ao leitor. Alguns parágrafos à frente, dizia-se que, com a lista

de compromissos e dispondo dos mesmos meios técnicos usados pela redação, este poderia atuar como um fiscal.

Em box, eram reproduzidos dois verbetes, “jornalismo analítico/opinativo” e “didatismo”. Aquele explicava o que representaria a análise ao jornalismo e listava treze procedimentos que deveriam ser seguidos. Já o didatismo vinha definido como “qualidade essencial do jornalismo e um dos objetivos básicos do Projeto **Folha**”. Segundo essas disposições, todo texto deveria ser redigido tendo como princípio que o leitor não está familiarizado com os assuntos abordados. Para finalizar, em uma das duas vinculadas existentes é informado que este seria “o primeiro manual eletrônico da imprensa brasileira”. Nele, vinha encartado um disquete, que afora conter um compêndio das lições, possuía três complementos: um processador de texto, um revisor ortográfico e uma calculadora.

Passados esses anúncios, até metade da década de 1990, não foram identificados editoriais que tivessem se dedicado a tratar da Folha ou de algum aspecto a ela relacionado. Na primeira página, os recursos autorreferenciais continuaram. Algumas chamadas, no entanto, possuem caráter distinto por serem notícias sobre coleções comercializadas. Em 1º de janeiro de 1995, ocupando toda a largura da página, logo abaixo do logotipo, foram dois os comunicados relacionados a isso. Eles se referiam a como o Atlas vendido nas semanas anteriores poderia ser encadernado e quando as coleções “Conhecer por dentro” (sobre o interior de máquinas e edifícios) e “500 receitas” voltariam a circular passadas as festividades de fim de ano. No mês seguinte, em fevereiro, também no alto da página, é anunciado o próximo lançamento, o “Atlas da história do mundo”, publicado pelo *The Times* do Reino Unido. Ele “foi editado em 15 línguas e já vendeu 1,2 milhão de exemplares. No lançamento, Folha bate novo recorde de tiragem: 1,6 milhão de exemplares. GM e Varig patrocinam os fascículos” (FOLHA DE S. PAULO, 19/02/1995).

Ao completar 75 anos, em 19 de fevereiro de 1996, após ter inaugurado no ano anterior seu Centro Tecnológico Gráfico, o periódico divulgou com ar de entusiasmo em sua primeira página que ele chegara à “era da cor total”⁵⁴. Na página 9 do caderno principal, é dado destaque à reportagem de título “Folha faz 75 anos e prepara reforma gráfica” e subtítulo “jornal nasceu como um tabloide vespertino para ser lido no bonde

⁵⁴ No anúncio publicitário, inserido nesta edição, é vista uma fotografia de soldados vestidos para a guerra com a legenda “O mundo não é cor-de-rosa. Mas também não é preto e branco”. No complemento do texto, lê-se “Folha. O primeiro grande jornal do mundo a entrar na era da Cor Total. Dia 3 de março nas bancas”. Disponível em: <<http://acervo.folha.com.br/fsp/1996/02/19/264/>>. Acesso em: 18 out. 2013.

e, desde 94, é o maior do hemisfério sul”. Nesta narrativa são misturados episódios do passado com fatos da atualidade. Seus três primeiros parágrafos são descritos a partir do que continha a edição de número um do jornal, “um sábado véspera de eleição” da bancada paulista no Congresso Nacional. Os quatro parágrafos seguintes igualmente retrocediam ao que havia transcorrido na história.

Somente no meio do texto, chegava-se ao tempo presente com “nesses 75 anos, a Folha foi responsável por inovações tecnológicas - impressão em *off-set* (1967), redação informatizada (1983) - que a mídia brasileira só adotaria nos anos seguintes”. Na sequência, eram adicionadas informações sobre o Centro Gráfico inaugurado em Tamboré na Grande São Paulo, onde foram gastos US\$ 120 milhões. As rotativas adquiridas teriam elevado em 42% a capacidade de impressão e permitiram a utilização de cores em 75% do jornal. Tudo havia favorecido a estreia da reforma gráfica, que não era especificada com mais informações.

Na mesma página, em “Polêmicas tendem a ser esquecidas” foi concedido espaço para “algumas das pessoas que, no passado, se queixaram do tratamento recebido em reportagens”. Os casos lembrados foram brevemente recordados antes da reprodução de depoimentos dos envolvidos. Os políticos Paulo Maluf, Bernardo Cabral, Eduardo Suplicy, o cantor Lobão, o cineasta Hector Babenco e um dos donos da Escola Base Icushiro Shimada foram alguns dos ouvidos.

No editorial, há nos dois parágrafos finais considerações sobre a política, classificada como despolitizada, e sobre os desafios que deveriam ser contornados pela imprensa. Seria necessário aprender a distinguir o equívoco do obstáculo, o erro da fatalidade. “Não se pode contudo deixar de ter em mente que se há um quase consenso acerca do rumo, não o há quanto às notas. Como se vê em jornalismo, nem mesmo 75 anos são suficientes para amadurecer completamente”.

Até a chegada do século XXI, continuaram sendo vistos na primeira página enunciados que acentuavam o conteúdo produzido pela Folha. Nas menções ao seu nome, os recursos alertados foram conservados. Uma novidade que chama a atenção são as divulgações de pesquisas realizadas pelo Datafolha, um braço do Grupo Folha da Manhã desde 1983⁵⁵, que com considerável frequência vinham citadas na primeira página. Em 1º de janeiro de 1987, a chamada “Maioria acha que ano novo vai ser ruim” é baseada em pesquisa de opinião realizada com paulistanos. Dentre outras aparições,

⁵⁵ Para saber mais: <<http://datafolha.folha.uol.com.br/sobre/historia/index.shtml>>. Acesso em: 23 out. 2013.

podem ser resgatadas também as chamadas de 31 de dezembro de 1991, “Para 35%, Erundina tem governo regular”; e a de 1º de janeiro de 1993, em que é divulgado um levantamento sobre as expectativas em relação ao governo de Paulo Maluf como prefeito de São Paulo.

Os editoriais permaneceram em sua maioria trazendo muito raramente considerações reflexivas sobre o ofício do jornal e do jornalismo. Às vezes, até mencionavam o nome da Folha, mas isso servia para aludir a um conteúdo abordado pelo periódico. Já no final do período acompanhado, pôde ser lido em “Idade da Pedra” que “reportagem publicada recentemente por esta **Folha** mostrou que na bacia do Araripe, divisa entre Ceará, Pernambuco e Piauí, fósseis pré-históricos são vendidos a museus estrangeiros” (FOLHA DE S. PAULO, 19/02/2000). Em 19 de fevereiro de 1994, Folha recorreu a ela mesma em dois dos três editoriais. Em “Parto difícil”, sobre a adoção da URV, etapa de preparação ao plano Real, encontrava-se: “A **Folha** revelou ontem como já se estão modificando as práticas contratuais no comércio e na indústria”. Imediatamente abaixo, em “Pra frente, Brasil”, sobre a seleção brasileira de futebol, foi pontuado: “Há quem seja ainda mais ousado, como Matias Suzuki Jr., que, em sua coluna no caderno de Esportes nesta **Folha**, insiste que o time deve atuar com cinco atacantes”.

Em 31 de dezembro de 1987, em “O Estado e a economia” foi vista a construção: “é auspicioso que uma liderança do porte do empresário Mário Amato, presidente da Fiesp, revele - como fez em artigo publicado ontem pela **Folha** - uma consciência corajosa e moderna sobre o papel que deve ser reservado à esfera estatal”. Em 31 de dezembro de 1995, em “Fin-de-siècle”, um articulista foi novamente recordado: “é principalmente como sublinha artigo de Rubens Ricupero publicado ontem nesta **Folha**, uma época desesperançada”.

Uma curiosidade é que esses textos opinativos, desde a entrada da década de 1980, quase sempre possuíam espaço para o seu anúncio na primeira página. Sob o título “Opinião”, eram divulgadas as temáticas e até alguns de seus trechos. Inicialmente, a mesma chamada podia conter o que estava sendo defendido também nos artigos. Com a passagem do tempo, porém, as chamadas se concentraram prioritariamente nos editoriais. Para demonstrar como isso se dava, podem ser colocados dois exemplos, um de cada década. Em 31 de dezembro de 1988, foi publicado “Leia na pág. A-2 os editoriais ‘Sem pânico’, discutindo os riscos de uma recessão econômica, e ‘Um ano de distensão’, apontando avanços nas relações

internacionais nos anos de 1988”. Dez anos depois, em 31 de dezembro de 1998, repetia-se a mesma estrutura. Abaixo de “Opinião da Folha”, havia: “Leia os editoriais ‘Minipacotes de ano novo’, sobre medidas do governo; ‘Desenvolvimento tímido’; e ‘O drama cubano’, no 40º aniversário da revolução”.

Para facilitar a visualização desta etapa, o que ocorreu nos vinte anos analisados foi condensado no seguinte **quadro 13**. Nele, estão especificadas apenas as situações e as temáticas nas quais o jornal dispensava um ou mais textos para falar de si. Portanto, ficaram de fora as citações ao seu nome, utilizadas como recurso autorreferencial nas chamadas das primeiras páginas. Aproveitando-se do que está sinalizado, alguns comentários devem ser feitos, tendo por comparação as décadas de 1960 e 1970.

Entre 1980 e 1990, a Folha de S. Paulo não invocou os leitores para agradecê-los. Esses até apareceram, mas como figuras que, fora terem seus interesses atendidos, poderiam fiscalizar o jornal. Além disso, dizeres inusitados surgiram nas explicitações de que ele também recebia críticas e cometia erros. Mesmo com a ausência de cadernos especiais reservados à sua história ou às suas inovações, houve uma maior disponibilidade em deixá-lo como assunto principal em alguns espaços. A esse despeito, no entanto, nada foi colocado sobre os seus bastidores.

As reflexões sobre a imprensa tornaram-se mais recorrentes. As adulterações na redação e no jornalismo apareceram de forma superficial nos enunciados. Não se explicou o que estava ocorrendo, mas houve a indicação de que o impresso sabia como se orientar, que se mexia para o seu aprimoramento. Folha mostrou em alguns momentos uma postura defensiva e aparentava não se incomodar com o que poderiam dizer sobre ela. Protegia-se com argumentos que ora adentravam diretamente em alguma polêmica exibida e ora simplesmente escondia assuntos que não lhe estimulavam a falar. Por último, apesar de se colocar como polo de inovações, preferiu retomar suas vocações e compromissos a listar as mudanças que estavam ocorrendo na redação.

Folha de S. Paulo – De 1º de janeiro de 1981 a 31 de dezembro de 2000	
Situação de enunciabilidade	Topoi
Primeira página - aniversário de 60 anos	- Convite oficial para os leitores participarem das comemorações
Página 7 - aniversário de 60 anos	- Festejos e divulgação do ciclo de debates ‘Brasil: caminhos da transição’ - Histórico da Folha dividido em quatro fases - Ênfase na imprensa, do que não havia mudado

	(sua função de informar, selecionar, orientar e opinar) e do que havia sido incorporado (avanços tecnológicos) ou reformulado (relações de trabalho)
Editorial - aniversário de 60 anos	- Reflexões sobre a imprensa (sua função é se fazer aos olhos da população e aos ouvidos dos governantes) e a transição política
Página 31 de 19/02/1982	- Fim das comemorações dos 60 anos com separação de falas de debatedores - Defesa de sua trajetória (conturbada como o país) e de suas características marcantes (confronto de ideias e teses, ausência de sectarismo partidário e pluralidade de opiniões) - Refutação de que críticas incomodam - Demonstração de seu compromisso com o novo - Anúncio do avanço do caderno Folhetim e da criação do Banco de Dados da publicação
Editorial 19/02/1985	- Informações de mudanças no espaço Opinião, páginas 2 e 3
Página 37 – aniversário de 65 anos	- Tematizam-se eventos em comemoração ao aniversário - Destaque à aposentadoria da rotativa <i>Headliner Goss</i>
Editorial - aniversário de 70 anos	- História do jornal entrelaçada com a do país (Folha ecoa a sociedade) - Reconhecimento de que em sua história houve erros, dúvidas e precipitações - Afirmação de que vocação democrática, autonomia e disposição pluralista pertencem aos hábitos e às tradições do periódico - O jornal se coloca como “um polo de experiências inovadoras, de absorção de tendências internacionais e de reelaboração de técnicas do jornalismo clássico”. A sua função e compromisso é com “a verdade que puder ser comprovada”
Página 5 - aniversário de 70 anos	- Realce ao fato de ser o mais lido do país - Retomada de seu passado desde 1921 - Notícia de evento promovido em razão do aniversário
Primeira página 19/02/1992	- Notícia da terceira edição do Manual de Redação
Página 8 de 19/02/1992	- Aponta no novo manual a atenção para um jornalismo mais complexo, sofisticado, analítico e opinativo
Primeira página - aniversário de 75 anos	- Anúncio da era da cor total na impressão
Página 9 - aniversário de 75 anos	- Retorno ao passado - Lembrança de inovações tecnológicas e divulgação da instalação do Centro Gráfico (aumento da impressão, uso de cores) - Personalidades lembram queixas feitas à Folha
Editorial - aniversário de 75 anos	- Defende que “Em jornalismo, nem mesmo 75 anos são suficientes para amadurecer completamente”

Quadro 13 – Folha de S. Paulo nas décadas de 1980 e 1990

4.1.2 Veja

Na década de 1980, Veja não perdeu alguns dos hábitos adquiridos. Ela continuou ostentando números que asseguravam a sua magnitude. Do mesmo jeito, seguiu com as afirmações de que havia conseguido atingir seus objetivos, metas, compromissos e tudo o mais que pudesse indicar a sua capacidade de planejamento e o seu alto índice de desempenho. É imprescindível constatar que nessas exaltações nem sempre se esclareceu exatamente o que foi alcançado. Muitas vezes, somente insinuou o cumprimento de algo não difundido. Mesmo quando as postulações foram declaradas, há disparidades entre as afirmações publicadas nas diferentes edições.

Em uma rápida vista nas citações recolhidas, pode ser notado, por exemplo, que há objetivos propagados somente uma vez. Isso leva à suposição de que na medida em que ocorria a superação de propósitos mais antigos outros imediatamente iam sendo colocados. No entanto, se o raciocínio for válido, existe nele algo incompreensível. É custoso crer que a revista não assinalava as suas vitórias. Parece ser mais factível acreditar que Veja trocava, dependendo da conveniência, o que era inserido como pertencente às suas obrigações. Independente disso, o acúmulo dos anos, favoreceu a disseminação de novas intenções nunca enunciadas e da mesma maneira a sua adulteração, pois dificilmente os leitores recordam os dizeres do passado.

Se previamente existiu a preocupação em contar como ela havia aprendido a fazer jornalismo de revista, inclusive com a narração de dificuldades encontradas, isso diminuiu. Veja até enunciou quais ações compunham a sua receita, todavia não expôs decisões internas. O único processo esmiuçado foi a preparação da seção de cartas dos leitores. Aliás, precisa ser dito que aos leitores se fez alusão com maior constância, em uma notória alusão do quanto se trabalhava para servi-los e satisfazê-los.

Pode ser percebido que as características usadas às suas definições estiveram cada vez mais permeadas de certezas, ainda que as adjetivações utilizadas variassem. Da maneira como se colocava, a publicação mostrou determinação para se apresentar e cobrir os acontecimentos. “Nos anos 80, Veja alcançou o título de revista mais vendida e mais conhecida do país. Com o abrandamento da repressão militar no país, houve mais liberdade para tratar dos acontecimentos políticos brasileiros, como o atentado a bomba do Riocentro” (FRANÇA, 2011, p.35). Machado e Berger (2012, p.8) acrescentam que em 1984 ela se tornou a principal fonte de renda do Grupo Abril.

O semanário ainda investiu espaço para fazer, através de retrospectivas, uma revisão das coberturas de cada ano. Na mesma medida, o país foi alvo cada vez mais de suas preocupações e proposições. Chegou até a defender intervenções para ele. Entretanto, o envolvimento não foi o mesmo encontrado na campanha das Diretas.

Nos anos de 1980, emergiu a expectativa de mudança observada mais pelos anúncios das empresas que ocupavam as páginas de Veja do que por meio de suas reportagens. É bom lembrar do surgimento de um novo tipo de jornalista - aquele que fazia parte de uma grande cadeia de produção da notícia - que escrevia no anonimato (KLANOVICZ, 2008, p.80).

Ávila (2005) acredita que Veja influenciou o comportamento social da época, visto que teria disseminado muitos dos modismos da juventude. Um artigo produzido como desmembramento desta pesquisa mostra que a década de 1980 foi o período em que ela publicou mais capas relacionadas à música. Foram 19 no total, dentre os quais estava a edição n. 852 “O Brasil em tempo de rock”, que divulgava uma das tendências da época (DINIZ, 2013a).

Na década de 1990, a busca da verdade começou a aparecer como uma finalidade e uma justificativa de seu trabalho. Durante os anos aí compreendidos, algumas novidades foram anunciadas. O preço de seu exemplar nas bancas baixou e houve a criação de novas seções, inclusive uma de tecnologia. No entanto, o reconhecimento das necessidades mundiais aconteceu paulatinamente a reafirmação de que tanto os seus atributos quanto os seus intentos estavam conservados.

A troca de diretores de redação ocorreu por duas vezes. A primeira delas foi anunciada em 8 de maio de 1991, quando depois de quinze anos na função José Roberto Guzzo foi sucedido por Mário Sergio Conti, desde 1983 repórter da revista. Na apresentação feita, este contava assumir “uma publicação, cujo compromisso com a verdade, com a ética, com o desenvolvimento do país, deve muito à inteligência, integridade, persistência e coragem dos jornalistas” (VEJA, 08/05/1991).

A segunda sucessão ocorreu menos de sete anos depois na chegada de 1998 com a entrada de Tales Alvarenga na direção. Na Carta do Editor “Troca de guarda na direção de Veja”, a movimentação nos cargos era comunicada em legenda de fotografia com os dois jornalistas e em texto que pinçava situações vividas pelo dirigente que se afastava (**Figura 9 - Anexo**). Não se esquecia de pontuar números e fatores capazes de proporcionar o crescimento da publicação. Roberto Civita concluía:

Tenho certeza de que Tales e sua extraordinária equipe saberão não apenas manter o nível de integridade, persistência e coragem que caracteriza VEJA desde a sua criação, mas também continuar produzindo uma revista sintonizada com as exigências e necessidades de seus leitores e dos tempos de enormes mudanças que estamos vivendo (VEJA, 07/01/1998).

Para França (2011, p.46), os jornalistas acima continuaram o modelo de jornalismo já estabelecido, mas de forma menos habilidosa. Não pode ser esquecido ainda que nesta fase eles tiveram que lidar com duas novas concorrentes. A revista Carta Capital surgiu em 1994 e a revista Época em 1998.

A década que precedeu o novo século também representou para Veja uma ligação mais forte com a conjuntura nacional. Vários foram os escândalos iniciados em suas páginas. Como outras lideranças da imprensa, o semanário investiu na divulgação de denúncias contra o governo Collor. Uma edição, a de 27 de maio de 1992 com entrevista exclusiva com Pedro Collor revelando o esquema PC Farias⁵⁶, certamente é a de maior fama. Bateu recordes de vendas e teria sido o estopim para a abertura do processo de *impeachment* presidencial.

Foram impressos 836 mil exemplares da edição com a capa 'Pedro Collor conta tudo', 180 mil deles para as bancas e os outros para os assinantes. No domingo, menos de 24 horas depois de terem sido distribuídos, todos os exemplares das bancas haviam sido comprados. Na madrugada de segunda-feira a gráfica começou a imprimir mais 154 mil exemplares. No total foram vendidos 264 mil exemplares em bancas (CONTI, 1999, p.561).

Com o número, as investigações policiais e a comissão parlamentar de inquérito ganharam impulso. Em agosto, um relatório confirmou as denúncias feitas pelo irmão do presidente e este foi indiciado e acusado por crimes de formação de quadrilha e corrupção ativa e passiva (LAURINDO, 2010). Não seria exagero afirmar que, como nunca, a publicação ganhou preeminência. Se segundo Moraes e Schuster (2013) a hegemonia de Veja decorre da trama de significação que ela oferece a seus leitores, nesse momento certamente atingiu-se o ápice dessa capacidade.

Tal como ocorrera no Grupo Folha, a Abril também lançou o seu manual de redação. Com um pouco mais de atraso em comparação a outras empresas, a sua primeira tiragem foi em 1990 e não era voltada a seu maior produto jornalístico, mas a todas as revistas da editora. Por isso, nele não se discutem os preceitos e os modos de fazer jornalismo. Detem-se nas normas da língua portuguesa e em orientações de como

⁵⁶ Para entendê-lo, seguir para: < <http://www.terra.com.br/noticias/especial/pc/capa.htm>>. Acesso em: 10 dez. 2013.

escrever melhor, em acordo a um estilo (MANUAL DE ESTILO EDITORA ABRIL, 1990).

Em paralelo aos grandes grupos comunicacionais, negócios da empresa em questão, principalmente os da *web*, começaram a ser diversificados. Sem o intuito de dar conta de todos, podem ser pontuados alguns fatos. Em 25 de abril de 1996, o Grupo Abril lançou o Brasil Online, BOL, portal com serviço de *e-mail* e notícias. No mesmo ano, esteve envolvida na criação da Universo Online, Uol, cuja fundação decorreu de uma negociação inusitada com Grupo Folha da Manhã. Em 5 de dezembro de 1996, os dois grupos passaram a atuar juntos. De forma complementar, eles aproveitavam-se do que poderia ser oferecido pela Folha de S. Paulo e daquilo que poderia vir da Veja. O resultado foi tão proveitoso que o Uol obteve um franco crescimento (FREITAS, 1999).

Ainda na segunda metade da mencionada década, o Grupo Abril entrou no mercado de TV por assinatura com a Direct TV e ingressou na produção de livros, vídeos e CD's com a Coleções Abril. Outros braços de seus negócios foram a Music Club, que negociava músicas; a Data Listas, que elaborava *databases* de consumidores; e a Listel, maior editora de listas telefônicas no país. Em 1999, foi lançado o Ajato, provedor de internet banda larga⁵⁷.

Os investimentos no setor, juntamente com as possibilidades do jornalismo digital, teriam influenciado a preparação de um *site* para a Veja, cujo funcionamento se deu em 9 de junho de 1997:

O *site* de Veja traz ao visitante o conteúdo da edição completa da revista impressa, com textos, fotos e gráficos. Não existe neste momento, entretanto, recursos avançados de tecnologia que aumentem o potencial de conteúdo de Veja, como a exploração de áudio e vídeo nas matérias (FREITAS, 1999)⁵⁸.

Para concluir este tópico, acrescenta-se uma informação final. Nas duas décadas avaliadas, o semanário ampliou enormemente a quantidade de exemplares especiais veiculados com o número principal. Esses saltaram de somente quatro nos anos de 1980 para 17 em 1990. O campeão de edições é o ano 2000, no qual se contam sete edições do tipo. Com temas variados, elas estão ligadas a eventos agendados no calendário, caso das publicações sobre o descobrimento do Brasil, as Olimpíadas e as Copas; são motivadas por acontecimentos inesperados, como a morte do piloto de Fórmula 1 Ayrton Senna; ou foram incitadas por temas mais frios, supostamente de

⁵⁷ Ver: < <http://grupoabril.com.br/pt/quem-somos/historia>>. Acesso: 10 dez. 2013.

⁵⁸ Não há como informar o número da página, visto que o estudo está disponível somente em html.

utilidade ao leitor, como o número sobre microcomputadores domésticos e o sobre crianças na primeira infância.

4.1.2.1 Exposição dos enunciados

Inicia-se com o derradeiro número de 1981. Na Carta ao Leitor deste dia, assinada com as iniciais de José Roberto Guzzo, o nome Veja aparece associado à divulgação da chamada de capa, que prometia uma retrospectiva do mencionado ano. Embora esse tipo de trabalho com reminiscências viesse sendo preparado desde 1978, é nos anos de 1980 que a sua elaboração vira em definitivo um hábito. As páginas a mais com recordações dos fatos são incorporadas a tal ponto que em 25 de dezembro de 1996 para “oferecer um leque de leitura agradável e variada para o leitor aproveitar o tempo livre dos feriados” a publicação vem com uma edição dupla.

Concorda-se com Lage (2013, p.5) que a retrospectiva, embora possua um viés mercadológico, resulta “do próprio esforço midiático de manutenção de si, enquanto espaço de memória, e dos acontecimentos com o que deve ser lembrado”. Ao relembrar os eventos ocorridos, inevitavelmente atesta-se a capacidade em cobri-los, armazená-los e filtrá-los para que sejam recolocados.

Abaixo, nota-se que Veja se põe como organizadora dos acontecimentos jornalísticos, fornecedora de um “material abundante para a reflexão”. Mas não é só isso. Na explicação sobre a preparação de uma das duas edições de encerramento do ano é possível verificar o encadeamento dos enunciados aos leitores com a afirmação de que o semanário servia a eles.

Este balanço, já uma tradição em VEJA, pretende oferecer ao leitor uma visão ordenada do conjunto de acontecimentos que caracterizaram 1981 na política e na economia, no cenário internacional e na vida brasileira, no universo das artes e na ampla esfera dos costumes. O trabalho foi executado pelos editores de VEJA, envolvidos durante as últimas semanas na tarefa de reunir o que de mais expressivo ocorreu em cada área, e teve a coordenação do redator-chefe Augusto Nunes. (...). Na esperança comum a todos e a cada fim de jornada, VEJA prepara-se para entrar em 1982 com a mesma disposição de servir ao leitor que tem marcado todas as etapas de sua existência (VEJA, 30/12/1981).

Aos leitores se recorreria outras vezes com semelhantes demonstrações de que eles eram motivo de preocupação. Na primeira edição de 1983, prevê-se que o ano seria áspero na economia e movimentado na política. Duas das razões disso são que os

governadores eleitos pelo voto direto começariam a atuar e o Congresso trabalharia totalmente renovado. Por isso, demonstrando propriedade no assunto, “VEJA oferece aos leitores um amplo estudo do que pensa e quer a nova Câmara Federal, peça básica a partir de março, nos tratamentos dos assuntos nacionais” (VEJA, 05/01/1983). Exatamente um ano depois, os leitores receberiam um tratamento mais íntimo na Carta do Editor redigida e assinada por Victor Civita. Chamados de amigos logo no primeiro período, a eles se desejam votos de felicidades no fim do ano.

Tradicionalmente, este é o momento para desejar um feliz e próspero ano aos amigos, que no caso específico de VEJA, incluem cerca de quatro milhões de leitores espalhados por todo o território nacional. Mas, sendo que sabemos todos que 1984 não vai ser um ano fácil para o Brasil, é também um bom momento para refletir sobre tudo aquilo que podemos e devemos fazer para tornar o novo ano, se não um ano de sucesso, pelo menos o ano da grande virada (VEJA, 04/01/1984).

Constata-se nessa oportunidade que o editor e diretor da Abril aproveita o ensejo para ostentar a numerosa quantidade de pessoas que acompanhavam a revista. Igualmente, não se deve deixar de observar que o texto é inteiramente conjugado na primeira pessoa do plural. Essa opção ao mesmo tempo em que é eficiente à partilha de pontos de vista parece ser igualmente eficaz para favorecer a adesão às opiniões disseminadas. Construções usadas no restante do texto como “antes de mais nada, precisamos estar conscientes de que nossos problemas não são insolúveis”, “a questão crucial para 1984 não consiste em saber se vamos eleger nosso próximo presidente pelo caminho direto ou indireto”, “só assim é que no início do próximo ano, poderemos dizer, com confiança, Feliz Ano Novo!” são uma amostra do vínculo desejado com as argumentações.

A simples aparição do nós, fingindo proximidade entre o produtor e o leitor do texto, pode servir para ampliar o interesse do público em acompanhar a revista. Com esse pronome simula-se o diálogo, uma vez que aí não se concretiza uma interpenetração entre os discursos dos seres envolvidos na conversação, como defende Bakhtin (2002), pois a mensagem segue unidirecional. Com o destaque retórico para o leitor, a intenção parece ser deixar claro que ele está sendo considerado. Isso ocorre com a evidenciação da mobilização natural de toda língua, em que um interlocutor se põe em relação a outro interlocutor (BENVENISTE, 1977).

Outro aspecto das elaborações observadas é que as problemáticas nacionais não são apenas colocadas como preocupações. A elas haveria soluções. Veja não se intimida

em afirmar a possibilidade de o país melhorar, às vezes, propondo caminhos para isso ser feito. Entretanto, não se contenta em responsabilizar-se sozinha pelo que é recomendado. Da forma como os leitores estão incluídos nos enunciados, há a impressão de que eles são muitas vezes colocados como avalistas das ideias preconizadas.

O número de 26 de dezembro de 1984 é uma edição especial, cuja ilustração de capa traz a bandeira brasileira rabiscada, tal como o desenho de uma criança, com um sorriso. A chamada contém apenas “o ano de 1984”. Na Carta ao Leitor, como não poderia ser diferente, são feitas ponderações sobre o país em um ano de “mudanças de primeira grandeza”. Apenas uma vez, os enunciatórios são tratados por leitores. Nas demais aparições, em direta conexão com o cenário país, eles estão genericamente enquadrados como brasileiros. Surpreendentemente, em uma inesperada intertextualidade, o texto começa com a recordação de que revista errara ao postular um ano antes que se teria um ano melhor:

Ao apresentar sua tradicional edição de fim de ano, na última semana de 1983, VEJA fazia votos de poder levar a seus leitores, no ano seguinte, um número diferente daquele que então estava sendo fechado. O balanço de 1983, de fato, mostrou um ano de crise profunda no Brasil, com o agravamento de velhos problemas, o surgimento de novos e, sobretudo, uma generalizada ausência de esperanças. O ano de 1984, felizmente, inverte essa situação, e VEJA fica satisfeita por poder assinalar isso na presente edição especial, com o registro das imagens e fatos mais marcantes dos últimos doze meses (VEJA, 26/12/1984).

Com a passagem dos anos, a ideia de que se estava a serviço dos enunciatórios foi sendo cada vez mais reforçada como se isso fosse um fator essencial para o jornalismo praticado. Tanto é assim que se deixaram cada vez mais escapar demonstrações do esforço designado em atendê-los. Ao anunciar uma pesquisa eleitoral, por exemplo, foi dito que “trata-se de um serviço que os eleitores de Veja estão acostumados a receber, e nessa oportunidade não poderia ser diferente” (VEJA, 24/09/1986).

Outros três instantes são úteis para dimensionar os usos da palavra leitor. Um veio no anúncio de uma nova seção, indicada em 1º de janeiro de 1982. “VEJA abre uma seção regular em suas páginas: a de ‘Tecnologia’, que pretende acompanhar, em espaço próprio, o desenvolvimento desta área cada vez mais vital para as pessoas, as empresas e as nações”. De acordo com o que é trazido, o assunto passaria a ser explorado porque ele estava se “tornando uma necessidade cada vez maior ao leitor”.

O segundo e o terceiro empregos que merecem ser levantados se assemelham. Um apareceu em 25 de setembro de 1985. Mesmo a capa desta edição trazendo uma notícia factual, a incidência de um terremoto no México, o texto foi totalmente preenchido com esclarecimentos de como a seção Cartas, reservada à veiculação de manifestações dos leitores, terminou por ser ordenada. Toda a explicação é desenrolada com o aproveitamento de características que evidenciam o trabalho da revista e, conseqüentemente, ela mesma.

Um dos melhores termômetros que uma publicação tem para sentir o pulso de seus leitores é a seção de cartas e, por essa razão, sempre foi um ponto capital para VEJA cuidar com o máximo de atenção da correspondência, cada vez maior que chega semanalmente à redação. Não é trabalho pequeno. VEJA, atualmente, está recebendo cerca de 13 500 cartas por ano, um sinal claro do envolvimento do leitor com a revista e do seu interesse em opinar, elogiar, criticar, sugerir e, sobretudo, participar. Nenhuma publicação vale alguma coisa se não servir àqueles que a lêem - e as cartas dos leitores são um instrumento indispensável para se fazer o ininterrupto aprendizado de como melhor servi-los (VEJA, 25/09/1985).

A redação avança com explanações sobre a estrutura montada para tratar da correspondência e dar curso a ela. Pelo que é dito, a cada semana eram recebidas de 200 a 300 cartas. Todas seriam lidas, encaminhadas aos redatores responsáveis pelos assuntos nelas tratados e, quando necessário, direcionadas aos ocupantes dos níveis superiores da empresa para serem tomadas providências para “cada queixa, sugestão ou qualquer outra manifestação feita pelos leitores”. O trabalho era concluído com um relatório, contendo a tabulação das correspondências recebidas e a classificação do teor delas, enviado aos editores, à direção da redação e à diretoria da empresa para um acompanhamento global e permanente. Mesmo com toda essa trabalhadeira, continuava-se estimulando os leitores a enviarem a sua opinião:

Por fim, nenhuma carta que chega a VEJA fica sem resposta: as que não podem ser publicadas por motivo de espaço, ou que solicitam informações específicas, são respondidas individualmente ao leitor. Escrevam, portanto: VEJA continuará colocando o máximo de empenho em manter esse diálogo vivo, dinâmico e produtivo (VEJA, 25/09/1985).

Poucos meses depois, em 1º de janeiro de 1986, informações relativas às cartas recebidas são acrescentadas em meio às explicações da retrospectiva de 1985. Pelo que é dito, a preparação deste material começava no lançamento do primeiro número do ano. Desde aí “cada fotografia relevante, cada assunto, cada espetáculo ou cada frase

digna de atenção, pela argúcia ou pela tolice, começam a ser arquivados pelo Departamento de Documentação da Editora Abril”. Conta-se que: “as quinze cartas de leitores que formam a seleção deste número são a filtragem final de uma correspondência que, ao longo do ano, soma 1 209 textos”.

É necessário pontuar que em poucas ocasiões são emitidas informações sobre as rotinas dos profissionais da revista. Como outrora, segue existindo a explicitação de qual jornalista desenvolveu uma ou outra reportagem, com esclarecimentos esporádicos de quantos dias foram necessários ao seu desenvolvimento; de quantas viagens foram exigidas; de quem foi o responsável pela coordenação do trabalho. Porém, jamais se deixa escapar apontamentos sobre o que ocorre na redação, com a respectiva explanação de como são selecionadas as temáticas dos conteúdos abordados ou de como essas são filtradas e distribuídas entre os jornalistas, etc.

A abertura concedida às cartas foge, portanto, do usual. Porém, compreende-se porque isso ocorre justamente com elas. Esse é um tópico cuja abordagem não acarretaria problemas à revista. Ao contrário, ele até poderia ter sobre os leitores um efeito positivo. Pois, recebendo explicações sobre o que ocorria com as mensagens enviadas, esses poderiam se sentir motivados a escreverem mais. Ao mesmo tempo, também reconheceriam a enormidade dos afazeres necessários para pôr uma única seção nas páginas da revista.

Outro aspecto a ser descrito é que o semanário continuou na década de 1980 se mostrando com uma postura fortalecida. Isso pôde ser visto em afirmações de seus números comemorativos. Teria sido “com informação de qualidade que Veja chegou ao seu 15º aniversário como a publicação de maior circulação do país” (VEJA, 21/09/1983). A edição extra, lançada nesta oportunidade, trazia a maioria de suas páginas preenchidas por uma curta contextualização de cada ano, acompanhada pela reprodução das capas das edições. Na apresentação inicial de Victor Civita podem ser encontradas afirmações categóricas, como as que o semanário havia se tornado um instrumento essencial do brasileiro para entender o mundo e a de que seria “a maior e mais importante revista atualmente em circulação no país”. Na conclusão se pontuava:

Ao longo de seus primeiros 800 números, cujas capas são reproduzidas neste álbum comemorativo, VEJA acredita ter cumprido o compromisso editorial básico no qual se fundamentou seu lançamento em 1968. Nossa preocupação, agora, é olhar para o futuro, conscientes da capital importância de uma revista como VEJA num mundo em constante transformação (VEJA, 09/1983).

Deve-se alertar que Victor Civita não disse de forma direta qual era o compromisso editorial básico de Veja em seu lançamento. Em 11 de setembro de 1968, o que mais se aproximou do anúncio de algum comprometimento foi a inserção de seu desejo de querer ser “a grande revista semanal de informação de todos os brasileiros”. E isso, pelo que se vê na citação acima e em outros dizeres que enaltecem a publicação, teria sido alcançado. Passados 15 anos, era chegada a hora de pensar em seu futuro, encarando o mundo como em transformação.

Dois anos depois, o seu gigantismo, como acontecia na década anterior, voltou a ser comprovado pelo alto número de suas vendas. Na ocasião, foram ultrapassados os 600 mil exemplares de circulação paga. “A liderança de Veja no mercado brasileiro evidencia, sobretudo, uma estreita identificação com os interesses de seus leitores” (VEJA, 18/09/1985). Em 25 de dezembro de 1985, a revista era lembrada como a quinta maior revista semanal do mundo e a maior publicação brasileira, patamares atingidos graças ao seu crescimento.

O ano de 1985 foi um dos melhores que a VEJA já viveu em toda a sua história. A circulação total da revista, somando assinantes e vendas em banca, saltou de pouco mais de 500 000 exemplares semanais, ao iniciar-se o ano, para acima de 635 000 nestas edições finais de 1985, um aumento superior a 25% (...). Num país onde tanto se fala no peso em que as verbas de propaganda têm na imprensa, eis aí um dado extremamente significativo. VEJA não depende delas. Depende, isso sim, dos seus leitores – e estes, em 1985, demonstraram plenamente que VEJA continua merecendo o seu apreço (VEJA, 25/12/1985).

Os enunciados de como a publicação era superlativa prosseguiram. Em alguns momentos, esses até parecem reverberar efeitos de sentido diferentes. Se inicialmente as falas serviam mais para tornar a produção conhecida, demonstrando o seu empenho para ser maior e melhor, nesta terceira década elas declararam o seu sucesso com explicações de a custas de quê ele fora obtido e com a propagação das muitas certezas desenvolvidas ao longo dos anos.

Como quem cumpre aquilo a que se propõe, ela comemorava ter sabido alcançar a função de “informar, divertir, indignar, e mesmo entusiasmar seus milhões de leitores” (VEJA, 18/09/1985). Sem modéstia, em 2 de setembro de 1987, se considerava como detentora de visibilidade, vitalidade e independência. No fim da década confirmava a satisfação com seus rumos. “A revista pretendeu oferecer dados para a reflexão do

leitor. Reflexão acerca do passado imediato que estará na raiz do futuro, da década em que entramos nessa semana – a última do século XX e do milênio” (VEJA, 31/09/1989).

Ao fazer vinte anos⁵⁹, as suas convicções também apareceram em uma Carta do Editor, assinada por Victor e Roberto Civita. O fracasso das primeiras edições foi lembrado, porém ele vinha para acentuar que o seu compromisso inicial de manter o leitor bem informado – deve ser notado que não foi exatamente isso que se afirmou em sua primeira edição – foi mantido à risca. Além do mais, foi alardeado que a publicação se firmou como corajosa, comprometida com a verdade, com a honestidade, com o equilíbrio e o bom senso e com a defesa intransigente da liberdade, da democracia, da livre-iniciativa. Veja ratificava as disposições defendidas e assegurava ser facilmente reconhecido o lado pelo qual lutara. Nele, seguiria em frente.

Assim, chegamos aos vinte anos satisfeitos com o caminho percorrido e a posição alcançada e determinados a continuar fazendo desta revista uma fonte semanal de leitura agradável, informação confiável, análise inteligente e ideias inovadoras. Paralelamente, continuaremos empenhados na luta contra o Estado cartorial e onipresente, a xenofobia retrógrada, a mistificação demagógica e a impunidade dos poderosos. Ou seja, quando escrevemos neste mesmo espaço, quando a revista fez dez anos em setembro de 1978, ‘não pretendemos ser donos da verdade’ – e VEJA o comprova com sua disposição permanente de ouvir opiniões de todas as tendências, no debate dos grandes temas nacionais. Mas o leitor sabe de que lado lutamos ao longo desses agitados, controvertidos, mas certamente estimulantes 20 anos de vida. E sabe, também, onde nos encontrará amanhã (VEJA, 14/09/1988).

Na década de 1990, há ainda menos espaço para dúvidas ou remorsos. O semanário continuou exaltando a si próprio. Agora, ele era o maior veículo da imprensa brasileira entre todos os meios de comunicação. E para ratificar essa condição fazia afirmações contundentes contra as possíveis críticas e ameaças sofridas.

Em 2 de setembro de 1992 não foi publicada nem a Carta ao Leitor, nem a Carta do Editor. Excepcionalmente, como só foi verificado essa vez em todo o *corpus*, houve a veiculação de um editorial (**Figura 10 - Anexo**), que seguindo as características deste gênero, vinha sem nenhuma imagem ou assinatura. A motivação para a produção desse texto é percebida imediatamente com a leitura do título “O presidente deve sair”. Em meio à turbulência política do país, a publicação defendia a saída do presidente Fernando Collor de Melo.

⁵⁹ Há na capa a indicação de um suplemento especial encartado nesta edição. Entretanto, ele não está disponível no acervo digital.

A despeito de a revista ter impresso vários números com denúncias do político, não se fazia quaisquer referências a essas edições nesse momento. O tom do texto pode ser percebido em suas linhas finais:

Milhões de brasileiros encheram-se de força e alegria para dar um basta taxativo. Um basta à corrupção, à bandalheira, aos privilégios, ao abuso do poder, à ilegalidade. As multidões estão gritando que está errado o ditado que diz “aos amigos, tudo; aos inimigos, a lei”. A lei deve valer para todos. Especialmente para o presidente da República (VEJA, 02/09/1992).

Mesmo estando fora do *corpus*, a Carta ao Leitor de 7 de outubro de 1992, por mostrar como Veja se comportou ao término de todo o processo de denúncias e pedidos de impugnação de mandato, merece ser recordada. Ela era esperançosa com a democracia no país e com o governo de Itamar Franco. Nela, não se perdeu a oportunidade de alardear o protagonismo do produto em tudo isso:

Veja se orgulha de ter estado no centro da crise. Foram dezessete capas sobre o assunto - coincidentemente, o mesmo número de capas dedicadas anteriormente ao Fernando Collor governador, candidato e presidente da República. Durante todo esse período, o único objetivo de VEJA foi o que sempre a norteou desde a sua fundação, há 24 anos: bem informar os seus leitores. A imprensa não existe para organizar campanhas políticas, atacar quem quer que seja ou para derrubar presidentes. Ela existe para contar e explicar o que está acontecendo. Apesar das pressões e ameaças, VEJA cumpriu esse dever (VEJA, 07/10/1992).

Em 22 de setembro de 1993, em página inteira (**Figura 11 – Anexo**), foi alardeado com ênfase os “25 anos de busca da verdade”. A Carta era ilustrada com a reprodução das capas do primeiro número da revista (VEJA, 11/09/1968), do livro *25 anos: reflexões para o futuro*⁶⁰ e das edições extras de Ernesto Geisel na presidência (VEJA, 23/01/1974), da morte de Juscelino Kubistchek (VEJA, 08/1976) e da queda de Collor (VEJA, 07/10/1992). O título do texto redigido por Victor Civita punha à mostra um valor que o grupo editorial assumia ser preponderante. Daí para frente, ele seria exposto constantemente:

A revista sabe que não é a dona da verdade. Mas a verdade é o nosso objetivo permanente, que se renova a cada semana, quando os jornalistas de VEJA saem à cata de notícias, para apurá-las e apresentá-las da maneira mais clara possível. Quando a notícia é especialmente urgente, não se espera nem a semana acabar – publicamos edições extras. A verdade não acaba

⁶⁰ O material foi editado pela jornalista Dorrit Harazim e continha 25 artigos inéditos sobre temas que “apontam para o próximo quarto de século”.

nunca. (...). Aí o choque é inevitável, já que a preocupação de VEJA é apresentar ao leitor tudo o que está acontecendo. Para buscar a verdade, é preciso, além da perseverança, e, frequentemente, muita coragem, doses maciças de independência, isenção e equilíbrio. É por isso que a revista não tem partido político, não defende interesses de amigos, anunciantes, grupos nem corporações (VEJA, 22/09/1993).

A credibilidade que contava ter adquirido estaria refletida até na procura de denunciastas com dossiês de informações prontas. Esses se aproveitavam porque “as reportagens da revista, feitas com isenção e independência, são mais eficazes”. A fim de demonstrar estar precavida, colocava em texto-legenda que a sua conduta era a “impressão de fatos: depois de apuração vigorosa” (VEJA, 07/09/1994). Poucas edições depois, dizia estar mudando para agradar aos leitores e, pela primeira vez, assumiu a incorporação de alguma modificação. Baixou o preço do exemplar, o que foi devidamente justificado com base na definição e defesa do semanário:

Acreditamos que VEJA, com suas reportagens, contribui para a melhoria do país. A revista conta o que acontece, mostra quem é quem, busca dar um quadro geral do que se passa no país e no mundo. Baixar o preço não significa reduzir os padrões de qualidade. Ao contrário. A revista continuará orientada pela sua meta permanente: apurar com rigor, checar e recheckar as informações, filtrar as reportagens, para publicar apenas notícias confiáveis. Foi assim que VEJA se tornou indispensável e continuará sendo (VEJA, 28/09/1994).

A decisão não escondia o desejo de aumentar a sua influência. Em 1996, outras modificações foram trazidas com o título “Mais seções num novo visual” no momento quando a publicação completou 28 anos:

VEJA inaugura nesta edição todo um pacote de novidades. Há uma seção de frases e cartuns, uma página de notas sobre computador e tecnologia, uma coluneta de humor assinada por Tutty Vasques e um Radar maior, logo no começo da revista. Nas próximas semanas, as mudanças se completarão com a estreia de articulistas em novas seções. As modificações têm dois objetivos. Primeiro, colocar mais notícias e informações em VEJA. Notícias curtas, tabelas, ilustrações, charges e citações da semana agora têm seu lugar assegurado na revista. O segundo objetivo é ampliar o espaço para as análises e as opiniões (VEJA, 11/09/1996).

O texto seguia informando sobre a mudança visual realizada pela editora de arte, Maria Cecília Marra. Dois anos depois, ao completar 30 anos, a revista em seu número padrão não fez nenhuma menção ao seu aniversário, nem na capa, voltada aos mais famosos publicitários nacionais, nem na Carta ao Leitor. Porém, foram reservadas duas páginas internas para noticiar “Uma festa indispensável”, onde comunicava sobre o

evento em comemoração ao seu aniversário. Em meio à divulgação de que este acontecimento reunira o presidente Fernando Henrique Cardoso e várias outras personalidades dentre os seus 400 convidados, foram inseridos enunciados com considerações sobre a revista. Dizia-se que várias de suas reportagens poderiam ser facilmente “incluídas entre as mais decisivas já veiculadas no Brasil”. A sua média inicial de vendas era de 120 mil exemplares. Além disso, possuía mais de 1 milhão de assinantes. No afã de comprovar a sua ascensão, alguns feitos jornalísticos importantes eram explicitados:

VEJA esteve presente em todos os grandes momentos da vida nacional e internacional neste último terço de século. No esforço de bem informar, a revista despachou enviados especiais para cobrir oito guerras em diferentes partes do mundo, entrevistou 35 chefes de Estado e governo de 24 países - incluindo todos os presidentes americanos desde Richard Nixon. A única exceção é Bill Clinton. Em algumas ocasiões, as reportagens acabaram tendo influência decisiva no próprio rumo dos acontecimentos. Foi nas páginas de VEJA que, pela primeira vez, se falou do chamado ‘caso Baumgarten’ (...). Uma entrevista com o primeiro-irmão Pedro Collor em 1992 puxou o fio da meada do esquema PC Farias (...). Uma outra entrevista, com o economista e ex-funcionário da Câmara José Carlos Alves dos Santos, detonou o escândalo dos anões do Orçamento, um vasto esquema de roubalheira para favorecer parlamentares com dinheiro público (VEJA, 16/09/1998).

Bem próximo a este evento circulou “Veja 30 anos - edição especial” (**Figura 12 – Anexo**)⁶¹. Com quase 150 páginas, a sua capa era composta por miniaturas de alguns de seus números antigos. No índice, a promessa era aventar a história da revista através dos fatos que foram acompanhados e divulgados em suas reportagens e entrevistas. A preparação do material, coisa rara, é narrada em uma Carta ao Leitor, que reconhecia os profissionais envolvidos neste trabalho e, principalmente, esclarecia as etapas cumpridas.

Para comemorar o seu aniversário de 30 anos, VEJA preparou uma edição mais do que especial. Durante dois meses, uma equipe de 55 jornalistas foi encarregada de ler o conteúdo das 1 564 edições publicadas desde o lançamento da revista, em setembro de 1968. Num trabalho exaustivo de cuidadoso, foram repassadas mais de 70 000 reportagens. Numa primeira peneirada, ficaram 6 000 delas. Após vários recortes e filtragens, sobraram as 173 reportagens e 47 entrevistas que você vai encontrar nesta edição (VEJA, 09/1998).

⁶¹ Na consulta feita no acervo digital da publicação, não se consegue precisar em qual data o material foi veiculado. Pelo que há nesse espaço, isso teria se dado em junho de 1998. No entanto, na reportagem de 16 de setembro de 1998 a edição é prometida para o mês de outubro.

Seguindo para o restante deste material, é preciso se deter no primeiro dos escritos aí contidos, “Mudar para ser a mesma”, pois ele versa exclusivamente sobre o semanário. Neste texto, o século XX é recontado, pinçando-se fatos marcantes, alguns cobertos pela publicação. Como nunca havia ocorrido, é feita uma comparação do seu funcionamento no passado e no presente:

No distante ano de 1968, as notícias chegavam à redação de VEJA, estabelecida então à margem do Rio Tietê, em São Paulo, por meio de barulhentas máquinas de telex, que matraqueavam 24 horas por dia. Os jornalistas compunham suas reportagens naquelas velharias de aço e plástico conhecidas como máquinas de escrever. Isso tudo mudou tremendamente. Os jornalistas estão conectados à Internet, manuseiam computadores, conversam entre si, de uma mesa para outra, ou de um país para outro, através de um sistema computadorizado. A Internet ainda era uma rede restrita quando a revista, em 1995, prenunciou sua explosão mundial. Há alguns meses, na mesma sexta-feira em que o governo americano aprovava a comercialização do Viagra, a pílula da impotência, VEJA estava em condições de viajar pelos corredores da Internet e, em poucas horas, preparar uma reportagem de capa completa sobre o remédio, seus efeitos e suas limitações. Esse é apenas um exemplo de como a evolução das técnicas não é apenas retratada nas reportagens da revista como também permite que essas reportagens sejam preparadas de forma muito mais rápida e eficiente do que há trinta anos, quando, para nós, tudo começou (VEJA, 09/1998).

Ao final, para fazer jus ao título escolhido, era argumentado que mesmo tendo mudado tanto quanto o mundo conservava características básicas nascidas com ela. “Continua dinâmica, bem informada, influente, indispensável”. Afora isso, “todos os seus repórteres sempre quiseram uma mesma coisa: a notícia em primeira mão, a identificação de uma tendência nova de comportamento na sociedade, a observação de um fenômeno econômico, político ou social, que precisa ser explicado”. Nas várias fotografias inseridas, há imagens, raras, de seu edifício-sede, da redação, do setor de impressão, de uma kombi utilizada à sua distribuição nas bancas e de um operário colando um *outdoor* de uma suas publicidades (**Figura 13 - Anexo**).

Nas demais páginas, os trinta anos foram recordados por textos que ora sintetizavam assuntos de suas editoriais - internacional, comportamento, política, ciência e tecnologia, drama, artes e espetáculos, economia - ora procuravam balancear as modificações ocorridas no Brasil com a recordação dos fatos ocorridos no mundo. Em “Trinta anos em revista” foram trazidos vários boxes com curiosidades e informações sobre ela.

Essas eram de caráter principalmente quantitativo. Através delas, tinha-se acesso aos *rankings* com o perfil dos leitores; com os *slogans* de suas campanhas publicitárias;

com os atores/atrizes, cantores e escritores mais citados; com os homens e mulheres mais fotografados; com conclusões acertadas e as não tão precisas assim; com os valores dos preços de capa; com erros cometidos; com furos conquistados; com números mais e menos vendidos; com “o que escreveram sobre Veja”; com aventuras vividas por repórteres; com gráfico com o crescimento das vendas dos exemplares; com comentários da imprensa internacional sobre a publicação; com entrevistados mais recorrentes das páginas amarelas; etc.

Havia ainda mais boxes. Desta vez, com listas que faziam uma revisão histórica de vários setores. Rememoram-se vários modismos, entre outros, de cortes de cabelos, de jogos e brinquedos, de danças, de carros, de avanços tecnológicos, de tribos urbanas, que haviam sido abordados. Trechos das páginas amarelas e das cartas dos leitores também foram contemplados no especial. Por tudo isso, essa é até aqui a maior iniciativa da Veja para falar de si.

Dada à proximidade do final da década de 1990, a última edição de 1999 fazia uma retrospectiva do século XX. A sua Carta ao Leitor, redigida em tom eufórico, começava qualificando o ano como extraordinário. Os assinantes passavam de 1 milhão, isso sem contar as 220 mil pessoas que compravam os exemplares nas bancas. A tiragem da referida edição era contabilizada como a maior já obtida em todos os tempos no Brasil. Talvez por isso, fossem feitas considerações como essa.

Para preparar a retrospectiva do século 20, o editor executivo Eduardo Oinegue trabalhou por dois meses à frente de um grupo de quinze jornalistas. Essa equipe fez um levantamento gigantesco dos principais fatos que moldaram esse período fantástico e ao mesmo tempo terrível da História humana, seus grandes personagens, as conquistas científicas e as ideias que mais influência exerceram no destino do mundo entre 1900 e 2000 (VEJA, 22/12/1999).

Para encerrar o panorama dos anos de 1990, é preciso agregar que em alguns momentos se deixou transparecer como o ofício do jornalismo era caracterizado. Isso veio, por exemplo, em 2 de setembro de 1998, em “A briga pela capa da revista”.

Os jornalistas que trabalham numa grande revista semanal podem reclamar de muita coisa, menos de tédio. A velocidade dos acontecimentos torna a rotina numa redação imprevisível e bastante agitada na maior parte do tempo. A semana passada foi um bom exemplo disso. Em apenas 72h, a capa de VEJA mudou quatro vezes (VEJA, 02/09/1998).

Um ano depois foi a vez da rotina dos jornalistas ser esboçada a partir do argumento de que não haveria semanas típicas à publicação e, consequentemente, aos jornalistas. “Cada edição coloca os repórteres da revista diante de situações novas, em que o desafio é transformar as oportunidades em boas histórias”. Dito isso, duas histórias ocorridas com seus jornalistas foram expostas. Uma do repórter Bruno Paes Manso, que com coragem entrevistara um grupo de assassinos profissionais. A outra continha um caráter mais curioso e um tom humorístico para contar uma curiosidade de cunho pessoal de seus jornalistas.

Já os repórteres Maurício Lima e Monica Weinberg tiveram outro tipo de surpresas, mais brandas, mas igualmente valiosas como matéria-prima de boas reportagens. Recém-casados, eles se separaram por alguns dias para que Maurício pudesse ir à Miami, a ex-meca dos sacoleiros da pátria canarina. (...). Na redação de VEJA, em São Paulo, Monica dependurou-se ao telefone para falar várias vezes com os Estados Unidos. Não com o marido repórter, diga-se. Em várias sessões, ela entrevistou o médico americano Michael Roizen, autor de Idade Verdadeira, que embasa uma reportagem desta edição (VEJA, 08/09/1999).

Nos dez anos analisados, há edições fora do *corpus* que merecem ser lembradas. Uma é a de 29 de agosto de 1990, cuja capa foi dedicada a Victor Civita, falecido cinco dias antes. Como seria esperado, a Carta do Editor, que a partir deste dia começou a ser redigida por Roberto Civita, era dedicada a condecorações ao fundador da Abril. Com o título de “O exemplo que fica”, ela foi inserida em uma página inteira e vinha em primeira pessoa. No escrito, o filho autenticava as qualidades e os feitos do pai.

As características postas como pertencentes ao editor lembram o que era colocado para descrever a Veja. Postulava-se que Victor Civita era um “intransigente defensor da democracia sem adjetivos, da sagrada liberdade do indivíduo e da necessidade permanente de contar somente a verdade”. À revista apenas se fez menção uma vez para que se retomasse a difícil travessia de seus anos iniciais. A título de curiosidade, na referida edição, o empresário também foi assunto de uma reportagem com seis páginas.

Continuando fora do *corpus*, algumas Cartas ao Leitor apresentadas no estudo de Silva (2005b) interessam à pesquisa. Uma delas é a de 30 de outubro de 1991, que didaticamente contava a utilização de computadores na redação e comunicava a introdução de máquinas especiais para o planejamento gráfico. Como dificilmente acontecia, o texto continha até falas do chefe da arte, de um experiente ilustrador e da

responsável por instalar a automação. Elas destacavam as diferenças entre o antigo e o novo processo e o aumento da velocidade e da qualidade da produção.

Há um ano e meio VEJA ganhou uma redação nova, totalmente automatizada, com um sistema que, através de uma rede de microcomputadores, interligou todas as sucursais e todos os correspondentes internacionais à sede da revista, em São Paulo. Agora, segundos depois de o jornalismo apertar uma tecla de seu micro, em qualquer canto do planeta, a reportagem que ele acabou de escrever aparece na tela de um outro micro em São Paulo. O projeto incluiu a integração da redação com o setor de produção, abolindo o uso do papel e da máquina de escrever. A partir da semana passada, VEJA vence uma nova etapa nessa investida rumo ao futuro, iniciando a produção de capas, gráficos, mapas, ilustrações em outra rede de microcomputadores. Cada um dos cinco ilustradores da revista ganhou um microcomputador Macintosh, de fabricação americana, e foi convidado a aposentar lápis, pincéis e tintas (VEJA, 30/10/1991).

Em 28 de maio de 1997, com o sugestivo título de “As carroças no cemitério” foi informada a automação definitiva da redação, após sete anos do início da utilização de computadores. A comparação das carroças às máquinas de escrever ocorre porque, assim como inexistiam saudades dos veículos puxados a cavalo, também não se sentiria falta da máquina usada à digitação de textos. Como se vê, aí se verifica um certo deslumbramento tecnológico, demonstrado nas especificações técnicas dos novos processadores e nas esperanças depositadas ao futuro.

Na inserção de uma fala do responsável “por fazer a ponte entre as expectativas da redação e a equipe técnica”, ventilou-se aos leitores que a revista se preocupava com as alterações que promovia. Por exemplo, a introdução da internet, que já estava ocorrendo, acarretava diferenças para o jornalismo. Entretanto, o que se esperava para esta atividade não era assim tão diferente do desejado em todas as épocas.

O incremento da informatização, a começar pela consulta ao manancial inesgotável da internet, é um poderoso instrumento de trabalho para os jornalistas, e tudo o que facilitar a tarefa só pode ser muito bem-vindo. Mas convém lembrar que esse é apenas o primeiro passo de um processo que exige comparar dados, levantar dúvidas, entender o pano de fundo das notícias, em que contexto elas se inserem, refletir sobre o seu significado e, por fim, elaborá-las de maneira clara para o leitor (VEJA, 28/05/1997).

Menos de oito meses depois, uma Carta ao Leitor teve como foco a tecnologia, embora o naufrágio do Titanic fosse o assunto da capa. Nela, contava-se que o referido assunto sempre teria espaço nas reportagens, pois muitos produtos e serviços estavam sendo influenciados pela sua evolução. Até o modo de trabalho da publicação vinha sendo afetado. Não menos importante, na Carta ainda foi anunciada a inauguração de

uma nova sede à empresa, pormenorizada com detalhes tecnológicos que de tão comuns, hoje, seriam irrelevantes. Na narração a seguir, era resumido o que a empresa estava passando.

Este número é o primeiro inteiramente realizado nas novas instalações da Editora Abril, na marginal Pinheiros, em São Paulo. A nova sede, que VEJA compartilha com outras publicações da editora, é aquilo que se convencionou chamar de prédio inteligente. O sistema de ar-condicionado é dotado de uma rede de sensores que regula a umidade e a temperatura em cada ambiente de acordo com a quantidade de pessoas que ali se reúne. Uma vez programadas, as luzes são ligadas e desligadas automaticamente. Tabelas, gráficos, ilustrações e diagramação da revista são feitos em computador e, juntamente com o texto, enviados através de uma antena de micro-ondas à gráfica, situada em outro bairro, para a produção industrial de 1,2 milhão de exemplares semanais de VEJA. A nova sede da redação foi, evidentemente, a notícia tecnológica mais saborosa para os profissionais envolvidos na produção da revista (VEJA, 14/01/1998).

Por tudo isso, tem-se em Veja uma continuidade das afirmações que a valorizam. Os números de suas vendas ainda seguiram como um argumento muito usado. Entre 1980/1990 Também continuaram aparecendo explicações sobre o trabalho dos jornalistas. Cresceram as menções aos leitores. Surgiram as retrospectivas do ano. O passado, aliás, apareceu como um recurso para se dizer até o que nunca havia aparecido. Houve um envolvimento decisivo com o contexto nacional. A divulgação de novidades, que parecia não ser mais interessante, retornou. Por último, há a impressão de que as certezas da publicação sobre ela aumentaram cada vez mais.

Abaixo, no **quadro 14**, estão sintetizadas as situações relatadas, mais uma vez, seguindo a orientações de apenas colocar o que apareceu no *corpus*. A tabela vem maior do que a desenhada no capítulo anterior porque, dessa vez, foram acompanhadas duas décadas completas. Como já se afirmou, é verificado o crescimento do interesse da revista em reservar enunciados para tratar de si.

Veja – De 1º de janeiro de 1981 a 31 de dezembro de 2000	
Situação de enunciabilidade	Topoi
Último número de 1981	- Retrospectiva do ano com imagens e textos curtos. Isso ocorreria por todos os anos daí para frente - Afirma-se que a disposição da revista continua sendo servir ao leitor
Primeiro número de 1982	- Introdução da seção de “Tecnologia”, uma necessidade do leitor
Primeiro número de 1983	- Aparecem previsões à economia e à política - Há uma maior presença do vocábulo leitor
Aniversário de 15 anos (21/09/1983)	- É enunciado que com informação de qualidade, Veja é a publicação de maior circulação do país

Edição especial de 15 anos (setembro de 1983)	- Reprodução de capas da revista e contextualização de acontecimentos em diferentes setores - Alardeia-se que o compromisso editorial básico de lançamento havia sido cumprido - A sua preocupação é olhar para o futuro em um mundo em constante transformação
Primeiro número de 1984	- Previsão de ano difícil ao país. - Os cerca de 4 milhões de leitores são chamados de amigos
Último número de 1984	- Surgem ponderações sobre o país, - Os leitores são tratados por brasileiros - Há a rememoração da previsão equivocada feita para o Brasil um ano atrás
Edição 18/09/1985	- Comunica-se a postagem de 600 mil exemplares vendidos - Afirma-se que a missão de informar, divertir, indignar, entusiasmar milhões de leitores havia sido alcançada
Edição 25/09 /1985	- Explica-se o difícil processo de preparação da seção de cartas dos leitores
Edição 25/12/1985	- Informação do aumento de 25% das vendas, o que tornaria Veja dependente de seus leitores e não de propaganda
Primeiro número de 1986	- Explicitação sobre a preparação da retrospectiva
Edição de 24/09/1986	- É afirmado que os leitores seriam acostumados a receberem serviços, como as pesquisas eleitorais
Edição 02/09/1987	- É colocado que o semanário é detentor de visibilidade, vitalidade e independência
Edição de vinte anos (14/09/1988)	- Insere-se que a publicação se firmou como corajosa, comprometida com a verdade, com a honestidade, com a defesa intransigente da liberdade, da democracia e da livre-iniciativa - Há a determinação para continuar fazendo da revista fonte semanal de leitura agradável, informação confiável, análise inteligente e ideias inovadoras. Ela é contra o Estado cartorial e onipresente, a xenofobia retrógrada, a mistificação pedagógica e a impunidade dos poderosos. Ainda teria disposição para ouvir opiniões de todas as tendências e participar do debate de grandes temas nacionais
Edição de 31/09/1989	- Demonstração de satisfação com o passado
Edição dos 25 anos (22/09/1993)	- Existe a propagação de que a busca da verdade é um objetivo permanente, renovado a cada semana. Ela é atingida com perseverança, muita coragem, independência, isenção e equilíbrio
Edição de 28/09/1994	- Anúncio da diminuição de seu preço sem reduzir os padrões de qualidade - Disseminação de que a sua meta permanente é: apurar com rigor, checar e recheckar as informações, filtrar reportagens, publicar notícias confiáveis. Com essa receita, Veja se tornou e continuará sendo indispensável
Edição de 28 anos (11/09/1996)	- Apresentação de novidades (seção de frases e <i>cartuns</i>, notas sobre computador e tecnologia, coluna de humor, aumento da seção Radar, estreia de novos articulistas) - As mudanças têm dois objetivos: 1) colocar mais notícias e informações na revista e, através daí,

	mais textos curtos, tabelas, ilustrações, charges e citações; 2) ampliar o espaço para análises e opiniões
Último número de 1996	- Veiculação inédita de edição dupla com inclusão da retrospectiva do ano
Reportagem 30 anos (16/09/1998)	- Introduz-se que Veja esteve “em todos os grandes momentos da vida nacional e internacional”
Edição especial de 30 anos	- É composta por quase 150 páginas. Conta a história da revista através dos fatos, de seus números e de suas imagens - No texto “Veja muda para ser a mesma”, são reconhecidas as alterações no trabalho dos jornalistas. A internet é a mudança técnica apontada. - Enuncia-se que foram conservadas as características básicas utilizadas desde o número 1: ser dinâmica, bem informada, influente e indispensável. - Também os repórteres continuam visando as mesmas coisas: notícia em primeira mão, identificação de nova tendência na sociedade e explicação de fenômenos econômicos, políticos ou sociais
Edição de 08/09/1999	- São contadas histórias sobre a atuação dos repórteres
Última edição de 1999	- Narra-se como foi feita a retrospectiva do século XX - Divulgação com euforia de que teria mais de 1 milhão de assinantes e vendia mais 220 mil exemplares nas bancas

Quadro 14 – Veja nas décadas de 1980 e 1990

4.1.3 Jornal Nacional

A exposição do comportamento do Jornal Nacional continua, à revelia do realizado com o semanário e o diário, sendo feita por disposições particulares. Para isso, os materiais lançados pelas Organizações Globo seguem manuseados a fim de se recuperarem as informações trazidas pela emissora. Novamente, foram poucas as vezes em que se rememorou os enunciados proferidos. Mais reduzidas ainda foram as ocasiões nas quais eles contaram alguma novidade sobre o telejornal.

Em compensação, se a quantidade dos enunciados retomados nos textos memorialísticos é pequena, o conjunto das manifestações enunciativas pôde ser complementado com o uso de vídeos, originalmente veiculados entre 1980 e 1990, disponibilizados na internet. Alguns deles foram acessados pelos portais da Rede

Globo⁶² e outros foram identificados no *site* de compartilhamento *youtube*⁶³. Os que se encaixavam no primeiro caso, por decorrerem da seleção da empresa em questão, foram assistidos na íntegra. Já os do segundo, por ser impossível acompanhar a sua totalidade, foram consultados seguindo-se a lógica de procurar pelos dizeres veiculados em 31 de dezembro e 1º de janeiro⁶⁴. Porém, nada digno de comentário foi encontrado nesses dois dias, o que fez a pesquisa no endereço ser complementada com a busca por gravações de eventos que estão referenciados nos documentos institucionais consultados.

A medida do que deveria ser incluído foi limitada com a observação de certas situações. Houve a decisão de separar, se existissem, os anúncios de mudanças, as manifestações de opinião e as propagações capazes de valorizar o trabalho desenvolvido. Quando um ou mais desses aspectos se mostraram, foi feita a transcrição dos dizeres envolvidos.

Com exceção dos vídeos comemorativos de aniversário, tudo foi verificado a partir do que os discursos dos apresentadores mobilizou, pois neles a voz institucional é mais ativa e vigorosa. Como define Fachine (2002, p.4), o apresentador é a cara do telejornal, sendo um “delegado imediato do sujeito enunciador que se manifesta explicitamente no enunciado”. Embora o enunciador desse produto televisivo seja composto por outros elementos (vinheta, linha editorial, reportagens etc.), essa figura narrativa ocupa uma posição chave pela visibilidade que assume nos telejornais e pela importância que possui na estrutura de reconhecimento desse gênero. É a partir dos apresentadores que os demais sujeitos falantes aparecem, visto que eles se dirigem todo o tempo aos telespectadores. Também é através deles que são amarrados os elementos do programa, daí a opção em se concentrar nos seus dizeres.

Pelo que foi acompanhado, é possível fazer algumas inferências. Uma delas é que as lembranças do JN de estar presente em fatos importantes parecem ter sido mais valiosas do que as digressões dele sobre si. Isso porque a maioria dos dizeres recuperados deixou ver que eles foram motivados mais pelas narrações de momentos jornalisticamente marcantes do que por algum feito exclusivo do telejornal. Não se quer dizer com isso que não houve situações em que esses motivos apareceram combinados.

Outra inferência é que o JN soube aproveitar os vinte anos em que os aparelhos de televisão entravam com rapidez na casa dos brasileiros, conforme explicita Alves

⁶² Para conferi-los, deve-se seguir para: < <http://globotv.globo.com/busca?q=jornal+nacional&dt=&d=&o=antigos&c=&p=&page=2>>. Acesso: 21 set. 2013.

⁶³ O endereço é: www.youtube.com.

⁶⁴ A última busca ocorreu em 2 de janeiro de 2014.

(2004)⁶⁵, para crescer. Os alardes de estar nos quatro cantos do país foram deixados de lado enquanto que a valorização de sua cobertura jornalística consumiu mais dizeres. O telejornal se mostrou à audiência como irrecusável fonte de notícias, destacou o trabalho dos repórteres e indica constantemente que ele ia ao encontro dos acontecimentos distantes (GOMES, 2005).

No período, foram executadas mais reportagens investigativas, investiu-se na análise de especialistas e em momentos especiais até se ancorou o noticiário fora do estúdio. Particularmente nos anos 1990, a produção de reportagens especiais recebeu investimentos. São desse período Caminhos do Brasil (1996), Trabalho infantil (1997/1998/1999) e Prostituição infantil (1997) até hoje lembradas não só com o resgate de suas imagens⁶⁶, mas também com os comentários daqueles que as executaram. Todos esses fatores propiciaram o aparecimento de enunciados voltados ao próprio programa.

Deve-se adicionar que a partir dos anos de 1990, como aponta Fachine (2008), há uma tendência geral de personalização dos apresentadores. De acordo com a autora, à medida que o apresentador se mostrava como um “eu” que falava por si, ele se humaniza ante aos telespectadores. Essa diferença, analisada a partir das disposições actanciais do SPTV⁶⁷ nos primeiros anos do século XXI, teria favorecido que o contrato de credibilidade entre o telejornal e o seu público fosse alterado em decorrência de um novo regime enunciativo, instaurado a partir da alternância das posições actanciais.

O aparecimento de um “eu” individual que fala por si credita disposições diferentes tanto para o “eu” coletivo quanto para o “ele/eles” utilizados para conferir objetividade. Assim, se no telejornalismo tradicional, o “eu” individual foi por muito tempo neutralizado para não comprometer a credibilidade da notícia, o seu aparecimento tem a capacidade de conferir uma maior proximidade do telespectador com o conteúdo (DINIZ, 2010).

Detendo-se nos enunciados de aniversário, foram localizados vídeos de alguns anos. O seu conteúdo, em geral, misturou fatos e imagens veiculados anteriormente pelo JN. Como poderia ser previsível, a quantidade de informações sobre essa produção é bem menor que as vistas nos impressos.

⁶⁵ Presente em 24,11% dos domicílios em 1970, o aparelho de televisão estava em 56,10% das residências nos anos de 1980. Nos anos de 1990, o percentual foi de 79,58%.

⁶⁶ Ver: <<http://globoTV.globo.com/busca?q=jornal+nacional&dt=&d=&o=antigos&c=&p=&page=17>>, <<http://globoTV.globo.com/busca?q=jornal+nacional&dt=&d=&o=antigos&c=&p=&page=19>> e <<http://globoTV.globo.com/busca?q=jornal+nacional&dt=&d=&o=antigos&c=&p=&page=20>>. Acesso em: 10 nov. 2013.

⁶⁷ Telejornal local da Rede Globo na cidade de São Paulo.

Antes de seguir com a explicitação dos enunciados, deve-se fazer uma exposição do que ocorria na emissora, do que ela mesma contou. Nos anos 1980, após a expansão nos anos 1970, a Globo desejava se transformar em uma rede, o que, dentre outras coisas, significava ter uma programação integrada, através das regionais e das afiliadas, para a exibição de suas produções nos mesmos horários em todo o país.

Em seus primeiros anos de funcionamento, o único programa em rede, veiculado em tempo real, era o Jornal Nacional. Inicialmente, os municípios situados fora do Rio de Janeiro recebiam as demais produções em fitas de videoteipe com dias de atraso em relação a sua veiculação na matriz. Pouco depois, as disparidades entre o que se assistia nas diferentes cidades foram sendo diminuídas com a obtenção das imagens via Embratel. Apenas em janeiro de 1983, quando começou a trabalhar com o satélite Intelsat, a emissora se transformou e pôde ser vendida como Rede Globo (15 ANOS DE HISTÓRIA, 1984).

Toda a operação para melhorar a distribuição dos sinais e elevar os padrões de áudio, vídeo e transmissão não ocorreu ao acaso. A ânsia de unificação, muito motivada pela ideia de que deveriam ser oferecidas as mesmas coisas a todos os telespectadores, atraindo-os e acostumando-os com o ofertado, foi canalizada por uma série de medidas. Aos profissionais, elas estabeleceram parâmetros para que os programas atingissem o que foi denominado Padrão Globo de Qualidade. Abaixo, no resumo das recomendações, vê-se que os seus pontos ultrapassavam, e muito, a técnica. Às produções eram preconizadas características palpáveis, que poderiam ser identificadas com um simples olhar, e outras não tão nítidas assim, como as que cobravam o aparecimento de determinadas sensações no público.

Padrão de produção é a criação de rotinas internas e de equipes técnicas capazes de realizar, a nível industrial, isto é, com regularidade e frequência, programas que atendam: A) necessidades manifestantes do mercado; B) dinâmicas de comunicação que despertem a atenção, mantenham-na e consigam níveis altos de emoção, adesão e sentimento; C) a necessidades de clareza do mercado e simplicidade no contato com ideias novas; D) necessidades de entretenimento com base no princípio do prazer, marco fundamental da atitude do telespectador; E) a necessidades de informação e conhecimento dos problemas da comunidade; F) a necessidade de exercícios interiores de emoção projetados em figuras de ficção; G) a necessidades de fantasia e devaneio, principalmente entre as crianças; H) a um mínimo de qualidade técnica; I) a um mínimo de qualidade estética; J) à consonância com os valores éticos médios aceitos pelo público; K) à necessidade da existência, para faixas etárias presentes na audiência, de matérias compatíveis com as suas várias preferências e aspirações (15 ANOS DE HISTÓRIA, 1984, p. 68).

O Padrão não pode ser confundido com a inserção de qualidade nos programas. As onze disposições inseriam primordialmente orientações à fidelização da audiência, balanceadas com exigências do mercado. Apesar de a maioria delas se voltarem a todos os programas, uma é mais direcionada aos telejornais. É a quinta, na qual se pede dedicação para informar e conhecer os problemas da comunidade, o que necessariamente deve ter exigido uma direção diferenciada ao jornalismo. A propósito, juntamente com as orientações, o controle interno sobre o que era feito também cresceu (JORNAL NACIONAL, 2004, p.126).

Ao mesmo tempo em que as disposições acima eram recomendadas, não sem coincidência, foi iniciada a aplicação de pesquisas com o público pela, então criada, Divisão de Análise e Pesquisa. Com elas, queria-se “não só conhecer o seu consumidor e saber de sua posição diante do ‘produto’ que estava oferecendo, mas também quais eram suas necessidades não atendidas em termos de entretenimento, informação jornalística, cultural e serviços de televisão” (15 ANOS DE HISTÓRIA, 1984, p.70).

Outra mudança estrutural importante é que em 1983 o jornalismo da Globo foi dividido em dois setores: o comunitário, que deveria fortalecer os telejornais locais; e o de rede, que deveria realizar a cobertura nacional. Para ensinar a atuação exigida para eles, como já fazia na década anterior, o treinamento dos jornalistas foi ampliado:

A CGJ procurou investir no aperfeiçoamento dos profissionais das afiliadas, levando jornalistas das diversas praças para treinar na sede da emissora, no Rio de Janeiro. O objetivo era levar a todas as afiliadas o padrão de qualidade da Globo a fim de que pudessem participar do Jornal Nacional, o que sempre foi motivo de prestígio para o profissional, sua equipe e a própria afiliada (JORNAL NACIONAL, 2004, p.122).

Em 1984, 91% dos municípios brasileiros e 96,7% da população recebiam o sinal da emissora. Neste mesmo ano, ela lançou o livro *15 anos de história*, bastante referenciado por este estudo, e organizou seu *Manual de Telejornalismo*⁶⁸. Basicamente restrito aos profissionais, este é dividido em duas partes, com normas a serem seguidas, instruções para a feitura de reportagens e considerações para o aproveitamento das imagens. Em todo o documento, percebe-se que a preparação de textos adaptados para os telejornais continuava sendo tratada como um problema, conforme se nota no tom presente em sua introdução. “Há redatores capazes de fazer um bom texto de primeira.

⁶⁸ Ele é em boa parte reproduzido no livro dos 15 anos de história.

Mas esses casos a gente conta nos dedos. E talvez não seja o seu caso. Por isso, duvide sempre do primeiro texto” (MANUAL DE TELEJORNALISMO, 1984, p.7).

Saindo das medidas de caráter geral e concentrando-se no JN, adiciona-se que o interesse por sofisticação tecnológica não desapareceu. Ele cresceu e pôde ser visibilizado nas trocas de cenário, nas remodelações do planejamento gráfico e na implantação de recursos computacionais para a reconstituição dos fatos. Em 1983, a aquisição de um *mainframe*, computador de grande porte para o processamento de informações, auxiliou nisso. Hans Donner, *designer* da emissora responsável pelas modificações, à época acreditava que o seu formato sóbrio havia se conciliado a uma tendência oposta, mais festiva e alegre com matérias que variavam suas vibrações dependendo da arte utilizada para ilustrá-las (Ibid., p. 129). Em 1990, ocorreram mais mudanças no visual, contudo, elas mantiveram atributos semelhantes ao já estabelecido.

Nos mesmos vinte anos, os estúdios, locais privilegiados de experimentação e consolidação da excelência e competência desta produção (BORELLI e PRIOLI, 2000, p.55), tenderam a ser alterados em concomitância às modificações no planejamento gráfico ou mediante a entrada de um novo profissional na bancada. Todavia, as falas acompanhadas jamais verbalizaram as novidades no JN, nem para explicá-las ao público, nem para salientar a capacidade do programa em acompanhar o desenvolvimento tecnológico. A esse despeito, foi argumentado que:

Todas as modificações no Jornal Nacional sempre são adotadas com base em muito estudo, em muita reflexão. Há que ter cuidado para que o espectador não fique com impressão de estar vendo outro jornal e, portanto, outro canal. Cautela. Prudência. Duas palavras que são prescritas a todos quantos queiram introduzir modificações profundas no formato do ‘Jornal Nacional’ (15 ANOS DE HISTÓRIA, 1984, p.132).

Alguns marcos são lembrados. No início dos anos de 1980 a editoria de esportes começou a ocupar um bloco inteiro do JN. Um escritório na região amazônica, com sede em Belém, funcionou por dois anos colaborando bastante com o telejornal do horário nobre. A corrida pelo ouro em Serra Pelada, o conflito de terras no Acre e o contrabando no Alto Solimões foram algumas das reportagens produzidas⁶⁹.

Com o processo de abertura política, o telejornal teve de aprender o que poderia ser noticiado, pois hábitos diferentes dos da censura precisaram ser desenvolvidos. Armando Nogueira, jornalista que esteve na linha de frente de sua criação e foi diretor

⁶⁹ Há o vídeo de uma das reportagens em: < <http://memoriaglobo.globo.com/programas/jornalismo/telejornais/jornal-nacional/escritorio-em-manaus.htm>>. Acesso em: 3 dez. 2013.

da CGJ, esclarece que por esse tempo não existia mais a preocupação com o formato. De acordo com ele, com quinze anos o JN podia ser caracterizado como:

Um jornal de *'hard news'*, *'manchetado'*, absolutamente substantivo, que não se arraste, que seja seletivo - este é o *'Jornal Nacional'*. Quanto a isso, nós não temos a menor dúvida. Trata-se de um jornal testemunhal, para o qual você tem de mobilizar o maior número de repórteres possível. Nós já passamos por aquela fase em que tínhamos o apresentador no estúdio, em termos quase simbólicos. Passamos, então, para um jornal mais *'hot'*, mais quente, com um estúdio com mais profundidade, com mesa para os locutores poderem apoiar os braços. Aí, o telespectador pode esperar que lhe chegue uma informação mais densa, mais forte, mais interessante, o que corresponde à abertura política (15 ANOS DE HISTÓRIA, 1984, p.268).

Com a mesma uma década e meia, havia sido desenvolvida segurança para contar os passos executados na preparação do jornal⁷⁰. Em mais de sete páginas da obra acima, pode ser encontrada uma narração de seu passo a passo diariamente cumprido (Ibid., 1984, p.268-276). Uma edição começava a ser feita assim que outra terminava com uma reunião com a equipe. Aí se faziam críticas a respeito da última edição veiculada e se relacionavam assuntos para pautar o dia posterior. Virada a noite, todos se reencontravam novamente às onze da manhã para revisar o que viraria matéria, agora com a participação dos correspondentes internacionais que entravam por contato telefônico. Depois, era iniciada a preparação do espelho do jornal com a dosagem dos assuntos e dos tempos reservados a eles. Às quatro da tarde, havia um novo encontro para a confirmação de quais reportagens iriam ao ar e a previsão de quais notícias poderiam ser agregadas em regime de urgência. Feito isso, começava uma corrida para editar as matérias, preparar as artes, imprimir os *scripts*, gravar as chamadas e correr ao estúdio. É necessário dizer que muitas dessas ações haviam sido estabelecidas com a criação do Centro de Produção de Notícias (CPN) no fim dos anos de 1970 (JORNAL NACIONAL, 2004, p.122).

Para dar ao jornalismo mais peso e densidade, como se queria, houve o investimento por alguns anos na participação de comentaristas, que desde 1985 eventualmente apareciam. Com o intuito de facilitar a compreensão da audiência, às vezes, esses até eram enquadrados fora do estúdio. “A ideia era dar mais flexibilidade ao JN e tornar a atuação dos jornalistas mais descontraída, com o uso também de uma linguagem mais coloquial” (Ibid., p.188).

⁷⁰ Há aí o prenúncio do que seria visto nos DVDs dos 35 anos do telejornal, onde se pode acompanhar ao longo de um dia os bastidores do telejornal, e do livro *Jornal Nacional: modo de fazer*, redigido por William Bonner em 2009.

Por tudo o que vinha sendo empreendido, as coberturas puderam ser mais sofisticadas. Foram encontradas alusões aos trabalhos empreendidos no atentado contra o papa João Paulo II (1981), na rebelião de presos em Jacareí (1981), no assassinato do presidente do Egito (1982) nas eleições diretas para governador (1982) e na seca de 1983, quando o assunto mobilizou a campanha social de arrecadação de donativos Nordeste Urgente⁷¹. (15 ANOS DE HISTÓRIA, 1984; JORNAL NACIONAL, 2004).

As mobilizações das Diretas-Já, por causa das acusações de que a Globo teria ignorado as reais motivações para as movimentações populares (MIGUEL, 2001; FANTINATTI, 2007), foram alvo de muitas polêmicas. No livro do JN de 2004, a edição de 25 de janeiro de 1984 é descrita em minúcias. Nela, considera-se que a confusão originada a partir deste dia se deveria à escalada do telejornal, na qual foi feita referência apenas ao aniversário da cidade de São Paulo, dando a impressão de que esse era o motivo da reunião de milhares de paulistanos na Praça da Sé. A fim de provar que Ernesto Paglia falou em sua reportagem, além do aniversário da metrópole, da Igreja da Sé e da Universidade de São Paulo, do comício realizado no mesmo local, o seu texto foi publicado na íntegra com indicações entre parênteses das imagens exibidas⁷². A prova estava nos dizeres: “mais à tarde, milhões de pessoas vieram ao Centro de São Paulo para, na Praça da Sé, se reunir num comício em que pediam eleições indiretas para presidente” (JORNAL NACIONAL, 2004, p.157).

Continuando com as coberturas, a morte de Tancredo Neves, primeiro civil que ocuparia a presidência da República, em 21 de abril de 1985, um domingo, provocou um fato inédito. Em uma demonstração do vigor do telejornal, foi exibido, após o Fantástico, um Jornal Nacional especial com quatro horas de duração⁷³, cujo planejamento e execução teriam movimentado quase todos os profissionais de jornalismo da emissora⁷⁴.

Com a nova República no país, “Brasília passou a ter um peso maior no noticiário” (Ibid., p.179). A elaboração da Constituinte, as greves da Companhia Siderúrgica Nacional, a queda do muro de Berlim e as eleições presidenciais estão entre os eventos lembrados no período de 1987 e 1989. Os sufrágios, devido às críticas de que

⁷¹ Há vídeos em: <<http://globotv.globo.com/busca/?q=jornal+nacional&dt=&d=&o=antigos&c=&p=&page=4>>. Acesso em: 10 dez. 2013.

⁷² A matéria está em: <<http://globotv.globo.com/rede-globo/memoria-globo/v/diretas-ja-19831984/2231981/>>. Acesso em: 7 set. 2013.

⁷³ Há um trecho em: <<http://globotv.globo.com/rede-globo/memoria-globo/v/tancredo-neves-eleicao-e-morte-1985/2302935/>>. Acesso em: 10 out. 2013.

⁷⁴ Ver em: <<http://memoriaglobo.globo.com/programas/jornalismo/telejornais/jornal-nacional/morte-de-tancredo-neves.htm>>. Acesso em: 15 dez. 2013.

havia o favorecimento em torno de alguns candidatos (COLLING, 2007), têm uma atenção mais detida nas rememorações encontradas com a inclusão de informações sobre o espaço e a disposição das matérias correlacionadas ao assunto.

A controversa edição do debate do segundo turno com os candidatos Fernando Collor de Mello e Luiz Inácio Lula da Silva, que foi ao ar no Jornal Nacional, recebeu 13 páginas de explicações. Em um dos livros editados, há depoimentos dos profissionais que nele estiveram envolvidos e a transcrição de falas trazidas pelo apresentador Cid Moreira e pelos candidatos (JORNAL NACIONAL, 2004). Na internet, foi encontrado um dos blocos do telejornal⁷⁵. Com duração de mais de 11 minutos, ele trazia uma reportagem sobre os preparativos para o debate, a edição com o seu resumo, uma matéria com a avaliação do desempenho dos candidatos e a análise opinativa de Alexandre Garcia. Para que se verifique como a emissora conferiu relevância a ela mesma, a sua mídia e ao Brasil por causa desse evento, esta última deve ser reproduzida:

Ontem à noite, as ruas desertas da cidade atestavam a audiência de Copa do Mundo com o Brasil na final. Era a audiência da televisão brasileira no último debate entre os candidatos à presidência. Nesses dois debates, a televisão foi fonte de aperfeiçoamento da democracia, foi união entre a eleição e o eleitor, fez entrar em milhões de lares os dois candidatos defendendo as suas ideias e posições. Ter participado daqueles momentos em que a televisão foi confirmada como o principal veículo no principal processo da democracia, que é a eleição, é algo que muito nos orgulha. Nós vamos continuar a seu lado até que se conheça o resultado e depois dele porque aperfeiçoar a democracia é uma prática constante. E agora é votar, cada voto, o seu voto tem um poder de nomear o presidente da República. É um poder e um direito porque quem nomeia é também quem paga o salário do presidente e quem sustenta o governo com os impostos, que são uma parte do trabalho de cada um. O nosso trabalho como profissionais da televisão foi e continuará sendo o que fez a televisão nesses dois debates: manter aberto esse canal de duas mãos entre o eleito e os eleitores para que melhor se exerça a democracia (JORNAL NACIONAL, 14/12/1989).

Saindo das coberturas da década de 1980, em maio 1989, o JN foi mexido. Sergio Chapellin retornou como apresentador com a saída de Celso Freitas, que dividia a bancada com Cid Moreira desde 1983. No mesmo ano, a sua estética foi alterada por um cenário fixo, composto pela bancada; e outro móvel, constituído com recursos computacionais que davam um tratamento diferenciado às reportagens. A sua vinheta, embora seguisse a mesma, ganhou mais definição ao ser refeita por computação gráfica

⁷⁵ A sua visualização pode ser feita em: <<http://globotv.globo.com/rede-globo/memoria-globo/v/debate-collor-x-lula-1989/2250226/>>. Acesso: 22 dez. 2013.

e receber um novo arranjo musical. Na entrada dos anos de 1990, houve a informatização da CGJ com computadores interligando *online* todas as praças, repórteres e editores. Isso acarretou à produção um ganho de tempo e um sistema de controle mais forte do que o possuído até então (JORNAL NACIONAL, 2004, p.236).

Em 1991, devido a “mudanças substanciais” provocadas pela saída dos diretores Armando Nogueira e Alice-Maria e pela troca de vários profissionais no ano anterior, adentrou-se em uma nova fase no telejornalismo da Globo. O JN recebeu uma orientação mais investigativa e começou a se aproximar do público com matérias ligadas à comunidade, ao direito do cidadão e a comportamentos de modo geral. Uma das novidades foi o quadro com a previsão do tempo, apresentado por Sandra Annenberg, primeira mulher a estar diariamente presente no telejornal.

A grande novidade do Jornal Nacional, entretanto, apareceria em 1992. Naquele ano, o telejornal começou a usar reconstituição de fatos, em forma de desenhos ou de gravações com atores. O trabalho, um recurso nos casos em que a emissora não tinha a imagem do acontecimento, era realizado pelo departamento de arte da CGJ, sob a direção de Alexandre Arrabal (JORNAL NACIONAL, 2004, p.232).

Contudo, na medida em que essas inserções foram ampliadas também se começou a sentir a forte presença de matérias sobre violência no noticiário, o que repercutiu negativamente (Ibid., p.233). As notícias com esse cunho diminuiriam com a entrada de Alberico de Sousa Cruz na direção da CGJ, onde ficou entre 1990 e 1995. Com ele, a produção dos noticiários foi descentralizada do CPN e os editores-chefes dos telejornais passaram a deter responsabilidade pelo programa. Em depoimento⁷⁶, ele disse o que objetivava: “nós não podíamos refletir o que os jornais tinham dado de manhã. Nós tínhamos que servir de pauta para os jornais do dia seguinte. Esse era meu objetivo na realidade. Não tinha nada a ver com a instantaneidade da notícia”.

Em 1995, Alberico de Sousa Cruz foi substituído por Carlos Evandro de Andrade. Em fala no Memória Globo⁷⁷, este definiu o Jornal Nacional assim:

É um produto de 21, 22 minutos de produção, que se propõe a afirmar tudo que é relevante no mundo e no Brasil. Inclui esporte, né? Isso obriga a ser um jornal muito seco, muito direto. (...). O que tiver acontecido, de relevante, vai ser mostrado no tempo que nós julgamos relevante. Por que qual é o dever

⁷⁶ Ver: < <http://memoriaglobo.globo.com/programas/jornalismo/telejornais/jornal-nacional/outros-tempos.htm>>. Acesso em: 10 jan. 2014.

⁷⁷ Indicação em: < <http://memoriaglobo.globo.com/programas/jornalismo/telejornais/jornal-nacional/formato.htm>>. Acesso em: 10 jan. 2014.

do editor? É esse. Só pesar espaços disponíveis para usar dentro aquilo que ele considera. (...). Lógico, bom senso do que é mais ou menos importante para usar aquele espaço. Isso é a nossa tarefa, de jornalista.

A gestão deste, corroborando o que vinha acontecendo, teria sido “marcada pelo aprofundamento da linha investigativa no noticiário, pela ênfase nas questões relativas à cidadania e pelo fortalecimento do jornalismo comunitário” (Ibid., p.285). No seu comando os telejornais tiveram de perseguir credibilidade, aplicar os preceitos universais do jornalismo (isenção, imparcialidade, respeito aos direitos e etc.) e inserir “Mais Brasil e menos Brasília”.

As duas primeiras marcas que Evandro imprimiu na Globo foram: a criação da Globo News, o primeiro canal de notícias brasileiro 24 horas por dia, e a designação de jornalistas para apresentar todos os telejornais da casa. Foram duas decisões ousadas. A primeira significava a montagem de uma estrutura complexa, que envolvia grandes riscos operacionais e comerciais. A outra implicava substituir profissionais do mais alto padrão, experimentados, sucesso absoluto de público e crítica havia muitos anos (JORNAL NACIONAL, 2004, p. 287).

Em uma decisão tida como muito difícil, Cid Moreira e Sergio Chapelin deixaram de ser os apresentadores principais do JN, tendo sido substituídos por William Bonner e Lilian Witte Fibe. Esses assumiram a bancada em abril de 1996, o que inevitavelmente provocou diferenças em como o telejornal era assistido (PORTO, 1999). Nesta fase, porque o programa estava dedicando muito espaço às matérias leves e de comportamento, ele foi acusado de cometer excessos. O ápice das críticas se deu no dia 28 de julho de 1998, quando o nascimento da filha da apresentadora Xuxa ocupou dez minutos de sua edição (JORNAL NACIONAL, 2004, p.289).

Em 1996 e 1997, o JN recebeu novos quadros, entre eles estão os que incluíram a participação de comentaristas, como Arnaldo Jabor e Galvão Bueno. Em 11 de agosto de 1997, o sistema *closed caption*, que permite legendar as falas, passou a ser utilizado. Em fevereiro de 1998, Lillian Wite Fibe saiu do telejornal. Quem assumiu o seu lugar em 30 de março de 1998⁷⁸ foi Fátima Bernardes. Em 1999, William Bonner passou a acumular as funções de âncora e de editor chefe. Sobre isso, ele conta que:

Quando assumiu o comando do Jornal Nacional, estabeleceu, em combinação com Evandro, um conjunto de regras para pautar diariamente a produção do telejornal: ‘Redigi um decálogo que não mostro para ninguém. Praticamente

⁷⁸ No dia de sua estreia, logo após a escalada e a vinheta, pôde ser ouvida a conhecida voz de Cid Moreira: “Está no ar o Jornal Nacional com William Bonner e Fátima Bernardes”.

todos os dias abro ele no meu computador e fico lendo aquilo para ver se estou descumprindo algum dos compromissos que assumi comigo mesmo sobre como fazer aquilo ser o mais importante veículo de notícias do Brasil. O Jornal Nacional tem uma história a ser preservada, e tem a obrigação, como fonte única de informação da maior parte da população brasileira, de mostrar aquilo que eu apelidei - como fosse uma função de teclado de computador - de 'F4'. O jornal tem que ter todos os dias aquilo que de mais importante aconteceu no Brasil e no mundo. Se ele tiver 40 minutos de produção, ele vai ter isso e mais uma porção de coisas. Se ele tiver 21 e meio, ele vai ter só isso. Eu dou um jeito, diminuo a cobertura disso e daquilo, elejo o que é jornalisticamente mais importante para dar ao repórter' (JORNAL NACIONAL, 2004, p.294).

Às vésperas da entrada no novo século, foram realizadas modificações de fôlego em sua cenografia. Elas foram executadas por Alexandre Arrabal, porém mantiveram a estética implantada por Hans Donner.

No dia 26 de abril de 2000, quando a Rede Globo comemorava seus 35 anos, o Jornal Nacional sofreu uma completa reformulação. O telejornal deixou o estúdio tradicional para ser apresentado de dentro da redação. A bancada dos apresentadores - totalmente modificada e transformada em área de trabalho dos jornalistas, com um monitor e um computador - foi transferida para um mezanino, construído em uma das extremidades da redação, a três metros e meio de altura do chão (Ibid., p.293).

Dentre os pontos fortes do novo cenário foram creditados: a capacidade de a câmera passear no estúdio, a possibilidade de se explorar diferentes efeitos de luz e a captura de imagens da redação.

O novo formato é único no mundo e une dois tipos de cenário: apresenta a redação ao fundo e simultaneamente ilustra os assuntos com imagens gráficas atrás dos apresentadores. Todas as mudanças vieram acompanhadas de inovações tecnológicas. As ilustrações, por exemplo, são projetadas por um refletor. Em vez de inseridos por *chromakey*, os selos passaram a ser sobrepostos, misturando-se ao fundo real da redação. A imagem é formada à medida que o apresentador começa a falar no assunto. A produção de selos é diária, sempre de acordo com os assuntos que serão abordados no noticiário daquele dia (Ibid., p. 293).

Para finalizar o que aconteceu nos anos de 1990, deve-se pontuar, como se fez na década anterior, algumas das coberturas desenvolvidas. São recordados com destaque os planos econômicos implantados no país, a guerra do Golfo e a Rio-92. As movimentações para o *impeachment* de Collor, bem como as manifestações que o incitaram também são lembrados. Em 29 de setembro de 1992, a votação do pedido de encerramento do mandato do político na Câmara ocupou toda a edição do dia.

Outras lembranças diferenciadas são as que retomam a morte do piloto de Fórmula 1 Ayrton Senna. Em 4 de maio de 1994, o telejornal foi ancorado, em parte, por Carlos Nascimento diretamente da Assembleia de São Paulo, onde acontecia o velório do esportista. No dia seguinte, a sua transmissão foi dividida entre o estúdio e o autódromo de Interlagos. Não se pode deixar de acrescentar que no período acompanhado ainda são recorrentes as memórias de reportagens investigativas, como a do jornalista Roberto Cabrini que localizou em Londres PC Farias, abreviação de Paulo César Farias, acusado de montar o esquema de corrupção da gestão Collor.

Finalmente, no decorrer dos dez anos, as séries de reportagens foram produzidas em maior número. Em depoimento⁷⁹, Amauri Soares, editor-chefe do JN entre 1995 a 1997, contou que:

Eu sempre fui um entusiasta desse formato, sempre estudei muito esse formato. Quando eu percebi que eu tinha a possibilidade de experimentá-lo no Jornal Nacional, foi muito importante pra mim. Eu acho que a gente fez experiências absolutamente interessantes e vitoriosas. Talvez a primeira e a mais significativa delas, foi quando nós convidamos a Míriam Leitão pra fazer uma radiografia das mudanças econômicas que o brasileiro tinha vivido nos últimos anos.

De grande repercussão foram as séries que trataram do trabalho infantil, exibida em 1997, e da exploração de mão-de-obra escrava, veiculada em 1999. Contrabando de armas, agrotóxicos, reciclagem de lixo, casas de jogos ilegais e drogas nas escolas foram outros assuntos tratados. Também na mesma década se viu outra forma de manifestação diferenciada. No que foi a sua maior exposição institucional, o JN trouxe em momentos excepcionais a sua opinião em editoriais, infelizmente não encontrados, lidos pelos apresentadores.

Pode-se acrescentar que nos anos de 1990, conforme trazem Adghirni e Ribeiro (2001, p.2), a Rede Globo lançou o seu portal na internet com o objetivo de interagir com o público e satisfazer a todas as suas necessidades de informação, entretenimento e serviços. Os mencionados autores pontuam que Roberto Marinho chegou a afirmar que nenhum grupo de comunicações teria futuro “se não se plugar na rede nem souber utilizá-la para aproximar-se o máximo possível do público. Essa é a lógica por trás da criação do portal Globo.com e dos planos estratégicos da Globocabo”.

⁷⁹ Ver: <<http://globotv.globo.com/rede-globo/memoria-globo/v/caminhos-do-brasil-1996-fronteiras-2002/2179706/>>. Acesso: 10 dez. 2013.

Como se viu, o programa foi modificado várias vezes nas duas décadas. As mudanças foram amplas e incluíram alterações nos cenários; trocas de profissionais de diferentes instâncias hierárquicas; e novas investidas às reportagens. Dessa vez, há muito mais material que recorda de seu passado. Se as memórias iniciais giraram em torno do desafio de colocá-lo ao ar, de levá-lo a todo o país e de preparar profissionais capacitados para atuar nele, neste segundo momento, é transmitida a ideia de que ele estava em movimento, organizava-se mais e completava a sua profissionalização, o que implicaria em mais obrigações, responsabilidades e compromissos. Nada disso, contudo, pareceu ter gerado inseguranças. Ao contrário, a visão é de que sempre iria além.

Na visão de Borelli e Priolli (2000, p. 50), a análise histórica do telejornal mais popular do país evidencia a existência de alguns focos constantes de investimento, com a repetição, bastante regular, de eixos conceituais e temáticos. Para os autores, os mais importantes, sem dúvida, seriam: a inserção do debate político nacional; a priorização do investimento tecnológico como padrão de qualidade e confiabilidade; a promoção de uma identidade nacional. Resta saber se eles coincidem com os enunciados recuperados.

4.1.3.1 Exposição dos enunciados

Como sinalizado, apesar de existir nos arquivos uma maior quantidade de enunciados veiculados pelo JN entre as décadas de 1980 e 1990, não são tantos os que puderam ser aproveitados no estudo. Mesmo assim, por eles possuírem características distintas, serão sequenciados em função de suas semelhanças e das situações através das quais foram explicitados. Não se conseguiu fazer exatamente uma cronologia, embora se tenha procurado segui-la.

Inicia-se apontando que nas chamadas dos apresentadores foram introduzidas com mais frequência informações sobre os repórteres, seja incorporando seus nomes, identificando os locais onde eles estavam, vinculando-os ao programa ou demarcando uma informação exclusiva. O acréscimo dessas informações foi mais comum nos casos de *links* ao vivo, contudo elas também surgiram para introduzir materiais gravados: “Nosso correspondente na Amazônia mostra” (JORNAL NACIONAL, 17/04/1981), “O repórter Domingos Meireles mostra como ficou a empresa depois dos incidentes” (JORNAL NACIONAL, 10/11/1988), “O Jornal Nacional volta a falar da Alemanha

(...). Da porta de Bradenburgo, ao vivo, fala o repórter Pedro Bial” (JORNAL NACIONAL 18/11/1989).

Nos anos de 1990, mesmo sabendo-se que enunciados com essas características continuavam existindo, eles estranhamente só foram vistos em vídeos disponibilizado até 1993. São exemplos: “De Brasília, a repórter Mônica Waldvogel tem outras informações (...)” (JORNAL NACIONAL, 04/09/1990), “Vamos acompanhar as manifestações que estão ocorrendo neste momento nas capitais nos Estados. De Porto Alegre, as informações do repórter Marcos Martinelli” (JORNAL NACIONAL, 29/09/1992), “Você vai ver agora o encontro do repórter Roberto Cabrini com Paulo César Farias” (JORNAL NACIONAL, 01/12/1993). Essa escassez pode ser apenas uma coincidência. Entretanto, talvez assinala a diminuição de entradas ao vivo e de furos de reportagens, o que só pode ser confirmado com uma investigação específica.

Outra situação que frisava constantemente aos telespectadores que eles estavam acompanhando o Jornal Nacional ocorreu nas veiculações de reportagens especiais, quando ainda implicitamente se afirmava que o programa era capaz de tratar assuntos com mais profundidade. Observada nos arquivos a partir dos anos de 1990, ela incitou explicações sobre o trabalho executado, algo que pouco aparecia nas reportagens diárias. Para ilustrar isso, pode ser colocada a apresentação da já citada série Caminhos do Brasil⁸⁰, realizada em 1996 por Miriam Leitão. A voz de William Bonner ecoava:

ONU divulgou hoje um dos maiores estudos já feitos sobre o Brasil. Um ano e meio de pesquisas. O documento derruba mitos, dá nova dimensão a velhos problemas e revela um novo país. Com os dados desta pesquisa nas mãos, a equipe do Jornal Nacional viajou mais de 22 mil quilômetros pelo país. O resultado é a série de reportagens que você acompanha a partir de hoje: Caminhos do Brasil (JORNAL NACIONAL, 01/01/1996).

Os aniversários do telejornal geraram situações através das quais o programa pôde se exhibir. Ao fazer 15 anos, como se para mostrar o seu tempo em atividade e a sua competência em fazer a cobertura dos fatos, o JN produziu reportagens que recuperavam sem muito detalhamento acontecimentos jornalísticos relevantes ocorridos ao longo de sua existência. Por todo o mês, a cada dia de exibição, voltou a uma data para evocar o que havia se passado nela. No Memória Globo⁸¹, há dois dos vídeos

⁸⁰ Um trecho dela pode ser assistido em: <<http://globo.tv/globo.com/rede-globo/memoria-globo/v/caminhos-do-brasil-1996-fronteiras-2002/2179706/>>. Acesso em: 10 out. 2013.

⁸¹ Ver: <<http://memoriaglobo.globo.com/programas/jornalismo/telejornais/jornal-nacional/jn-15-anos.htm>>. Acesso em: 11 dez. 2013.

exibidos. Um é referente a 7 de setembro de 1972 e abordou assuntos como a chegada do homem à lua e o garimpo em Serra Pelada. Em seus segundos finais, ouviu-se: “na Antártida, o Brasil faz do sonho uma realidade. O Jornal Nacional participou da primeira expedição ao continente gelado”. O segundo vídeo retomou o 22 de setembro de 1980. Nele, as autorreferências se fizeram mais presentes com a identificação de alguns dos nomes de seus profissionais e com menções ao JN:

22 de setembro de 1980. Começa a guerra entre Irã e Iraque. O que era um conflito de fronteira logo passou a guerra total. Estas imagens foram na época um furo internacional. O cinegrafista Mário Ferreira e o repórter Roberto Feith foram os primeiros jornalistas a chegar à frente de batalha. (fala do repórter). Dezembro de 79, uma equipe do Jornal Nacional documenta o início de uma guerra de libertação. Há barreiras militares em todas as estradas. O cinegrafista José Wilson da Mata filma escondido de dentro do carro. São as primeiras imagens depois da invasão russa no Afeganistão. (passam imagens chocantes somente com o local e o ano em que aconteceram). Nesses quinze anos, o Jornal Nacional acompanhou as 60 guerras que o mundo viveu. As cenas mais violentas vieram do Vietnã, onde morreram pelo menos meio milhão de pessoas. (cenas dessa guerra acompanhadas de narração). Final dos anos 1970, a violência muda de endereço está nas ruas de Nicarágua que derruba a ditadura somozista. Está também em El Salvador em outra guerra civil. De lá, o mundo recebe uma imagem que o Jornal Nacional mostrou. É o símbolo da estupidez que derruba os inocentes numa guerra. Desta vez, ela pega um jornalista de televisão, o americano Bill Stuart. (cena da morte do profissional com a sua fotografia no canto esquerdo da tela). (JORNAL NACIONAL, 22/09/1984).

Infelizmente a edição dos vinte anos não foi localizada. De seus 25 anos, em 1º de setembro de 1994, foi encontrada a mensagem emitida por Cid Moreira no encerramento do telejornal. Embora curta, ela revisava o passado, abordava os objetivos que guiavam o JN e continha a promessa de continuar seguindo esses últimos⁸²:

O Jornal Nacional completa hoje 25 anos. Foram 7 mil e 800 dias testemunhando o que ocorreu de importante no mundo e no país para informar a milhões de brasileiros. Alegrias e tristezas, boas e más notícias andaram juntas este tempo todo no Jornal Nacional. Um quarto de século buscando o equilíbrio e correção para ajudar o telespectador a entender o que acontece a sua volta. Este é o nosso dever e é o que vamos continuar levando às casas do país inteiro. Boa Noite! (JORNAL NACIONAL, 01/09/1994).

De seus 30 anos, teve-se acesso à vinheta produzida⁸³. Nela, cenas de fatos nacionais e internacionais são intercaladas com imagens que remetiam ao telejornal. São

⁸² O vídeo está disponível em: < <http://www.youtube.com/watch?v=4hliGOiqfQ8>>. Acesso em: 26 dez. 2013.

⁸³ Pode ser conferida em: < <http://www.youtube.com/watch?v=Ctu-AGejDds>>. Acesso em 20 dez. 2013.

trazidos grafismos antigos que o simbolizavam e imagens de apresentadores que ocuparam sua bancada. Passados vinte segundos, em *off*, entra a voz de Cid Moreira: “1º de setembro. 30 anos de Jornal Nacional. Você tornou possível esses trinta anos de vida. Obrigado”.

Dessas três décadas, também foi localizada parte da série especial veiculada⁸⁴. Narrada por Pedro Bial, a sua estruturação alternou depoimentos de jornalistas com imagens de acontecimentos. Como jamais ocorrera, houve espaço até para se afirmar que o JN nunca esteve tão próximo e para se versar sobre alguns dos dilemas inerentes ao jornalismo de TV:

Uma janela no centro da sala com vista para o mundo. Morte mais triste de um personagem de novela não é nada, comparada a uma lágrima da vida real. Testemunhas, a dor do outro, dói em nós de um jeito. É o que se chama solidariedade. As câmeras são nossas centenas de olhos. A voz do repórter faz as nossas perguntas. A memória, um gesto aflito. Um lance heroico. Glória individual ou vergonha nacional. Nunca fomos tão próximos. (...). Em sua infância e adolescência, o JN fazia o noticiário nacional sob censura. A cobertura internacional cresceu. (...). Todos os dias os jornalistas de TV enfrentam decisões espinhosas. Um homem comete suicídio em frente às câmeras. O que fazer? Como mostrar? (JORNAL NACIONAL, 09/1999).

Mais uma colagem dos enunciados emitidos pelo referido jornalista revela como eram enxergadas as transformações pelas quais o Jornal Nacional tinha passado, como ele influenciava a vida das pessoas, quais as suas características e, curiosamente, como pessoas comuns poderiam participar dele. O texto começa retomando a cobertura do levante em Jacareí acompanhada por Carlos Nascimento em 1981:

Um novo tipo de jornalismo eletrônico pedia um novo repórter. (...). Os repórteres de TV passaram a fazer parte da família. Gente que a gente houve pra saber das coisas e acredita. Os encontros passaram a ser marcados antes ou depois dele. (...). O Brasil se democratiza, o JN se transforma. (...). Para manter o diálogo com o espectador, o Jornal tem independência, objetividade, flagrante, denúncia. A qualquer momento, o Jornal Nacional pode ter a participação de qualquer um que tenha estado no lugar certo, na hora certa, câmera na mão. Os amadores trazem flagrantes, registram momentos que antes se perdiam. A cena do assassinato de John Kennedy foi captada por apenas uma câmera, de Abraham Zapruder. É hoje o filme mais caro da história do cinema (JORNAL NACIONAL, 09/1999)⁸⁵.

Em outro dia da série, Pedro Bial localizou por meio de um helicóptero uma família que vivia no campo, isolada, sem possuir televisão. Aos seus moradores, como

⁸⁴ No youtube só há metade de seu conteúdo em:< http://www.youtube.com/results?search_query=especial+30+anos+jornal+nacional&sm=3>. Acesso em: 10 dez. 2013.

⁸⁵ Não se conseguiu precisar a data.

se tivessem perdido muita coisa sobre o mundo, foram mostradas e explicadas imagens de figuras humanas ilustres e até de animais que eles desconheciam.

No ano seguinte, não foi lembrado o aniversário do telejornal, mas os 35 anos da Rede Globo, William Bonner falou ao término da exibição⁸⁶, mais uma vez utilizando o você:

Este 26 de abril foi um dia especial pro Jornal Nacional. O dia em que nós passamos a apresentar as principais notícias do Brasil e do mundo, aqui, no ambiente de nossa redação de jornalismo. E este novo cenário chegou como um presente porque neste 26 de abril de 2000 nós estamos comemorando o aniversário de uma parceria: os 35 anos da TV Globo. Os 35 anos da Globo com você. Uma boa noite! (JORNAL NACIONAL, 26/04/2000).

Procurando-se anúncios de novidades no programa, pode ser trazido o comunicado da saída definitiva de Cid Moreira e Sergio Chapelin, anunciada em 30 de março de 1996. Os apresentadores, conforme se ressalta, foram afastados como parte de uma reforma mais abrangente nos telejornais da Rede Globo. O texto foi lido de modo frio sem que os, ainda, profissionais da bancada demonstrassem estar envolvidos pelo que se dizia⁸⁷. Cid Moreira começou:

Dentro do processo permanente de melhoria da qualidade de seu jornalismo, a Rede Globo muda a partir de domingo os seus telejornais e programas jornalísticos, que ganham também novos cenários. Neste domingo, o Fantástico traz novas atrações com apresentação de Pedro Bial, que fará ainda reportagens especiais. O Jornal Hoje passa a ser apresentado por Fátima Bernardes. Mônica Waldvogel será a apresentadora do Jornal da Globo. Sergio Chapelin estará à frente do Globo Repórter (JORNAL NACIONAL, 30/03/1996).

Na sequência, Chapelin assumiu o turno de fala:

A partir de segunda-feira o Bom Dia Brasil também muda. Passa a ter uma hora de duração e um bloco de notícias dedicado à mulher. A apresentação será de Renato Machado e Leilane Neurbath no Rio, Chico Pinheiro em São Paulo e Carlos Monforte em Brasília. E o Jornal Nacional muda de formato, ganha mais agilidade, mais análise, opinião e editoriais apresentados por Cid Moreira. E terá como novos apresentadores Lilian Witte Fibe e William Bonner. Boa Noite! (JORNAL NACIONAL, 30/03/1996⁸⁸).

⁸⁶ Seguir para: <<http://www.youtube.com/watch?v=qFOz8n-yOBU>>. Acesso em: 5 dez. 2013.

⁸⁷ Para ver a fala, seguir para: <<http://www.youtube.com/watch?v=U64Eq68pVck>>. Acesso em: 10 jan. 2013.

⁸⁸ No youtube, há a chamada comercial veiculada pela emissora: <<http://www.youtube.com/watch?v=9lyEZuSsON0>>. Acesso em: 10 dez. 2012.

Em razão dos novos direcionamentos, na década de 1990, o JN se apresentou de um modo inédito. Em 1º de abril de 1996, Cid Moreira, leu um editorial com o posicionamento das Organizações Globo sobre as privatizações⁸⁹. O texto, embora não seja autorreferente, deve ser trazido para que se verifique como uma posição política, nunca antes vista com tamanha desfaçatez, foi desenvolvida e defendida. Em sua chamada William Bonner colocou: “Os planos do governo para as privatizações esbarram numa série de problemas. A lentidão nas vendas das estatais é o assunto do editorial de hoje. Cid Moreira”.

O programa de privatização do governo Fernando Henrique não vai nada bem. Logo após tomar posse, o governo anunciou que venderia no primeiro ano dezessete empresas, mas em quinze meses só vendeu uma, a Escelsal, além de um pedaço da rede ferroviária e nove participações minoritárias. Todas elas já estavam prontas para ser vendidas desde o governo passado (...). (JORNAL NACIONAL, 01/04/1996).

Outra situação que fez o telejornal se manifestar foi a reportagem de Marcelo Rezende, conhecida como ‘o caso da Favela Naval’, veiculada em 31 de março de 1997⁹⁰. Ela trazia imagens de policiais agredindo e extorquindo civis durante uma *blitz*. Uma pessoa morreu depois de sofrer a violenta abordagem. Motivado por este fato, o JN preparou dois editoriais, um foi lido por William Bonner logo após a exibição da reportagem⁹¹:

Qualquer cidadão atacado por um policial é um ser indefeso diante do mais covarde dos criminosos. Covarde porque usa a autoridade para assaltar, torturar, assassinar a sangue frio pessoas inocentes. As cenas repugnantes que o Jornal Nacional acaba de apresentar causam uma revolta que só pode ser atenuada por um castigo severo e exemplar. E é o que se espera do governo e da justiça do Estado de São Paulo (JORNAL NACIONAL, 31/03/1997).

O segundo comentário foi transmitido dois dias depois, em 2 de abril na voz de Cid Moreira, que estava posicionado em frente a um plano de fundo onde se lia “Opinião da Globo”. Ademais da exibição de algumas imagens que ilustravam o caso,

⁸⁹ Ele pode ser assistido: < <http://globotv.globo.com/rede-globo/memoria-globo/v/jornal-nacional-editorial-com-cid-moreira-1996/2433006/>>.

⁹⁰ Ele se encontra em: <<http://globotv.globo.com/rede-globo/memoria-globo/v/favela-naval-1997/2300358/>>. Acesso em: 20 dez. 2013.

⁹¹ O vídeo está em: <<http://globotv.globo.com/rede-globo/memoria-globo/v/favela-naval-1997/2300355/>>. Acesso em: 5 dez. 2013.

foram feitas propostas para a reformulação da polícia. Não há menção direta ao telejornal⁹²:

O horror provocado pela violência de policiais militares em Diadema pode dominar nossas emoções, mas não podemos deixar que tome conta do nosso bom senso. Para acabar com os rambos das nossas PMs, a solução não está em menos polícia e sim numa polícia digna que respeite o cidadão. Os caminhos são conhecidos: técnicas de recrutamento e formação que afastem os corruptos e os que não sabem a diferença entre energia e violência; salários mais decentes e incentivos a atos de bravura. Já há boas experiências no Brasil de polícia até admirada pela comunidade, que se sente protegida. E pode ser assim no país inteiro se as autoridades forem capazes de aprender com a trágica lição de Diadema (JORNAL NACIONAL, 02/04/1997).

Pelas poucas manifestações enunciativas apresentadas no capítulo anterior, a comparação entre as décadas de 60/70 e 80/90 pode até ser indevida. Contudo, ainda assim ela é feita para demarcar o que foi observado. No que se viu em seus enunciados, o JN começou a valorizar o seu trabalho com menções aos repórteres e ao próprio telejornal. Apareceram até considerações do telejornal sobre ele mesmo e a atividade que desenvolvia. Em circunstâncias inéditas também foram expostas as suas opiniões, retomou-se o seu passado e anunciaram-se algumas de suas alterações.

No **quadro 15**, procurou-se organizar o que foi descrito. Para facilitar a visualização, os casos em que as características semelhantes são repetidas foram aglutinados, sempre que possível, em uma só linha.

Jornal Nacional – De 1º de janeiro de 1981 a 31 de dezembro de 2000	
Situação de enunciabilidade	Topoi
Chamadas aos repórteres do final de 1980 e começo de 1990	- Principalmente nos casos de coberturas internacionais e <i>links</i> ao vivo, insere-se o nome do repórter, muitas vezes, vinculando-o ao JN
Reportagens especiais a partir da metade dos anos de 1990	- Explicações sobre a realização do conteúdo
Aniversário de 15 anos (setembro de 1984)	- Nas reportagens são recuperados os acontecimentos do passado, alinhando-os ao telejornal - Os profissionais do telejornal são destacados, assim como o trabalho realizado por eles, principalmente quando os feitos são inéditos
Aniversário de 25 anos (setembro de 1994)	- Faz-se a leitura de uma mensagem final no encerramento do programa - Enfaticamente afirma-se que o JN foi testemunha para milhões de brasileiros do que ocorreu “de importante no mundo e no país” - Ainda a busca e o dever do telejornal são pelo

⁹² Pode ser acompanhado em: <<http://globotv.globo.com/rede-globo/memoria-globo/v/favela-naval-1997/2300358/>>. Acesso em: 5 dez. 2013.

	“equilíbrio e correção para ajudar o telespectador a entender o que acontece em sua volta”
30 de março de 1996	- Reformulação no telejornalismo. O JN “ganha mais agilidade, mais análise, opinião e editorial” - Cid Moreira e Sergio Chapeli saem da bancada. Entram William Bonner e Lilian Witte Fibe
Manifestação de opinião em editoriais (1996 e 1997)	- Houve a identificação desse tipo de texto em três momentos: um sobre as privatizações no governo Fernando Henrique Cardoso, e dois do caso ‘Favela Naval’
Aniversário de 30 anos (setembro de 1999)	- Veiculação na programação de vinheta especial com agradecimento ao telespectador por tornar possível as três décadas - Produção e exibição de série especial com Pedro Bial, na qual há imagens antigas e depoimentos de profissionais que trabalharam no JN. Na narrativa, são colocadas considerações sobre o que as câmeras e os repórteres representam aos telespectadores. Dentre outras afirmações, aparece que o telejornal segue cada vez mais próximo da audiência. Estando no lugar certo, na hora certa com uma câmera na mão qualquer um poderia participar dele - Enuncia-se que o JN se transformou com o Brasil. Além do mais, para manter o diálogo com o telespectador, o “Jornal tem independência, objetividade, flagrante e denúncia”
35 anos da Rede Globo (26 de abril de 2000)	- Inauguração de um novo ambiente à redação

Quadro 15 – Jornal Nacional nas décadas de 1980 e 1990

4.2 A consolidação de poderes

Por toda a exposição feita, pode ser afirmado que na fase dissecada há um comportamento diferenciado. Não que as produções tivessem sido alteradas desmedidamente. O que se observou foi o acréscimo de manifestações discursivas que se voltaram a elas mesmas. Em uma retomada rápida do que aconteceu, Folha elaborou reflexões sobre o jornalismo, reconheceu erros cometidos e a importância de um olhar crítico voltado para ela; Veja adquiriu confiança a ponto de defender intervenções ao país, trouxe mais o seu passado e continuou demonstrando satisfação pelas suas vitórias. O JN voltou-se a sua capacidade de empreender coberturas, mostrou-se mais próximo dos telespectadores e comunicou algumas alterações.

De acordo com a perspectiva desenvolvida, essas enunciações ganharam um espaço mais propício para existir porque os veículos haviam formado, passada a fase de sua fundação, uma zona de constância a seus dizeres. Com isso, puderam aperfeiçoar os mecanismos que garantiram a sua fixação na grande imprensa. Para entender a

marcação dessa posição por tantos anos, deve-se pensar a dinâmica de atuação de seus poderes.

Como foi trazido, nos anos de 1980, há características que inegavelmente atestam o empoderamento do objeto estudado. Folha de S. Paulo, Veja e Jornal Nacional publicaram materiais contendo suas regras e suas histórias. Um desses conteúdos são os manuais de redação editados diretamente pelos veículos ou pela empresa/editora das quais eles fazem parte. Obras como essas, sem dúvida, explicitam uma vontade de organizar os padrões de atuação ao jornalismo, disseminando-os a seus profissionais e, em alguns casos, até para o público. Segundo Silva (2001, p. 281), a enunciação de um manual, produz-se dentro de um espaço discursivo na articulação entre o domínio da língua, ou da gramática, e a prática do jornalismo. Ou seja, ao se produzir um manual, necessariamente pensa-se sobre a prática da atividade tratada, escava-se uma zona para falar dela, a partir da qual são vendidas uma série de certezas. O manual só existe porque ele age à sombra de uma autoridade.

Um traço nas produções nos anos de 1990 é a sua capacidade de se posicionar sobre certos temas e assuntos. Mesmo sendo patente que na Folha de S. Paulo isso aconteceu desde a década anterior, é na aproximação do novo século que os três veículos atingem semelhante grau de amadurecimento. É nesse momento que eles possuem firmeza para enunciar, ainda que raramente, suas opiniões. É aí que demonstram estarem mais comprometidos às suas próprias causas, enunciando aquelas que dizem acreditar. É aí que põem mais em uso os seus nomes, como se vê nos eventos que promovem, nas comemorações de aniversário e na defesa do trabalho que executam. Mais do que nunca, reconhecem e alardeiam seus méritos adquiridos.

Apesar de suas trajetórias particulares, demonstram a sua força em épocas mais ou menos coincidentes. Dessa maneira, ainda que as suas enunciações naturalmente variem, a confluência dessa semelhança permite enxergar um movimento estratégico em comum.

Foucault utiliza o vocábulo estratégia tanto na fase arqueológica quanto genealógica. Na arqueológica, a estratégia aparece na base de formação do sistema de enunciados (FOUCAULT, 2007, p.71). Pela sua manifestação os domínios discursivos esboçam-se com regularidade. O autor considera que as estratégias não se enraízam na profundidade muda de uma escolha (Ibid., p.76). Elas tampouco deveriam ser analisadas como um elemento secundário, uma vez que o discurso manifestado encontra nele mesmo as condições de sua formação.

Na leitura de Michel Certeau da teoria foucaultiana, a estratégia é o gesto que organiza o espaço do discurso. Seria o “gesto, pequeno e por toda parte reproduzido, de delimitar meticulosamente um lugar visível para oferecer a seus ocupantes uma observação e uma informação” (CERTEAU, 1998, p.119).

Todavia, o mesmo Foucault, ao investir na genealogia dá outra medida à estratégia sem abandonar a visão de que ela é um dispositivo atuante do discurso (FOUCAULT, 2006b, p.253). Nesse método, ela é entendida como um elemento necessário à análise da inteligibilidade de um poder (FOUCAULT, 1999), algo que interfere no que é conduzido e decidido, que tem por trás um modelo de verdade. Como explicou: “As relações de poder ‘servem’, de fato, porém não porque estão ‘a serviço’ de um interesse econômico dado como primitivo, mas porque podem ser utilizadas em estratégias” (FOUCAULT, 2006b, p.248). Visando resumir o seu percurso teórico, o mesmo autor afirmou que: “estudo também as funções estratégicas de tipos particulares de acontecimentos discursivos no interior de um sistema político ou de um sistema de poder” (FOUCAULT, 2006a, p.256).

Ou seja, a estratégia está enlaçada a coações discursivas, responsáveis por condicionar a formulação de enunciados, dominar o discurso do aleatório e selecionar os sujeitos que falam. É por ela que o poder atua:

O tipo de análise que pratico não se trata do problema do sujeito falante, mas examina as diferentes maneiras pelas quais o discurso desempenha um papel, no interior de um sistema estratégico em que o poder está implicado e pelo qual o poder funciona. Portanto, poder não é nem fonte nem origem do discurso. O poder é alguma coisa que opera através do discurso, já que o próprio discurso é um elemento em um dispositivo estratégico de relações de poder (FOUCAULT, 2006b, p.253).

Assim, a estratégia tanto na arqueologia quanto na genealogia é relacionada à limitação dos dizeres. Primeiro, ela é apenas vista como o espaço de onde advém o discurso e, depois, como o espaço pelo qual os poderes insurgem. Em ambos, torna o comando de forças cada vez mais propício ao orquestrarem as formas de dominação dos poderes (FOUCAULT, 2002b).

Apesar de se ter ciência de que a dominação é exercida de múltiplas formas na sociedade, sabendo-se ainda que em Foucault (1985) ela é tratada muito próxima da soberania, como decorrente do coroamento de um rei e da aprovação de um modelo para o Direito, supõe-se ser autorizado trazer a ideia da dominação a este estudo. Resta concluir como ela foi estabelecida com o passar dos anos.

Se as estratégias de poder foram transformadas pelo contexto, é algo a ser analisado. Para Matheus (2010):

O jornalismo vem construindo parte de sua legitimidade por algo que somente o caráter histórico lhe confere. É provável que suas estratégias de manutenção de poder tenham precisado ser transformadas de acordo com as transfigurações dos contextos sociopolíticos e culturais (MATHEUS, 2010, p.4).

Contudo, é inegável que quanto mais os poderes e as relações daí derivadas tenham florescido, em Folha, Veja e JN, a dominação que eles conseguiram exercer na grande imprensa segue atuando.

É preciso salientar que se está lidando com o poder em seu nível primeiro nível que não considera a ideia de resistência. Evidente que ela ocorre, uma vez que os veículos não agem sozinhos. Estão sempre confrontados. Porém, não é isso que está sendo problematizado. Pensa-se em como o objeto, por conseguir ter acionado vetores de força, moveu a grande imprensa. Até o final do século XX esta aprendeu bem como podia se armar.

Como sintetizado na **figura 3**, que resume as disposições teóricas deste capítulo, defende-se que o vetor de força dos veículos foi exercido em uma via de mão dupla que entrelaçou essas produções aos saberes manifestados, aos poderes desenvolvidos e às estratégias daí decorridas. Conforme pôde ser demonstrado pelas enunciações descritas, os veículos criaram mais oportunidades para falarem de si. É revelador que os três tenham se exibido como detentores de um *status* maior, como possuidores de uma maior consciência de si. Isso pôde ser verificado desde o lançamento de publicações oficiais, a realização de eventos comemorativos ao seu aniversário e principalmente o aparecimento de comentários emitidos com, cada vez mais, firmeza.

No capítulo a seguir, continua-se a perseguir essas ocorrências com o desdobramento das estratégias em táticas no contexto atual, cujas características já foram colocadas.

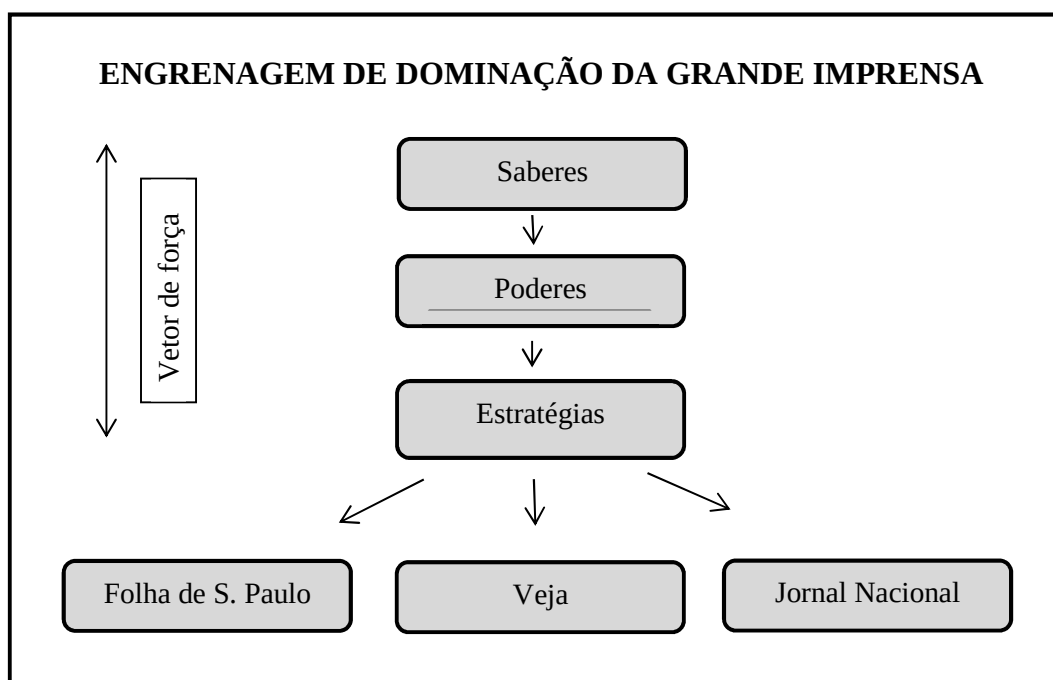


Figura 3– Esquema resumo do capítulo 4

5. A CONTINUIDADE DA VEJA, DA FOLHA DE S.PAULO E DO JORNAL NACIONAL (NOS ANOS 2000)

Com a apresentação de enunciações ocorridas na atualidade, é finalizada a descrição do *corpus*. São abrangidos doze anos, tendo-se como marco inicial o dia 1º de janeiro de 2001 e como marco final o 31 de dezembro de 2013. Se no capítulo anterior agregou-se a perspectiva arqueológica à genealógica para que se pudesse discutir o vínculo saber-poder, neste capítulo, concluída a observação da enunciabilidade promovida nas falas autorreferenciais, segue-se discutindo as relações de poder postas em funcionamento a fim de perceber se elas estão passando por alterações.

O foco da atenção recai novamente no movimento estratégico acionado pelas produções para robustecer a sua autoridade. Em decorrência disso, investe-se na verificação das táticas que guiam os dizeres das produções.

Na teoria foucaultiana, a ideia de tática é correlacionada à noção de estratégia. Nem sempre se consegue traçar um ponto diferencial entre essas noções, porém a tática parece vir sempre em decorrência do exercício de uma estratégia. Ela é o seu produto. Certeau (1998, p.102), analista da obra de Michel Foucault, considera que o uso da tática neste autor se vincularia a uma hábil utilização do tempo. Enquanto a estratégia cava um espaço, um lugar ao poder, a tática opera, com a agilidade de um golpe, no instante.

Voltando-se ao estudo, quanto mais se aproxima do tempo presente, mais complicado apontar quais são os direcionamentos que os componentes do objeto acionam. Isso porque, por se acompanhar os enunciados quase no mesmo momento em que eles são enunciados, não há o mesmo distanciamento obtido nos capítulos anteriores. Como o que se coloca ainda está em progressão, podem ser proferidos julgamentos que não poderão ser confirmados nos próximos anos. Porém, afastando-se dessa dificuldade, impossível de ser superada, há outras específicas da investigação.

A porção de enunciados encontrados nestes primeiros anos do século XXI é maior do que o localizado nas décadas anteriores. É sentido principalmente com o JN, pois há uma ampliação drástica no número de vídeos veiculados pelo telejornal disponibilizados na internet. No caso da Folha de S. Paulo e da Veja, se o acesso aos seus arquivos permanece o mesmo, os dois veículos dão ainda mais chances às falas de si, o que faz dessa informação um dado significativo.

Assim, dos três capítulos dedicados à apresentação dos enunciados, esse teve a execução mais árdua. Justamente porque foi necessária ainda mais atenção para que as

ocorrências da atualidade fossem minimamente elucidadas. Foi preciso mais vigor na descrição dos dizeres, que nem sempre puderam ser resumidos. Este é, por consequência, o capítulo mais avantajado.

Abaixo, retoma-se o quadro das enunciabilidades (**quadro 16**) encontradas nos anos iniciais para ver se os veículos seguem mantendo o mesmo padrão. De fato, o que foi conservado nos anos 70, 80 e 90 permanece na atualidade. Igualmente, as manifestações desaparecidas na transição dos primeiros cinco anos até a sua consolidação não retorna. Mesmo que as indicações só deem conta dos aspectos gerais das enunciações, elas possibilitam afirmar que os veículos da grande imprensa desde quando foram fundados têm atuado por um mesmo delineamento estratégico. Todavia, isso não invalida a existência de variações.

Produção jornalística	5 Anos iniciais	Até o final da década de 1970	Décadas de 1980 e 1990	De 2001 a 2013
Folha de S. Paulo	Indicavam mudanças ocorridas	Sim	Sim	Sim
	Incitavam equiparação ao jornalismo internacional	Não	Não	Não
	Descriviam características, lema, funções, objetivos e metas	Sim	Sim	Sim
	Comemoravam seu trabalho e suas vitórias	Sim	Sim	Sim
	Convocavam colaboradores na maioria das vezes para agradecê-los	Não	Não	Não
Veja	Mostravam como a Veja funcionava	Não	Não	Não
	Continham lições do jornalismo	Sim	Sim	Sim
	Comunicavam alguma novidade	Sim	Sim	Sim
	Comemoravam acertos	Sim	Sim	Sim
	Prometiam melhorias ao futuro	Sim	Sim	Sim
Jornal Nacional	Reforçavam as características diferenciais do telejornal	Sim	Sim	Sim
	Propunham um serviço de notícias pioneiro	Não	Não	Não
	Exaltavam o quantitativo do público	Não	Não	Não
	Comemoravam a liderança	Não	Não	Não
	Propagavam sua expansão a outras localidades	Sim	Sim	Sim

Quadro 16 – Comparativo de enunciabilidade até 2013

No momento atual, a indicação de mudanças na Folha de S. Paulo foi acentuada. Tornou-se frequente reservar a elas várias páginas ou até um caderno inteiro para trazer ao público cada vez mais explicações de si. Embora as suas características tenham sido realçadas, seu lema, funções, objetivos e metas não aparecem com constância e, quando

despontam, reiteram aspectos irrompidos no passado. As comemorações de seu trabalho e de suas vitórias, inclusive as obtidas em anos anteriores, continuam sendo motivo de envaidecimento. Se no capítulo anterior chegou-se ao entendimento de que as duas enunciabilidades inexistentes poderiam ser substituídas por aquelas que refletiam sobre a imprensa e ainda pelas que reconheciam a sua trajetória, ambas seguem perdurando. A primeira vem menos ancorada a questões da política brasileira. Já a segunda persiste contendo, quase sempre, os mesmos fatos da história do periódico.

Em *Veja*, as lições do jornalismo não voltam com o didatismo observado na primeira fase desta análise. Porém, com menor nível de detalhamento, são encontradas informações sobre a preparação das reportagens. Os comunicados dirigidos às novidades não vêm em grande quantidade, entretanto, aparecem para difundir alterações na equipe e para divulgar a aquisição de uma nova máquina impressora. Os números, tão persistentes no início do semanário para comemorar e confirmar os seus acertos são vistos. No entanto, eles se misturam a pesquisas que avaliam a sua credibilidade, o que parece conferir mais realce a suas conquistas. A melhoria do futuro está dissolvida em meio à variedade das enunciações. A revista está mais dedicada às falas dos valores que teria construído. Para os anos vindouros, prefere afirmar que esses são conservados a prometer o lançamento de novas propostas. Voltando à enunciabilidade encontrada na fase anterior, verifica-se a permanência de enunciados que se direcionados aos leitores. Particularmente nas edições de fim de ano, eles vêm até com demonstrações de afetividade.

No *Jornal Nacional*, continuou-se a enunciar que a produção possui características diferenciais. Essas permanecem muito ligadas à capacidade de o telejornal produzir conteúdos e absorver inovações tecnológicas capazes de auxiliá-lo nisso. A sua expansão a outras localidades não se relaciona à extensão de seu sinal, mas a sua habilidade de levar a equipe a qualquer local. A assinalação disso aparece com mais ênfase quando sublinha a sua competência para percorrer o Brasil. As três enunciabilidades propostas no capítulo anterior para substituir os subconjuntos de enunciados não mais aparentes são mantidas na atualidade. Mais do que nunca, o JN recupera o seu passado e explica a sua atividade. A sua opinião aparece isolada, mas surge principalmente imiscuída à exposição das Organizações Globo sobre certos fatos e decisões.

Atualizando-se o quadro das enunciabilidades dos veículos, pode ser resumido que as suas falas de si envolvem basicamente os cinco pontos a seguir (**quadro 17**).

Eles já haviam sido identificados desde as décadas de 1980 e 1990, o que demonstra que os seus itens se consolidaram há bastante tempo. Isso permite o entendimento de que, por essas enunciabilidades, circulam as formações discursivas que interferem no regramento dos enunciados por aqui perseguidos.

Enunciabilidades padrão da grande imprensa	
Folha de S. Paulo	Indicavam mudanças ocorridas
	Refletiam sobre a imprensa
	Descreviam características, lema, funções, objetivos e metas
	Comemoravam seu trabalho e suas vitórias
	Reconheciam a sua trajetória
Veja	Direcionavam-se aos leitores
	Continham lições do jornalismo
	Comunicavam alguma novidade
	Comemoravam acertos
	Prometiam melhorias ao futuro
Jornal Nacional	Reforçavam as características diferenciais do telejornal
	Recuperavam o seu passado
	Exaltavam o quantitativo do público
	Comemoravam a liderança
	Manifestavam a sua opinião

Quadro 17 – Formações discursivas de Folha, Veja e JN

5.1 O acionamento de táticas

A apresentação dos enunciados continua seguindo o mesmo modelo do capítulo anterior. Os veículos são compreendidos no conjunto da grande imprensa, porém são descritos separadamente. Inicia-se com a introdução do que está ocorrendo na atualidade e, em subtópico subsequente, são apresentados os enunciados coletados.

5.1.1 Folha de S. Paulo

Nos anos 2000 as afirmações do periódico se situam em uma zona intermediária entre a disseminação da ideia de que ele promovia inovações e a de que, paradoxalmente, conservava seus princípios e compromissos. Como já se viu nas outras duas fases mostradas, isso não é exatamente uma novidade, uma vez que desde os anos de 1960 ele falava de suas alterações e, principalmente, desde os anos de 1980 passou a lançar seus compromissos sempre que precisava ratificar sua importância. A novidade, no entanto, é o desprendimento com que essas duas características são abordadas, às vezes, em um mesmo texto. Outro diferencial é que muitos dos enunciados coletados nesta fase atual, como é o caso dos que resgatam erros e falhas cometidas, dos que

divulgam cifras de seus investimentos e dos que convidam os leitores à participação, seriam impensáveis nas duas fases já verificadas.

Nos doze anos do século em andamento há uma maior propensão para o tratamento de si, ainda que em sua maioria essas manifestações tenham se detido em momentos específicos. Dos três produtos, esse é o que mais visibiliza os bastidores. Igualmente, é o que dá mais abertura às transformações no jornalismo. O que trouxe a público as ações efetivadas para acompanhar as exigências atuais. O que aborda a ampliação de seus negócios. O que vende o conceito de que não era mais somente o impresso, era também o *site* da internet. O que se espalha em outras plataformas, ensinando como o seu conteúdo é replicado.

A transparência com que se expõe parece estar sempre atrelada à indicação de que as mudanças, sejam elas quais fossem, são positivas. Pelo que pôde ser percebido, Folha não teme o seu futuro. Chega até a se colocar como o jornal do futuro em textos institucionais e em campanhas publicitárias de sua última reforma gráfica e editorial. O vídeo desenvolvido pela agência Africa em 2010⁹³ resume em pouco mais de 30 segundos o que está acontecendo. Ele é protagonizado pela atriz Fernanda Torres, que traz nas mãos um exemplar do impresso para mostrar as suas novidades:

Enquanto discutiam o futuro do jornal, a Folha fez o jornal do futuro. As letras e fotos ficaram maiores porque às vezes o Brasil todo precisa enxergar melhor. Os textos estão concisos, os parágrafos mais curtos, mas o pensamento não. Novos colunistas e cadernos, como o de Esportes em novo formato. E não existe mais diferença entre impresso e digital. Está tudo integrado. É o jornal do futuro. Não pra não clicar, acessar, receber. Não dá pra não ler. Folha o jornal do futuro.

Mesmo agindo assim, não desperdiça a possibilidade de trazer o seu passado. Como nunca, pontua eventos que cobriu, retoma seus antigos proprietários, relembra investimentos feitos. Marca disso, seguindo a tendência de empresas de comunicação de organizar seus arquivos em bancos de dados digitais (BARBOSA, 2007b), é a disponibilização de todos os seus números à consulta.

No período, é vislumbrado um maior apreço à divulgação de informações de como o jornalismo é exercido nas redações e de quais são as suas obrigações. Isso é visto em reportagens que aclamam os vencedores do Prêmio Folha; em cadernos especiais, nos quais se destacam infográficos explicativos do funcionamento da redação e da produção de conteúdos; e em menor frequência nos editoriais. A conquista do furo,

⁹³ Para ver o vídeo: <<https://www.youtube.com/watch?v=tUk3jvf37xs>>. Acesso: 4 fev. 2014.

a realização de investigações demoradas, a focalização de problemas coletivos e a fiscalização de agentes públicos são algumas das atitudes elogiadas.

Os leitores, que nos primeiros anos apareciam apenas em agradecimentos, agora, são incentivados a participar. É bem verdade que isso acontece em oportunidades reduzidas. Em uma ocasião, no caderno especial de nove décadas, estes foram até fotografados e puderam comentar o que achavam da Folha. Em certos momentos, sutilmente, pede-se para que colaborem com o jornal, para que sejam o seu fiscal.

Pela recuperação das enunciações, é evidenciado que o impresso vem disseminando fatos nos quais ele mesmo é o assunto principal. Tal comportamento poderá ser visto em notícias e reportagens, algumas fora do *corpus*, que pela sua importância foram incorporadas à análise. Nessas matérias, ocorre a divulgação de prêmios conquistados, de iniciativas colaborativas desenvolvidas e de eventos realizados em celebração ao aniversário. Sem demonstrar dificuldade, Folha consegue reunir políticos e empresários influentes na política e na economia do país.

Quando essa terceira fase é aproximada das outras anteriores, certas semelhanças podem ser citadas. Do fim dos anos de 1970, reaparecem exaltações de seu sucesso, com o constante anúncio de números e de investimentos. Hábito surgido em 1980 e em 1990, o emprego de seu nome para a promoção de produtos e para a disseminação de características mezinhas de seu ofício continua sendo verificado. Entretanto, o engajamento político não se faz presente. Da mesma maneira, não ressurgem os agradecimentos aos publicitários e comerciantes.

Nos anos 2000, assim como aconteceu nos anos anteriores, seguem sendo promovidas reformas gráficas. A de 2006 foi explicada aos leitores em 21 de maio. Entretanto, ela não veio na primeira página, nem nos editoriais. O *ombudsman* Marcelo Beraba sinalizou as mudanças em ‘Folha fica mais fácil de ler na reforma’, texto publicado na página A-15. No espaço de meia página, cuja metade é de um infográfico com comparações de alterações feitas, o texto defende que com o projeto visual o jornal ficou ainda mais fácil de ler. “As páginas estão mais organizadas e utilizam recursos gráficos que ajudam a encontrar rapidamente as principais notícias e os artigos complementares que aprofundam e contextualizam os fatos” (FOLHA DE S. PAULO, 21/05/06, p. A-15). As reportagens principais passaram a destacar em seu início, com a ‘lupa’, elementos importantes; foi desenvolvida uma nova paleta de cores; o conteúdo informativo ganhou complementos, como análises, entrevistas e boxes didáticos. A promessa é que os leitores podiam folhear o jornal em apenas cinco minutos ou,

dispondo de dez vezes esse tempo, lê-lo por completo. Uma curiosidade é que nesse momento o *site* Folha.com começa a vir afixado na primeira página acima do logotipo, exatamente ao lado do *slogan*.

Ainda pelo *ombudsman*, sem explicar como, conta-se que as mudanças reforçariam os fundamentos editoriais do jornal, baseados na independência, no apartidarismo, no espírito crítico e no pluralismo de opinião. O projeto foi realizado por profissionais da Folha com consultoria feita pelo mesmo *design* que redesenhara o *The Wall Street Journal* e o *The Libération*. Nos três parágrafos finais, anuncia-se que a Folha.com havia estreado no dia anterior um novo projeto visual. Como parte dele, a ferramenta de busca se tornou mais visível, foram inaugurados espaços fixos para reportagens regionais. “O jornal eletrônico da **Folha** tem agora novas seções, mais notícias, telas mais largas. Também passa a publicar cartas enviadas ao jornal, criando uma extensão ao ‘Painel do Leitor’, editado na **Folha**” (Ibid, p. A-15.). Cabe incluir a informação de que vários anúncios desta edição mencionam o novo projeto.

Quatro anos depois, em 23 de maio de 2010, a primeira página teve como chamada secundária “Projeto Editorial prioriza furos e interpretação”. Um caderno especial, o “Novíssima!”, havia sido desenvolvido especialmente para contar as realizações. Antes de chegar à ele, deve-se pontuar que já no editorial “Espelho do mundo” se ventilava o ambiente de mudança do jornalismo. Era justamente porque se reconhecia o novo cenário que o impresso estaria se renovando para, entre outros, garantir o debate público e estimular a cidadania.

Dedicados a acompanhar o dia a dia de um mundo em contínua e rápida evolução, é natural que os jornais também mudem. Isso é ainda mais verdadeiro quando se trata de um jornal como este, que procura cultivar a autorrenovação periódica como postulado. Em meio às mudanças, é oportuno ressaltar o que permanece. Antes de tudo, uma preocupação sistemática de servir ao leitor e ao interesse público (FOLHA DE S. PAULO, 23/05/10).

No mesmo texto opinativo, narrava-se que com Otávio Frias Filho a Folha havia adquirido autonomia econômica em decorrência da autonomia editorial. Com o tempo, pela pluralidade de visões, ela teria consolidado um jornalismo crítico, apartidário; firmado um padrão inédito de pluralidade, demonstrado pelo seu variado time de colonistas e pela inserção da regra de se publicar todas as versões sobre um mesmo fato; e, para minimizar os perigos, criado mecanismos de autocontrole, observados na organização de um manual de redação, na coluna do *ombudsman* e na seção diária de

retificações. Os leitores e os anunciantes estariam recompensando esses esforços. Por fim, são tecidas considerações sobre a sociedade, cada vez mais atomizada e dispersa pelas unanimidades fugazes geradas.

A expansão dos meios digitais atinge diretamente as comunicações e afeta o jornalismo. Como toda revolução tecnológica, a digital acena com riscos e oportunidades, vantagens e perdas. A disseminação das informações e do livre acesso a elas só pode ser saudada, não apenas como avanço democrático, mas como conquista cultural da humanidade. (...). Quando se fala sobre a função do jornal no futuro, não se pode omitir sua natural aptidão para estimular e garantir um mínimo de espaço público assim definido. Uma alavanca para o exercício mais completo da cidadania política e econômica. Um local de debate das soluções para os problemas coletivos. Um espelho do mundo que permita às pessoas vislumbrar o que têm em comum (FOLHA DE S. PAULO, 23/05/10).

O “Novíssima!” possuía 12 páginas e anunciava na capa: “Folha se transforma para ficar mais legível e incisiva: reforma editorial e gráfica muda o jornal no papel e na rede”. Afora essas garantias, prometia um “noticiário mais sintético; mais análise e opinião”; “novos cadernos, novas seções, novos colunistas e novos ilustradores”; “jornalismo preciso e confiável 24 horas por dia”.

Todo o material é dedicado a informar as alterações empreendidas. Nas fotografias que o ilustram há várias imagens das redações da Folha e da Folha.com. No alto de todas as suas páginas, vê-se um glossário com termos do vocabulário específico do jornalismo e, como um serviço, no final de cada matéria são inseridas indicações do que estaria no *site*. Os infográficos em sua maioria informam sobre os novos colunistas ou apontam, com a reprodução em miniatura das páginas, os cadernos e as alterações feitas neles. Como seria demasiado descrever cada um dos textos aí contidos, procurou-se resumi-los, separando dados e copiando alguns trechos, no **quadro 18**. Não se fez distinção entre as matérias principais e as vinculadas. Conforme se verifica, há uma preocupação em descrever aos leitores as minúcias do que estava ocorrendo, seja informando como o trabalho na redação se estruturava, seja comunicando como o periódico podia ser manuseado. É possível adicionar que, a partir deste número, o Grupo Folha começou a se denominar como um grupo de mídia e não apenas como uma mídia impressa (MARTINS, MAGALHÃES, 2012, p.410).

Caderno especial Novíssima! – Folha de S. Paulo 23/05/10	
Texto	Tópicos e explicações
Informação exclusiva de cara nova	- “A ideia é transformar a Redação num centro captador de notícias que funcione 24 horas por dia e produza informação de

	qualidade para qualquer plataforma, seja ela o papel, que é e continuará a ser a vitrine principal da marca Folha, o <i>on-line</i>, agora rebatizado de Folha.com, ou em <i>smartphones e tablets</i>, por torpedos e <i>e-mails</i> e o que mais for inventado” - Afirmação de que é o primeiro jornal brasileiro a fundir equipes do impresso e do <i>on-line</i> - Itens de mudança concreta: fontes 12% maiores, trocas na denominação de cadernos, fotos maiores, entrada de 29 novos colunistas, - Mudanças não quantificadas: títulos mais fortes, hierarquização das reportagens mais clara, identidade mais evidente dos cadernos, quadros informativos mais limpos e didáticos, parte dos textos mais enxutos, parte dos textos mais analítica - O que não mudaria: o compromisso diário de buscar a informação exclusiva, o furo de reportagem, o olhar diferenciado, a matéria-prima do jornalismo de qualidade
Valorização de análises	- Torna-se central esclarecer o leitor sobre “a importância, o contexto, a origem, as implicações e o feixe de interesses em torno de informações relevantes, publicadas no jornal” - Mudanças concretas: vinhetas de análise grafadas em vermelho para que se diferenciem do que é opinião, formação de banco de 128 analistas que podem ser consultados para explicar assuntos espinhosos
Brasil agora é poder	- O nome dos cadernos mudou, mas os temas nele abordados não - As eleições de 2010 receberão novo enfoque
29 novos colunistas no total de 101	- Listagem com biografia resumida dos novos profissionais
Mundo dos livros terá nova coluna	- Novidades do Ilustrada: o repórter especial Marcos Flamínio Peres, ex-editor do Mais!, assina a nova coluna semanal Painel das Letras; a coluna Última Moda das sextas-feiras ganha novas seções e requinte visual; o quadro com a programação da TV recebe nova organização
Esporte com mais emoção	- Caderno Esporte vira tabloide, “que traz conforto à leitura e permite uma edição mais visual, mais rica e mais dinâmica” - Novos colaboradores entram no caderno e ele ganha mais humor
Vida real da economia	- Caderno Dinheiro vira Mercado. Ele será mais voltado para o dia-a-dia das empresas e dos empresários e às finanças pessoais dos leitores - Mudanças: a nova seção Commodities de terça a sábado, a Mercado Aberto foi ampliada para uma página, a Cifras e Letras será publicada aos sábados, a Follhainvest continua nas segundas-feiras, a Finanças Pessoais virá com educação financeira
“Por aí” dissecar bairros	- Circulação aos sábados com o cotidiano dos bairros paulistanos
Renovação gráfica	- A “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” - “A reforma visa, de forma mais radical: 1) aumentar a legibilidade de textos e de infografias; 2) aperfeiçoar a organização dos elementos que integram uma página, hierarquizando melhor o noticiário; 3) reforçar a unidade entre cadernos e páginas de modo que a identidade do jornal prevaleça” - Defende-se que “se a oferta caótica de informações dos meios eletrônicos é uma marca da vida contemporânea, cumpre ao jornal selecionar as informações com cada vez mais rigor e clareza e levar ao leitor o que é realmente importante e útil”
Ligado nas redes	- Caderno Tec substitui o Informática às quartas-feiras. Ele quer falar com aficionados e com os que precisam de textos mais didáticos
O melhor da cidade	- A revista dominical são paulo trará as opções de lazer, cultura e

	compras da metrópole
Guia mais prático	- A sua consulta ficará mais fácil
Para duas idades	- A Folhinha passa a ter uma página para crianças alfabetizadas de 6 a 8 anos; às com idades entre 9 e 12 receberiam o noticiário adulto traduzido; o quadrista Pedro Cobiaco faria sua estreia; o caderno teria página na internet
Ciência e cultura sem jargão	- Relata o Ilustríssima, novo caderno dominical que substitui o Mais!. - “Pretende se destacar pela narrativa de alta qualidade e desprovida de jargões acadêmicos, que torne influente e prazerosa a leitura de textos de maior fôlego” - O caderno terá espaço para a experimentação visual - Durante a semana, a Ilustríssima! terá três seções
Credibilidade em tempo real	- Depois de ser o primeiro jornal na internet, Folha lançava o <i>site</i> Folha.com - Novidades: 30% mais área editorial; dobro de espaço de vídeos, fotos e áudio; quadro avisa as notícias mais recentes; as manchetes se alternam durante a visita; inauguração dos quadros ‘Pelo Brasil’ e ‘Pelo Mundo’; as notícias da <i>homepage</i> duplicaram, saíram de 200 para 400 <i>links</i> atualizados 24h por dia; reforço da equipe de blogueiros; aumento de serviços - Novidades relacionadas à participação do leitor: novas ferramentas de moderação permitiriam a imediata publicação de observações dos usuários cadastrados; a seção fixa Opine Aqui funcionará para os internautas encaminharem as suas sugestões, que poderão até vir destacadas na página principal do <i>site</i> ; as opções de busca são concentradas na página de entrada; será possível no <i>iPad</i> optar pelo tamanho da letra do <i>site</i> ; as redes sociais viram prioridade e passam a contar com um editor específico. - “As mudanças reforçam a identidade entre as duas plataformas da Folha – não importa se no papel ou no <i>on-line</i> , as reportagens têm os princípios editoriais que deram à Folha a dianteira da circulação entre os diários de prestígio do país”
7 vidas do jornalismo	- Texto redigido por Otávio Frias Filho. Alguns trechos: - “Imprensa morre e renasce a cada revolução tecnológica, mas precisa se tornar mais interessante e útil” - “De tempos em tempos, o assim chamado ‘negativismo’ da imprensa se volta contra ela própria. Foi assim sempre que o advento das mudanças tecnológicas veio afetar o modo de transmissão de informações: o telégrafo, o cinema, o rádio, a TV e agora a internet” - “Ninguém contesta, é claro, que a evolução dos meios eletrônicos democratizou o acesso às informações. Nem que a conexão em rede fez surgir uma multiplicidade de formatos jornalísticos, estimulando a diversidade da oferta. Mas muito desse novo jornalismo tem qualidade discutível, quando não é produto de mera pirataria. (...). Para piorar, o jornalismo que emerge está eivado de entretenimento, culto à celebridade, inconsequência” - “Talvez jornais, revistas e livros impressos venham a desaparecer, talvez não. O papel impresso tem o carisma da credibilidade e da duração. (...). Mas é pouco provável que o jornalismo de qualidade, tal como definido acima, desapareça da face da Terra” - “A absorção de bens culturais é elástica, (...) mas a aptidão para processar informações não tem limite conhecido. Conforme mais pessoas imergem no oceano de dados e versões que giram pela rede, maior a demanda por um veículo capaz de apurar melhor, selecionar, resumir, analisar e hierarquizar. Esse veículo, no papel

	ou na tela, se chama jornal” - “A produção do jornalismo gratuito por isso mesmo, custa pouco. Um jornalismo de qualidade é dispendioso. Continuará a valer seu preço para aquela parcela crescente de pessoas interessadas em saber mais e melhor. A própria demanda deverá cristalizar um modelo de negócios que o impulse” - “Mas, para tanto, é preciso ter a humildade de aprender. Reconhecer que os jornais são muitas vezes cansativos, previsíveis, prolixos, distantes, redundantes, parciais – cifrados para o leigo e superficial para o especialista. Será preciso, ao mesmo tempo, desejo sincero de melhorar, experimentar, arriscar. Com a reformulação implantada hoje, este jornal tenta dar mais um passo nessa direção”
Novos traços	- Reforço do time de ilustradores, alguns dos quais selecionados pelo quarto concurso de Ilustração

Quadro 18 – Reforma gráfica da Folha de S. Paulo em 2010

Oliveira (2012, p.141), ao refletir sobre as “formas através das quais o sujeito enunciatador do discurso jornalístico da Folha se representa, isto é, como se apresenta discursivamente, bem como refere às suas práticas, ao jornalismo e à imprensa de modo geral”, concluiu que essa última versão do projeto editorial:

Mostra o esforço de criar junto ao público a imagem de uma empresa que aposta na inovação sem se desvincular do leitor. Para tanto, o jornal procura estabelecer uma proximidade com o leitor, atribuindo-lhe características que marcam o novo projeto, como a ideia de ser moderno, de ter interesse pelo novo, ao mesmo tempo em que o convoca, ao afirmar que é um jornal inquieto e corajoso que o leitor já conhece e que, portanto, se identifica com ele, compartilha de sua inovação (OLIVEIRA, 2012, p.171).

Detendo-se nos editoriais, a mesma autora apontou cinco imaginários circulantes nessas produções textuais. Nos enunciados autorreferentes haveria a Folha da tradição, a Folha mediadora autorizada, a Folha agente de denúncia, a Folha protetora dos interesses do cidadão e a Folha como lugar de verdade (Ibid., p.176). O sujeito Folha poderia se mostrar às vezes como a quarta pessoa discursiva, seja como “ela”, seja por um sujeito indeterminado (Ibid., p. 205). Em outras, apresentava-se a partir da referência à imprensa e ao jornalismo (Ibid., p.211) ou como um porta-voz (Ibid., p.223). Assim, a autorreferência funcionaria como um pedido de reconhecimento, uma organização de contato, que reafirmaria o elo de confiança entre o veículo e a sociedade, favorecendo a credibilidade.

Um ano após o “Novíssima!”, em 23 de maio de 2011, o periódico chegou à edição 30 mil. Na data, três páginas, inseridas na sequência do caderno principal, foram dedicadas a falar sobre o alcance desse número. Na primeira delas, segue-se o mesmo planejamento gráfico das edições corriqueiras da primeira página e se retrocede a fatos

históricos noticiados. Estavam lá, por exemplo, o anúncio do fim da Guerra Fria, a descoberta do DNA, a morte de Tancredo Neves. Abaixo do logotipo, com realce em amarelo, avisava-se que “Folha recorda 30 anos de história”. No lugar do endereço da Folha.com, havia o endereço para consultar o acervo da Folha.

As páginas dois e três do especial compartilhavam um mesmo infográfico, que propunha uma “volta ao mundo em 30.000 edições”, e três textos escritos. No principal, contava-se sobre o balanço realizado para recuperar as vertiginosas ocorrências no Brasil e no mundo desde a edição um. Uma das vinculadas, “Repórteres seminus pelas diretas em plena Redação”, foi redigida por Ruy Castro e recordava o comício de 25 de janeiro de 1984 na Praça da Sé e a ansiedade dos jornalistas para a sua cobertura. Em “Mania de suplemento é genética” o colunista José Simão comentava bem ao seu estilo a primeira edição da Folha da Noite. Em “‘Reclame’ oferece emprego para redator” Marcelo Coelho faz uma crônica que discute o que um aspirante a jornalista poderia redigir sobre variadas temáticas, tomando-se como base a própria Folha.

Na Folha.com, três materiais extras foram disponibilizados. Em vídeo do TV Folha⁹⁴, o editor-executivo Sergio Dávila reflete sobre a preparação do periódico. Em *podcasts*⁹⁵, colunistas revelam as edições mais marcantes para eles. Um *newsgame* testava os conhecimentos dos fatos que marcaram o Brasil e o mundo⁹⁶.

No manuseio dos jornais, foi encontrada em 30 de dezembro de 2012 uma consideração da *ombudsman* Suzana Singer que parece denunciar o espírito contemporâneo do jornal. No texto, a jornalista se refere às críticas recebidas sobre a coluna de Jânio de Freitas e às opiniões manifestadas por ele sobre o julgamento do mensalão e, a partir disso, introduz que a Folha não partilha de todos os pensamentos de seus colaboradores e que a diversidade de seus colunistas é uma de suas características mais elogiáveis. Em texto secundário, “Meu pedido para 2013”, insere que “o trabalho do *ombudsman* depende, em grande parte, da participação dos leitores. Suas observações ajudam a detectar problemas no jornal e sentir a repercussão de certas notícias” (FOLHA DE S. PAULO, 31/12/12, p.A-6). Através daí, pede que todos se manifestem e informa que o maior colaborador do ano escrevera 58 vezes para ela.

⁹⁴ Para assistir: < <http://www1.folha.uol.com.br/folha90anos/919316-editor-executivo-da-folha-fala-da-importancia-da-30000-edicao-assista.shtml>>. Acesso em: 24 de fev.2014.

⁹⁵ Seguir para: < <http://www1.folha.uol.com.br/multimedia/podcasts/918760-colunistas-revelam-sua-edicao-mais-marcante-da-folha.shtml>> . Acesso em: 24 fev. 2014.

⁹⁶ Disponível em: < <http://www1.folha.uol.com.br/folha90anos/918719-teste-seus-conhecimentos-sobre-o-que-marcou-as-30-mil-edicoes-da-folha.shtml>>. Acesso em: 24 fev. 2014.

No Observatório de Imprensa⁹⁷, em programa exibido em 21 de maio de 2013, Otávio Frias Filho ao ser entrevistado por Alberto Dines revelou a sua visão sobre o jornalismo. Para ele, os jornais precisam ser mais autocríticos, uma vez que possuem cada vez menos identidade:

Eu tenho a impressão de que a tendência do jornalismo, especialmente, do jornalismo impresso, é no sentido da condensação. Por dois fatores que me parecem irrecorríveis. O primeiro deles é a questão do custo, né? Comparativamente com a informação que é transmitida pela eletrônica, a informação, que é processada graficamente, impressa e distribuída, é uma informação, cuja produção e traslado tornou-se muito custoso. Então, até por uma razão econômica, a época dos jornais muito extensos, muito caudalosos, com imensidade de cadernos, eu tenho a impressão de que é uma época que está sendo superada em favor de um modelo mais enxuto, mais condensado. Mas a meu ver a razão não é apenas a economia. A razão é uma razão principalmente psicológica porque o consumidor de informação hoje é alguém que está sendo assediado por uma quantidade de estímulos, uma diversidade de modos, de meios de comunicação, de apelos, muito mais do que havia há vinte anos atrás ou há quarenta anos atrás. Então, como o tempo é inelástico, são as mesmas 24h de vida por dia pra cada cidadão ou cidadã, evidentemente o jornalismo tem que adotar a meu ver uma atitude mais seletiva e mais ágil e uma forma de comunicação que seja mais rápida. Isso não significa que não haverá mais lugar no jornalismo pra textos longos. Eu acho que há textos, embora longos, que sua publicação se justifica. (...). Agora, como vetor geral eu acho que a tendência é de uma condensação não só pelo preço da mercadoria papel, comparativamente muito caro, mas pela escassez de tempo da parte de quem está consumindo informação e análise (OBSERVATÓRIO DE IMPRENSA, 21/05/2013).

Deve-se introduzir que o Grupo Folha não esteve inerte, apenas observando os acontecimentos mais recentes da comunicação. Em setembro de 2011, lançou o programa Folhaleaks, um canal da Folha.com⁹⁸, cujo propósito é permitir anonimamente o envio de sugestões, de informações e de documentos inéditos capazes de gerar reportagens investigativas.

Em 21 de junho de 2012, o impresso começou a cobrar pelo acesso frequente ao seu *site*, utilizando o modelo conhecido como muro de pagamento poroso, em inglês *paywall*, que aos assinantes permite o acesso aos conteúdos por qualquer plataforma e aos visitantes delimita a quantidade de textos que podem ser lidos por mês – no jornal em questão, são 20. Em julho do mesmo ano, com o concurso cultural “Folha 1 Milhão de Fãs”, conseguiu inserir a sua página na rede social *Facebook* na liderança de seguidores entre os jornais tradicionais.

⁹⁷ O vídeo pode ser assistido em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/videos/view/entrevista_otavio_frias_filho>. Acesso em: 20 dez. 2013.

⁹⁸ Endereço: <<http://folhaleaks.folha.com.br/>>. Acesso em: 20 de jan. 2014.

Em 11 de março de 2012, ocorreu a estreia do TV Folha, telejornal com formato e linguagem diferenciados (PICCININ, 2013), produzido pelo Grupo Folha e exibido na TV Cultura aos domingos, às 20h⁹⁹. Ele ainda pode ser assistido em tempo real acessando-se a página a Folha.com¹⁰⁰. As edições possuem aproximadamente trinta minutos e são estruturadas em três blocos, cada qual com duas grandes matérias de cerca de seis minutos. A apresentação se dá na redação da Folha de S. Paulo, em uma mesa, de onde se pode ver a movimentação de jornalistas. Neste ambiente, editores e colunistas do periódico costumam ser recebidos para comentar e debater os assuntos. Cada matéria veiculada é sinalizada como pertencente a uma editoria. Antes ou após a sua exibição, podem ser ouvidos tanto repórteres, para comentar sobre o fato e sua cobertura, quanto especialistas, para refletirem sobre o fato e suas consequências. Isso faz da iniciativa um fenômeno realmente diferencial para a observação de autorreferências.

Para encerrar, pode-se colocar que na Folha.com há uma série de *hiperlinks* com notícias sobre o jornal impresso. As informações começaram a ser armazenadas no dia de aniversário das nove décadas e continuam sendo postadas. O ano de 2011 é o que possui mais conteúdos adicionados, atestando que as renovações ocorridas ocorreram no curso de todo o ano (ver **quadro 19**)¹⁰¹.

Notícias sobre a Folha		
2011	3 de março	“Entra no ar novo site do Grupo Folha”
	21 de março	“Assembleia de SP faz sessão especial em homenagem à Folha”
	22 de março	“Assembleia de SP homenageia Folha em sessão especial”
	23 de março	“Blog Empreendedor Social estreia na Folha.com”
	25 de março	“Folha é o jornal que mais cresce em vendas no país”
	19 de abril	“Câmara Municipal de São Paulo faz homenagem aos 90 anos da Folha”
	23 de abril	“Classificados da Folha têm novo portal”
	28 de abril	“Ombudsman tem mandato renovado por mais um ano”
	6 de maio	“Folha é o jornal mais influente, diz pesquisa”
	11 de maio	“Folha lança amanhã caderno gastronômico com conteúdo multimídia e colunistas”
	15 de maio	“MIS abre exposição sobre a Folha na terça” “Folha é destaque em congresso de mídia nos EUA”

⁹⁹ O TV Folha deixou de ser exibido nesta emissora em 13/04/2014.

¹⁰⁰ Os programas estão em: < <http://www1.folha.uol.com.br/tv/>>. Acesso em: 10 jan.2014.

¹⁰¹ Embora o recorte se encerre em 31 de dezembro de 2013, é importante informar sobre a veiculação do documento “O que a Folha Pensa” em 19 de fevereiro de 2014. Ele foi elaborado com o intuito de balizar os seus textos de opinião e de apresentar aos leitores as suas diretrizes sobre os assuntos: Copa e Olimpíadas, manifestações, mobilidade urbana, saúde, drogas, bolsa família, cracolândia, aborto, economia, política, educação, cultura, internet, união homossexual, cotas, segurança pública. As disposições podem ser lidas em: < <http://www1.folha.uol.com.br/poder/2014/02/1414326-o-que-a-folha-pensa-veja-os-principais-pontos-de-vista-defendidos-pelo-jornal.shtml>>. Acesso em: 20 fev. 2014.

	17 de maio	“Abertura da mostra ‘90 em Folha’ reúne 300 pessoas em São Paulo”
	23 de maio	“Folha revê mais de 90 anos de história em 30 mil edições” “Essa mania de suplemento é genética” “Documentário expõe a relação entre quem faz e quem lê a Folha” “‘Reclame’ oferece emprego para redator” “Repórteres seminus pelas diretas em plena Redação” “Teste seus conhecimentos sobre o que marcou as 30 mil edições da Folha” “Alta dos combustíveis eram temas da edição 10.000; saiba mais” “Edição 20.000 da Folha falava de adiamento da usina Angra 2; saiba mais” “Veja em <i>flash</i> como a Folha noticiou marcos do Brasil e do mundo” “Colunistas revelam sua edição mais marcante da Folha” “Editor- executivo da Folha fala da importância da 30.000ª edição; assista”
	27 de maio	“Folha promove <i>workshop</i> de ilustração no MIS amanhã”
	28 de maio	“Folha promove <i>workshop</i> de ilustração no MIS hoje”
	2 de junho	“Folha exhibe hoje o filme ‘A Regra do Jogo’ no MIS”
	16 de junho	“‘Noites de Cabíria’, de Fellini, tem exibição gratuita nesta quinta”
	27 de julho	“Folha.com lança <i>site</i> em inglês e espanhol”
	31 de julho	“Estreia hoje F5, novo <i>site</i> de entretenimento da Folha”
	14 de agosto	“‘Agora São Paulo’ lança novo projeto gráfico”
	17 de setembro	“Folha lança <i>site</i> para receber informações de fontes anônimas”
	30 de setembro	“Folha abre mostras sobre seus 90 anos e vida de seu <i>Publisher</i> ”
	16 de novembro	“Folha ganha principal Prêmio Esso por série que levou à queda de Palocci”
	21 de novembro	“Folha estreia nova configuração de cadernos e seções dia 28”
2012	17 de fevereiro	“Folha ganha seis prêmios de design gráfico”
	8 de maio	“Folha ultrapassa marca de 900 mil fãs no <i>Facebook</i> ”
	19 de junho	“Folha passa a cobrar por conteúdo digital”
	11 de julho	“Folha chega à marca de 1 milhão de fãs no <i>Facebook</i> ”
	16 de outubro	“SIP premia série de reportagens da Folha sobre documentos sigilosos”
	8 de novembro	“Jornalista da Folha recebe prêmio de direitos humanos”
	12 de novembro	“Folha ganha o Grande Prêmio Esso com série sobre Ricardo Teixeira”
	14 de novembro	“Jornalista da Folha ganha prêmio por projeto investigativo”
2013	4 de dezembro	“Jornalistas da Folha recebem prêmio Esso de jornalismo no Rio”
	3 de fevereiro	“ <i>Site</i> da Folha bate recordes de audiência”
	19 de fevereiro	“Leitores parabenizam a Folha por seus 92 anos”

Quadro 19 – Notícias sobre a Folha de S. Paulo no *site* dos 90 anos

5.1.1.1 Exposição dos enunciados

A primeira edição observada do século XXI, de 19 de fevereiro de 2001, é a mesma em que a Folha de S. Paulo fazia 80 anos. Os leitores já na primeira página (**Figura 14 - Anexo**) eram comunicados sobre o caráter singular deste dia. Na manchete principal se lia: “Folha comemora 80 anos com ato pluralista em SP”. Imediatamente abaixo dela, no texto com o resumo da notícia se ficava sabendo que o mencionado evento era uma cerimônia “multirreligiosa” que reunira 1,5 mil pessoas, entre as quais

ministros, governadores e representantes da Justiça, alguns dos quais citados nominalmente. A excepcionalidade da data também estava indicada no *design* do logotipo do jornal. Nele, se substituíra a letra ‘o’ de Folha por ‘80’ em um recurso gráfico que foi utilizado internamente nas páginas reservadas às comemorações de aniversário.

Os editoriais, um sobre a transferência de presos ligados ao PCC, outro sobre a pirataria no Brasil e um terceiro sobre medidas tomadas pelo BNDES, nada diziam sobre as oito décadas completadas. Mas, curiosamente, todas as cartas publicadas no “Painel do Leitor”, localizadas na página ao lado daquela seção, tratavam do assunto. A maior parte tinha como remetente uma personalidade política, que escrevia para parabenizar o diário. Muitas utilizavam a mensagem para justificar, com pesar, a ausência no ato festivo organizado.

No caderno principal há a veiculação de um conteúdo especial que circulou em cinco páginas. A primeira coisa citada é a cobertura da cerimônia religiosa agendada, devidamente ilustrada com fotografia do local onde ela fora realizada, a Sala São Paulo, lotada. De modo protocolar, o texto se concentrou principalmente em creditar a presença de ilustres. Somente em sua parte final se contavam as formalidades cumpridas no evento. Ao jornalista Clóvis Rossi, repórter especial, colunista e membro do Conselho Editorial da Folha, coube a missão de discursar em nome do jornal. Dentre os pontos tocados por ele, um dimensionava o relacionamento do veículo com a sociedade civil como um nó a ser desatado em curto prazo. Esse aspecto seria tão importante que veio em destaque no olho da notícia:

*A **Folha** e a sociedade civil trocam farpas e beijos, e não raro mais tapas que beijos. Mas, de todo modo, acabam tendo um encontro marcado praticamente todos os dias. Desconfio, por isso, que o grande desafio da **Folha** não para os próximos 80 anos, mas para os primeiros anos do novo século e milênio, venha a ser justamente como lidar, jornalística e politicamente, com esse ponto de encontro (FOLHA DE S. PAULO, 19/02/01, p. A-8).*

Do evento, pode-se ainda retomar que a Orquestra Sinfônica executou a peça “A Folha”, criada exclusivamente para homenagear o jornal. Na ocasião, a partitura foi entregue a Octavio Frias de Oliveira. Mensagens dos sete celebrantes religiosos convidados à cerimônia foram noticiadas na vinculada “Monja exorta paz e cita Gandhi”, inserida embaixo do texto principal.

A segunda página do especial trouxe uma notícia política sobre a sucessão estadual de São Paulo e a questão “Qual foi o maior erro da Folha?”, respondida por dezoito representantes dos três poderes e por diretores de organizações. Ambas foram desenvolvidas em apuração feita na cerimônia dos 80 anos. Como o questionamento provocou os participantes a falarem sobre a Folha, algumas respostas merecem ser lembradas, ainda que muitos tenham evitado danificar a imagem do jornal. O ministro da Educação da época, Paulo Renato Souza assinalou que o maior erro do impresso fora a tentativa provar a existência de corrupção no BNDES durante o governo Fernando Henrique Cardoso. Marta Suplicy, então prefeita de São Paulo, disse não ter guardado na memória nenhuma incorreção, lembrava-se apenas de fatos que a afetaram pessoalmente. Antônio Ermírio de Moraes, do grupo Votorantim, opinou que: “se a Folha publicou algo que me deixou contrariado, temos que relevar”. Jaime Lerner, governador do Paraná, se queixou da importância demasiada à Brasília. Eduardo Suplicy do apoio dado para a aprovação da reeleição.

Na terceira página do especial, confirmando que todas as reportagens foram produzidas a partir da solenidade de aniversário, o assunto discutido era a percepção de setores do empresariado de que o país estava melhorando. Paralelamente, uma nova questão foi sugerida: “O Brasil está melhor ou pior?”. Ela foi respondida por catorze personalidades, entre elas, José Serra, José Dirceu, Tasso Jereissati. As duas fotografias impressas remetem à cerimônia, uma trazia o representante da Orquestra Sinfônica e a outra Octavio Frias de Oliveira e sua esposa, em rara aparição.

A quarta página vinha novamente com opiniões de figuras renomadas presentes no evento. O primeiro discutia que “A miséria tem solução, mas exige empenho”, o segundo afirmava que “JK é o maior político dos últimos 80 anos” e o terceiro retomava que a “Redemocratização é fato mais importante” da história do país. Esses dois últimos vinham acompanhados de vinculadas que relembavam o ex-presidente e situavam quais outros fatos foram citados como importantes.

Para encerrar, na quinta página do material, sancionava-se que o “País volta a crescer, dizem empresários”. Na última Folha Pergunta, correu-se atrás de posições para: “O governo deve adotar uma política mais agressiva de redução de juros? Qual seria o patamar para os juros? Qual sua previsão de crescimento?”. No total, dezoito pessoas responderam, seis mereceram fotografia.

Nos anos seguintes, nas edições de 19 de fevereiro, a Folha não fez nenhuma alusão ao seu aniversário, nem no editorial, nem em qualquer outra seção. Isso só

mudou nos seus 90 anos, completos em 2011, com a veiculação de um material cuidadosamente planejado. Como pular uma década anteciparia comportamentos ocorridos nesse meio termo, antes de detalhar o suplemento, prefere-se seguir com a observação cronológica.

Se o aniversário não motivou muitos textos, no dia 19 de fevereiro, dia em que ele é festejado, apareceu uma novidade. Olhando as edições além do editorial, pôde ser percebido que em vários anos as notícias que anunciavam os vencedores do Prêmio Folha receberam espaço nas páginas internas do caderno principal. A condecoração havia sido criada em 1993 para que fossem reconhecidos os seus melhores trabalhos. Ademais do prêmio máximo, concedido tanto para um conteúdo produzido quanto para um profissional, premiam-se os melhores de mais seis categorias: reportagem, serviço, fotografia, especial, edição e arte.

Com essa iniciativa, foi criado não só um mecanismo para revisar o que havia sido publicado no ano anterior para a escolha dos melhores trabalhos como também se abriu a possibilidade de explanar a execução de reportagens, algo difícil de aparecer nos diários. Do mesmo modo, foram fixadas ocasiões para a Folha se mostrar através de suas realizações, para louvar a si própria. Em meio a isso, terminou por revelar algumas características apreciadas ao seu jornalismo.

Em 2002, na página seis do caderno principal, fez-se o anúncio “Caso Jersey recebe Grande Prêmio Folha”. Conforme se explicava no texto, a reportagem era de autoria do repórter Roberto Cosso, fora publicada em 10 de junho do ano anterior e revelava depósitos irregulares em nome do político paulista Paulo Maluf e de seus familiares na ilha de Jersey, situada próxima à Inglaterra. O caso havia provocado a abertura de investigações pelo Ministério Público. “Para Cosso, 28, o prêmio significava ‘o reconhecimento ao trabalho de investigação jornalística’. A **Folha** valoriza esse processo” (FOLHA DE S. PAULO, 19/02/02, p. A-6).

No ano seguinte, estampou-se: “Folha premia série sobre reforma agrária”. O material havia sido desenvolvido por dois jornalistas e reunia 11 reportagens. Sobre o processo de produção, ressaltava-se que “Até escreverem a primeira das onze reportagens, Scolese e Valente consumiram cinco meses em garimpagens. Analisaram centenas de documentos oficiais, fizeram cerca de 50 entrevistas e visitaram supostos assentamentos do Maranhão e Santa Catarina” (FOLHA DE S. PAULO, 19/02/03, p. A-

8). Em 2005¹⁰², o prêmio maior foi para uma reportagem, executada por Elvira Lobato, sobre trabalho escravo em modernas fazendas de criação de gado:

*Publicada em 18 de julho de 2004, sob o título ‘Agronegócios e pecuária de ponta usam trabalho escravo’, a reportagem baseou-se em levantamento da **Folha** com base em 237 relatórios de fiscalizações do Ministério do Trabalho realizadas em 2000 e 2003. A reportagem visitou os municípios de Marabá, Xinguara, Curionópolis e Redenção, no sul do Pará, considerada uma área endêmica de trabalho escravo (FOLHA DE S. PAULO, 19/02/2005, p. A-13).*

Não divulgado na data de aniversário nem em 2006, nem em 2007, o Prêmio Folha somente ressurgiu em 19 de fevereiro em 2008, quando a condecoração máxima foi para uma reportagem sobre o trabalho ilegal em confecções de São Paulo. Em 2009, a explicação sobre a série de reportagens ganhadora veio maior. Nomeada “DNA Paulistano”, ela se apropriara da “maior pesquisa já feita pelo Datafolha”, executada porque este instituto estava completando 25 anos. Em dois meses, teriam sido examinados “criticamente os 96 distritos da capital, revelando o perfil dos moradores de São Paulo e o que eles pensam das carências e virtudes de cada local”. Os quatro jornalistas responsáveis pela sua execução mostraram os problemas de todas as regiões do município, o que teria permitido uma postura diferenciada na campanha eleitoral municipal, pois, com os dados, as promessas dos candidatos foram contrapostas com as necessidades reais da população. A vinculada “Pauta exigiu sete meses de investimento” inseriu ainda mais informações sobre a sua realização. Por ela, ficava-se sabendo que, antes de os jornalistas saírem a campo, foi executada uma pesquisa preliminar para a definição das questões que deveriam ser abordadas.

De março a julho, à medida que o Datafolha fornecia os dados de cada região da cidade, a equipe definia as pautas e ouvia especialistas, administradores públicos e associações de moradores, entre outros. Durante todo este período, dois repórteres se dedicaram em tempo integral à preparação da série (FOLHA DE S. PAULO, 19/02/09, p. A-8).

A redação dos textos teria sido feita de forma cuidadosa e demorada. Resultados da pesquisa não utilizados no projeto do especial foram aproveitados posteriormente em outras reportagens no caderno Cotidiano.

Em 2010, o Grande Prêmio de Jornalismo não foi concedido a uma produção, mas a um jornalista. Igor Gielow venceu pelo seu trabalho como correspondente de

¹⁰² O Prêmio Folha não foi notícia em 19 de fevereiro de 2004.

guerra no Paquistão e no Afeganistão em 2009. No texto contava-se um pouco a trajetória do profissional, que estava na Folha desde 1992 e havia passado por vários setores e funções. Em 2011, a vencedora foi uma reportagem que, pelo que se disse, provocou Erenice Guerra a deixar o cargo de ministra da Casa Civil. Depois de ser apontada pelo diário por atuar irregularmente, ela passou a ser investigada por tráfico de influência em licitação de obras do metrô de São Paulo para beneficiar a empresa de seu filho. Sobre a reportagem, redigiu-se que “é daquelas que provam – como se houvesse ainda necessidade – que o furo tem pressa”. Narrou-se ainda que a investigação dos jornalistas ocorreu depois que esses receberam uma mensagem eletrônica contendo a informação sobre o “conteúdo bomba”:

Com seu e-mail, Quícoli enviou telefones e a cópia de contrato comprometedor. A mensagem – uma entre as centenas que chegam todos os dias – foi recebida às 11h36 do dia 14 de setembro pelo editor-assistente de Poder Eduardo Scolese, a menos de três semanas do primeiro turno das eleições. Três minutos depois, o e-mail foi repassado a Brasília. Às 11h48, a chefia da sucursal encaminhou a mensagem aos repórteres Rubens Valente, Andreza Matais, Fernanda Odilla e Filipe Coutinho. Às 11h51, Valente já fazia a primeira entrevista com Quícoli (FOLHA DE S. PAULO, 19/02/11, p. A-10).

Para concluir a exposição das premiações, insere-se que em 2012 duas páginas foram dedicadas a sua difusão. Com a duplicação, os vencedores de diferentes categorias receberam espaço. Contudo, o texto principal não cresceu. Nele, basicamente foi colocado que o prêmio máximo fora concedido a uma série expondo o grande patrimônio de Antônio Palocci. Ela teria levado o político a deixar de ser o titular da Casa Civil. Embora pouco tenha sido dito sobre a sua preparação, colocou-se: “A produção da série consumiu três meses de apuração, envolvendo varreduras cartoriais, entrevistas e viagens dos três repórteres em busca de informações e documentos que comprovassem o enriquecimento do ministro” (FOLHA DE S. PAULO, 19/02/12, p. A-8).

Além da notícia sobre o Prêmio Folha, as duas páginas receberam outros três conteúdos. Todos relacionados ao jornal. Em “Folha anuncia vencedores de Concurso de Ilustração”, eram informados os cinco cartunistas e quadrinistas escolhidos para colaborar por três meses na coluna Mercado Aberto de Maria Cristina Frias, publicada no caderno Mercado. A segunda notícia “Mostra ‘90 em Folha’ chega à Faap em março” abordava onde estava a exposição organizada em razão de suas nove décadas, completadas em 2011.

Por último, a terceira notícia “Página especial mostra pedidos de leitores para jornal do futuro” relatava uma experiência incomum. A matéria alertava que a primeira página da Folha Corrida era fictícia. A ação, vinculada às comemorações de seus 90 anos, havia sido concretizada com sugestões de conteúdos enviadas pelos leitores. A partir de uma convocação, o periódico teria recebido mais de 7.500 mensagens com notícias que esses gostariam de ver em 2101. Como “uma ideia recorrente entre os leitores foi a do progresso econômico e social do país”, a manchete escolhida ao caderno foi “Brasil continua com melhor IDH do mundo”.

Transposto o que apareceu na Folha nos dias de seu aniversário, deve-se voltar para como ela se mostra em 1º de janeiro. Parte-se principalmente aos editoriais. Neles, as aparições do nome da publicação, que continuava com a fonte em negrito, vieram em poucas ocasiões e, geralmente, serviram para divulgar ou retomar algo veiculado por ela. Vistas ainda mais raramente, há aparições que apenas sublinham o seu posicionamento em torno de algum tema.

Exemplo do primeiro caso pode ser visto em 2002 no editorial “Os Donos do Curral”. Dirigido à política argentina, nele se colocava: “É didático o cartaz que a **Folha** reproduziu em sua primeira página de ontem: os manifestantes ali perguntam onde Saá teria depositado as suas poupanças” (FOLHA DE S. PAULO, 01/01/02). Outro exemplo está em 2005 em “Alternativas de crédito”, no qual é referenciado um texto opinativo. “As grandes redes de distribuição, por exemplo, foram capazes de aumentar o volume de crédito (...), como mostraram duas consultoras da MB Associados, em artigo publicado quarta-feira pela **Folha**” (FOLHA DE S. PAULO, 01/01/05). Uma última ocorrência semelhante pode ser retirada de “Aprovação em alta”, que se referia à avaliação positiva do governo Lula.

*Em agosto daquele ano, dois meses após esta **Folha** ter revelado o escândalo do mensalão, a aprovação do presidente atingiu o menor nível: 31% contra 26% que qualificavam a gestão de ruim ou péssima. Na ocasião, 83% dos eleitores diziam acreditar que havia corrupção no governo federal (FOLHA DE S. PAULO, 01/01/10).*

No trecho, pode ser percebida a valorização do trabalho do periódico. Concomitante a isso, reconhece-se o quanto ele influencia a opinião pública. É por crer nessa última capacidade que, por vezes, a Folha aprecie colocar diretamente a sua atitude em relação a temas políticos. Em 2003, o texto “Esperanças e temores” finalizava da seguinte maneira:

*O governo Lula, portanto, começa hoje a caminhar no fio da navalha. Tem direito à torcida para que dê certo, mas esta **Folha** se reserva no direito de manter a vigilância sobre o novo governo, como o fez em relação aos que o antecederam, no que é a sua melhor contribuição para que as esperanças, ao final, prevaleçam sobre os temores (FOLHA DE S.PAULO, 01/01/03).*

Na chegada de 2011, há uma situação que deve ser sinalizada, a despeito de ela não mencionar a si própria, nem um de seus conteúdos. No primeiro dia deste ano, um dos três editoriais veio impresso na primeira página, ocupando de cima abaixo desta duas colunas inteiras. Intitulado “Desafios da presidente”, ele ponderava, na mesma data de sua posse, que não bastaria a Dilma Rousseff dar continuidade às políticas de seu antecessor. Seria necessário tomar medidas à economia, à educação, à saúde, entre outras áreas, e sanar falhas cometidas no governo do presidente Lula. Dever-se-ia combater principalmente a corrupção e os maus costumes dos políticos.

É preciso pontuar que nas edições de 31 de dezembro não foram identificadas nos editoriais menções à Folha que se diferenciavam muito do observado em 1º de janeiro. Por isso, houve a preferência por não se descrever nenhum exemplo, já que eles trariam mais acréscimos à elucidação de seu comportamento.

Para concluir a exposição, volta-se a 19 de fevereiro de 2011, quando se encontrou o material mais significativo do século XXI. Nesta data circulou a edição dos 90 anos, detentora do maior volume de enunciados recolhidos nesta fase. Em sua primeira página (**Figura 15 - Anexo**), a quantidade de anos do periódico aparece bem ao lado do seu logotipo. As chamadas dos conteúdos especiais elaborados, em um planejamento gráfico incomum, ocupam duas colunas no meio da página e mais um espaço menor à direita. Aí, ademais das indicações do que se poderia acompanhar no impresso, informa-se o que estava disponibilizado no seu *site* Folha.com¹⁰³.

Com efusão, anunciava-se que, pela internet, o leitor poderia consultar o seu “acervo integral desde 1921, com 1,8 milhão de páginas publicadas”. Ainda poderia assistir a três documentários e verificar quatro especiais multimídias, que traziam galerias de leitores, as mudanças gráficas feitas no jornal, as suas primeiras páginas históricas e o caminho percorrido pela notícia.

Antes de chegar ao especial, deve-se colocar que na página 2, um de seus dois editoriais, denominado “Nove Décadas”, renovava os compromissos “com o apartidarismo, a pluralidade e a interpelação jornalística das autoridades públicas”.

¹⁰³ Seguir para: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha90anos/>> .

Espera-se de um bom jornal que as informações publicadas sejam corretas. Mas a seleção de temas e enfoques precisa estar orientada por algum critério. No caso deste jornal, trata-se de focalizar os problemas coletivos e fiscalizar a atuação dos agentes públicos aos quais a sociedade delega a tarefa de gerir os impostos que paga. Daí decorre uma atitude de permanente interpelação jornalística das autoridades (FOLHA DE S. PAULO, 19/02/11).

No desenvolvimento do restante do texto, são tecidas considerações sobre como os seus princípios foram definidos. Sobre o jornalismo crítico, contava-se que ele foi estabelecido como pilar nos anos de 1980 junto com o apartidarismo e a pluralidade. Um dos recursos usados pela publicação para a sua obtenção era a interpelação permanente. Entretanto, reconhecia-se que a criticidade, ao apontar erros, identificar irregularidades e cobrar compromissos do poder público poderia acarretar desconfortos e danos por precipitação ou imperícia. Por isso, com o intuito de evitá-los, Folha utilizava um sistema interno de freios, cuja “face mais visível é a presença de um jornalista encarregado de fiscalizar e criticar a própria **Folha** e a publicação diária (e penosa) de uma seção de retificações – ‘Erramos’”.

A pluralidade era cobrada porque atendia à sociedade brasileira e, obviamente, porque tornava obrigatória a veiculação de opiniões variadas. O apartidarismo era exigido tanto por respeitar a heterogeneidade do público quanto por permitir mais autonomia “para exercer um jornalismo livre”. Na conclusão do texto, saindo um pouco do tom, fazia-se um comentário sobre a realidade da comunicação, situando como a empresa encarava isso. Como se pode ver, não se demonstra preocupação com isso:

O leitor acompanha o atual período de intensa transformação tecnológica que altera as relações tradicionais entre público e meios de comunicação. Acostumado a cultivar a inovação, este jornal vê na mudança sua própria razão de ser. Mas o cerne permanece na forma de compromissos que refletem, em nossa opinião, a melhor maneira de servir as centenas de milhares de pessoas que nos distinguem com sua confiança (FOLHA DE S. PAULO, 19/02/11).

Seguindo-se a edição, assim como nos 80 anos, o Painel do Leitor publicou cartas que parabenizavam o diário pelo seu aniversário. A Folhinha, dirigida às crianças, veio como sempre com assuntos da semana apresentados didaticamente. Mas, fugindo de sua rotina, veiculou em todas as folhas do suplemento um box contando a história do jornal desde 1921. Fora isso, publicou o texto “iPod de notícias”, redigido pelo renomado Clóvis Rossi, no qual apresentava a publicação por uma analogia impensável.

“Jornal impresso é mais ou menos como dar ao melhor amigo (ou amiga) o seu *iPod* para que ele grave a seleção das músicas que você gosta de ouvir, ou deve ouvir, para ficar uma pessoa melhor”. De acordo com o jornalista, a diferença é que o jornal seria feito com as notícias escolhidas pelos “amigos” jornalistas.

Na página final do caderno infantil, novamente aparecem esclarecimentos sobre o feitiço do diário. O infográfico “Como é feito o jornal?” contava em nove pequenos blocos informativos sobre as funções dos jornalistas, as divisões dos cadernos, a redação, da edição, a montagem das páginas e etc. Conforme se perceberá, é notório o investimento da Folha em infográficos, como já observou Pereira (2006).

Trazidas essas informações, pode-se finalmente seguir ao caderno especial dos 90 anos. Ele tinha nada menos que 48 páginas. A sua página um se mostrava aos leitores pela imagem de uma mulher, lendo o jornal, que imprevisivelmente poderia estar vestida como na atualidade ou como a moda nos anos 20, 60 ou 80. Nela, havia três indicações de conteúdo, que se referiam às 90 grandes reportagens recordadas, aos 90 leitores ouvidos e aos 90 colunistas atuantes no periódico. Por fim, de novo era alardeada a disponibilização de seu acervo.

É este último tópico que abre a primeira matéria. Nela, é abordado o processo de digitalização e são resumidos, também com infográfico, os recursos de busca que devem ser utilizados para a consulta no Acervo Folha.

Nas cinco páginas da sequência, em uma linha cronológica, são assinaladas as 90 reportagens eleitas como as melhores. Na marcação de cada uma, aparece a data de sua circulação, o nome do jornalista que a executara e um curto relato do que tinha sido propagado. Quando há, insere-se qual prêmio ela recebera. Tudo é feito com objetividade, portanto, sem nenhum dado dos bastidores de sua realização. Nove reportagens, inseridas sob um fundo azul, são apontadas como as mais relevantes.

Na página 8, o periódico reconta em nove atos a sua história. Os eventos escolhidos são: “o nascimento de uma Folha”, “a modernização de Nabantino”, “a formação do conglomerado”, “o papel na ditadura”, “surfando na onda da abertura”, “o jornal das Diretas”, “projeto Folha”, “o confronto com Collor” e a “integração impresso *on-line*”. Uma vez que oito desses acontecimentos indicados já foram contemplados nos capítulos precedentes, sobra um deles, o último, para ser elucidado neste capítulo. Neste, em quatro parágrafos, abordam-se problemáticas da atualidade e como elas estão sendo enfrentadas. A seguir, traz-se a íntegra do que foi veiculado. Deve-se frisar o seu

período final, no qual era afirmado não haver incompatibilidade entre os investimentos *on-line* e a sobrevivência do impresso:

*Desde meados dos anos de 1980, a **Folha** tem feito reformas gráficas a cada 5 ou 6 anos. A mais recente ocorreu em maio do ano passado, com ampliação do tamanho das letras impressas e uso mais generoso de imagens. Também no ano passado, em abril, a **Folha** se tornou um dos primeiros jornais a promoverem a fusão entre as equipes voltadas ao jornal impresso e à versão on-line, que passou a se chamar **Folha.com**.*

O objetivo de unir sob o mesmo comando editorial as duas plataformas noticiosas é ampliar as possibilidades de acesso do leitor a informações.

Ao preservar a identidade de cada meio, a integração permite que o leitor escolha entre o papel e a tela, de acordo com sua conveniência.

A sintonia entre os dois meios mostra que, ao contrário do que ocorre com alguma frequência no universo da internet, a agilidade do noticiário on-line não é incompatível com a preservação dos padrões de qualidade editorial, típica do veículo impresso (FOLHA DE S. PAULO, 19/02/11).

Abaixo dos nove atos, há em box o resumo do que teria ocorrido em cada uma das décadas. Havia até leitura dos negócios travados nos anos 2000:

*Criado o jornal ‘Valor’, em associação do Grupo Folha e da Infoglobo Comunicações. ‘Notícias Populares’ é fechado em 2001. A Fiam inaugura a cátedra Octávio Frias de Oliveira. São criados **Folha Corrida**, **Serafina**, o **Guia/Livro Discos Filmes**, o suplemento **New York Times**. Em 2010, surgem *Ilustríssima* e revista *sãopaulo*. O UOL se associa com a Portugal Telecom (depois ações passam a ser negociadas na Bolsa). A **Folha.com** estreia versão para iphone e ipad (FOLHA DE S. PAULO, 19/02/2011).*

Na 12ª página, depois de três fotografias, que mostram o edifício do Centro Gráfico da Folha, jornalistas trabalhando na redação e um funcionário atuando em uma das etapas de impressão do jornal, lê-se “Grupo Folha triplica faturamento em dez anos e consolida liderança”. Através daí foram informados alguns de seus números e de suas cifras. O conglomerado teria atingido com a soma dos resultados de cinco empresas e de 11 unidades de negócios a receita de R\$ 2,7 bilhões. Ano após ano, desde 1986, alcançava o posto de mais lido do país entre as publicações de circulação nacional de interesse geral. Em 2010, a sua circulação média foi de 294.498 exemplares, 24,6% superior ao do Estado de S. Paulo e 12, 2% maior que a de O Globo.

Ademais, o Grupo Folha também obtivera sucesso no jornalismo popular com o Agora São Paulo e com o jornalismo econômico com o Valor Econômico, editado em parceria com as Organizações Globo. Na internet, a Folha.com seria líder de mercado com audiência de 17 milhões de visitantes únicos e 173 milhões de páginas vistas por mês. O UOL “é a maior empresa brasileira de conteúdos e serviços de internet” e com a

compra da Diveo Broadband Networks, em dezembro de 2010, se tornou “a terceira maior empresa de serviços de infraestrutura de tecnologia da informação da América Latina”. Nos setores de distribuição e impressão, conta com as unidades de negócio Transfolha e Folhagráfica e tem participação acionária nas empresas Plural e SPDL. Do grupo fazem parte ainda o Datafolha, “um dos principais institutos de pesquisa do país”, a editora Folha, que vendeu um milhão de livros em 2010, e a agência de notícias Folhapress.

Atualmente, ganham impulso na estratégia empresarial do grupo a produção e distribuição de conteúdo jornalístico destinado aos novos formatos tecnológicos, dos chamados tablets (como iPad e Galaxy) aos celulares, passando pelas redes sociais (FOLHA DE S. PAULO, 19/02/11).

A página 13, excetuando-se as fotografias do prédio do UOL e de sua redação, era composta por infográficos com informações resumidas sobre as empresas pertencentes do Grupo Folha. Até o empreendimento e o jornal de classificados Alô, que nem estavam citados no texto da página anterior, receberam espaço. No entanto, de todos os núcleos de negócios, dedicou-se mais linhas a Folha de S. Paulo. Sobre ela, há um gráfico comparativo expondo a sua circulação e a de seus concorrentes paulista e carioca. Além disso, foi chamada a atenção para três pontos: “A Folha foi o primeiro veículo de comunicação do país a oferecer conteúdo em tempo real aos seus leitores em 1995”, “A Folha.com tem o maior número de leitores entre todos os sites de jornais do país” e “publica cerca de 500 notícias por dia”. Pode ser percebido que não se faz distinção entre a Folha de S. Paulo e a Folha.com.

As próximas três páginas foram reservadas a “Sua excelência, o leitor”. Nelas, espalharam-se imagens de pessoas entre 1 e 90 anos, em variadas poses, muitas das quais tinham nas mãos um caderno do jornal. Cada uma, apresentada com o seu nome e a sua idade, contou o seu relacionamento com ele, às vezes opinando sobre seus pontos fortes e os fracos.

No especial, Octavio Frias de Oliveira, falecido em 2009, ganhou um perfil, que narrava a sua história e a da Folha em “O comerciante que era repórter e vice-versa”. O escrito, redigido por Clóvis Rossi, iniciava o texto relembando um episódio ocorrido em 1975, quando se começou a perceber que o referido diário estava crescendo em qualidade, tornava-se grande. Ele estaria se emparelhando a O Estado de S. Paulo, mas Júlio de Mesquita, diretor de redação desta publicação, equivocadamente não levava fé

de que Octavio Frias de Oliveira, um comerciante, pudesse lhe superar. A história provou exatamente o inverso. Em pouco tempo, o pavor de Frias em contrair dívidas e a sua decisão de contratar de Claudio Abramo para chefiar a redação teriam sido atitudes decisivas para fazer a Folha ultrapassar o Estadão.

“Em meu caso com a Folha” os mais de 85 colunistas do periódico contaram seu envolvimento pessoal e profissional com ele. Carlos Heitor Cony, em “Duas Vezes Dois Motivos”; Danuza Leão, em “Como fui parar na Folha”; José Simão, em “Folha e eu! Laços de Família!”; Maria Cristina Frias, em “Lamento nada ter escrito sobre o que me disse Gabo”; Eliane Catanhêde, em “Pela Primeira vez na Barão de Limeira”; Ruy Castro, em “O dia em que Dennis Hopper me recomendou moderação”; Antonio Prata, em “Será que o jornal de sábado já saiu?”; Gilberto Dimenstein, em “Dura com os outros e com ela mesma”; Tostão, em “Um colaborador acidental”; receberam mais do que uma simples frase para se expressar. Eles escreveram textos que tratavam do jornal por variados vieses. Nas mesmas páginas em que esses se manifestavam, chargistas e cartunistas expuseram o seu julgamento sobre o noticiário através da arte.

Profissionais antigos, que marcaram época e são inseridos no rol dos maiores intelectuais brasileiros, foram lembrados em “Time de colunistas incluiu Lobato, Oswald e Francis”. Com eles, o periódico teria se tornado espaço de crítica cultural e veículo de criação literária, com todas as ambiguidades que isso encerra. Outros nomes profissionais com notoriedade são trazidos em infográfico contendo informações de quando escreveram para a Folha. Entre os citados, Antonio Callado, Carlos Drummond de Andrade, Fernando Sabino, Florestan Fernandes, Otto Lara Resende, Manuel Bandeira e Glauber Rocha.

Inusitadamente, nas páginas 38 e 39 apresentava-se como a Folha era preparada em mais um infográfico (**Figura 16 – Anexo**). Este, pelo *design* e pela linguagem usada, lembrava um jogo de tabuleiro. Já no título “Siga o caminho das notícias na era das multiplataformas” e no subtítulo “O fluxo da informação na Folha, da captação de notícias à publicação no jornal impresso e nos vários meios digitais” era indicado que a sua intenção era ensinar e divulgar como o periódico estava sendo produzido na atualidade. Todo o processo era sintetizado em cinco passos.

Em “Pauta”, explicava-se “como uma informação chega ao jornal”. Seriam seis as possibilidades. Via Agência Folha, agências e jornais internacionais, correspondentes internacionais, reportagem e colunistas. Em “Avaliação e Checagem”, conta-se que na redação é avaliado se a informação é relevante, se ela possui qualidade e se é

verdadeira. Isso seria feito com auxílio de alguns critérios gerais tipificados, como urgência, ineditismo, exclusividade, apelo, interesse, empatia e proximidade. Fazendo uma analogia com o estudo de Moreira (2006), que apresentou um núcleo básico de valores-notícia para a Folha de S. Paulo, O Globo e O Estado de S. Paulo, somente a empatia não foi identificada por esta pesquisadora.

Afora o que está acima, as informações poderiam ser enquadradas como “urgente e não exclusiva”, “urgente e inédita”, “não exclusiva” ou “exclusiva da Folha”. A que for “urgente e não exclusiva” ganharia “menção breve, mas imediata, na **Folha.com** a ser complementada à medida que a apuração avança”. As exclusivas da Folha “ganham profundidade com análise e infografias exclusivas da versão impressa da **Folha**”. A informação que não atenda a nenhum dos critérios é descartada no “lixo”.

No terceiro passo de preparação do periódico, “Produção e Redação”, destrincha-se “como uma informação é transformada em reportagem nas engrenagens da Redação”. Seria necessária a contextualização do assunto, a capacidade de ouvir o outro lado, a competência de saber repercutir, a preocupação com a correção ortográfica, etc. No quarto passo sintetizava-se a “Edição”, definida como a “hierarquização dos textos, seleção de imagens e disposição das informações nas páginas de forma articulada”. Na sequência, textos opinativos sobre os fatos seriam produzidos. Ademais, seriam separadas fotografias para ilustrar os textos, produzidos os boxes e, caso necessário, feita a diagramação.

“Publicação – A Folha em todas as plataformas” é o derradeiro ponto. Nele, divulga-se “como as notícias mais importantes do dia são distribuídas ou replicadas no papel e nos meios digitais”. Embora se dê mais espaço à versão impressa, são consideradas as edições para as redes sociais, celular e *tablets*. Pela disposição do periódico em querer contar o que entra como conteúdo em cada um, considera-se importante reproduzir esses dizeres.

A edição nas redes sociais se daria da seguinte maneira: “O aplicativo da **Folha** para **Facebook** replica automaticamente as notícias da **Folha.com**; os perfis do jornal e das editorias postam informações mais relevantes e interessantes. No **Twitter** entram os títulos da **Folha.com** e os comentários”. Nos celulares, “o que é publicado na **Folha.com** é automaticamente atualizado no aplicativo da **Folha** para *iPhone*. Os serviços de informação via WAP e SMS são resumos das principais notícias. O **Folha Mobile** reflete a primeira página da **Folha.com** em formato mais leve”. Mais simples, “o aplicativo da Folha para *iPad* reflete a versão impressa do jornal”. Na **Folha.com** “as

notícias publicadas no *site* são acompanhadas e atualizadas em tempo real, 24 horas por dia, sete dias por semana”. Nela, apenas “30% do conteúdo publicado no jornal é aberto para leitura na **Folha.com**. Os outros 70% ficam restritos ao acesso dos assinantes”.

Concluída a edição, o impresso dependeria da impressão e da distribuição de seus números, sobre os quais se contava:

Cada rotativa da Folha imprime 19 jornais por segundo ou 70 mil exemplares por hora. A distribuição do jornal tem início às 22h e é concluída às 6h30. Diariamente são percorridos 100 mil quilômetros para levar a Folha a todo o país de avião, caminhão, carro e moto (FOLHA DE S. PAULO, 19/02/2011).

No papel, os leitores encontrariam reportagens, fotos, infografias, análises e colunas exclusivas. “As notícias mais importantes do dia surgem consolidadas no impresso”.

No pé de uma das páginas do especial, foi disponibilizado um glossário com vocábulos que poderiam não ser compreendidos pelos leitores, tais como: furo, *videocast*, WAP. Outro recurso para deixar mais claro o jornalismo praticado veio no final da segunda página dedicada às explicações, na qual um infográfico pontuava o que ocorria em um dia na redação com a marcação de horários e de eventos. Às 8h, apresentava-se um relatório interno sobre os fatos ocorridos na madrugada. Às 9h, havia uma reunião de pauta. Às 12h, uma reunião de avaliação da edição publicada no dia anterior. Às 16h30, outro encontro. Dessa vez, voltado à hierarquização das reportagens da edição do dia seguinte e a produção das chamadas da primeira página. Às 21h30 seriam atualizados os textos e imagens da edição nacional, às 00h30 e às 2h se revisaria a edição São Paulo. Os cadernos seriam fechados em diferentes horários. A Ilustrada às 14h; Mercado e Ciência às 19h; Esporte às 19h30; Poder, Mundo, Cotidiano e Saúde às 20h, Primeira Página às 20h30. Na madrugada, sabe-se que os repórteres ficariam de plantão.

Em “Jornal todo dia, cor, tempo real? A Folha fez primeiro” são lembradas ocorrências de seu pioneirismo, que vinha desde a sua estruturação nos anos 1940. Esta teria sido acentuada em 1962 quando, em uma época em que os jornais não circulavam às segundas-feiras, seus exemplares começaram a ser veiculados diariamente. “Desde então, as inovações atingiram todas as áreas – tecnológica, comercial, administrativa e editorial – e fizeram da **Folha** o mais lido e copiado jornal do país”. Em texto, citavam-se alguns eventos importantes, como a introdução da impressão *offset* e a publicação da

primeira fotografia feita por uma câmera digital na América Latina em 1994. Em infográfico, foram pontuadas mais iniciativas pioneiras. No **quadro 20** são recuperados os marcos enfatizados.

Data/Período	Pioneirismo
Década de 20	Contratação de mulheres para a redação e a linotipia
1949/1950	Profissionalização na Folha da Manhã com o ‘Programa de Ação das Folhas’
Década de 50	Uso de estatísticas especialmente produzidas para o noticiário
1962	Veiculado em todos os dias
1963	Publicação da Folhinha, primeiro caderno infantil
1967	Início da impressão em <i>offset</i> com o jornal Cidade de Santos. Em 1968, essa impressão chega à Folha
1971	Abandono do chumbo na impressão
1973	Criação de editoria específica para a educação
Anos 80	Publicação de página diária sobre Ciência
1983	Adoção de computadores na edição de textos Criação do Datafolha e utilização dos dados obtidos nas reportagens Lançamento do caderno de Informática, primeiro da grande imprensa a tratar do mundo digital
1984	Publicação do Manual de Redação
1987	Divisão do jornal em cadernos temáticos iniciada com o caderno Cidades (atualmente Cotidiano)
1989	Lançamento de caderno voltado ao jornalismo científico Aquisição de computadores <i>Macintosh</i> , mais adequados à produção de infográficos, para a editoria de arte Introdução da primeira página totalmente colorida Primeiro da América Latina a ter <i>ombudsman</i> , um jornalista que atua como ouvidor e ‘advogado do leitor’
1990	Inauguração do sistema de paginação eletrônica <i>Harris</i> , sendo o primeiro do hemisfério sul
1991	Inauguração da seção fixa Erramos (erratas eram publicadas regularmente desde 1984)
1994	Publicação da primeira fotografia digital Armazenamento de fotos digitalizadas em um banco de imagens
1995	Lançamento da Folhaweab (Folha.com), primeiro jornal em tempo real do país
1996	Lançamento do UOL
2010	Reforma gráfica torna textos mais legíveis com o aumento da letra “sem reduzir a densidade informativa” Com o UOL, faz o primeiro debate presidencial <i>online</i>
2011	Digitalização de seu acervo e disponibilização dele a seus leitores

Quadro 20 – Iniciativas pioneiras da Folha de S. Paulo

Assim como ocorre nas edições dominicais, o *ombudsman* apareceu no caderno especial. Ou melhor, foram ouvidos todos os dez jornalistas que ocuparam essa função desde 1989 para que eles falassem das principais deficiências da Folha na atualidade. De acordo com eles, estaria sendo enfrentada uma crise de identidade “causada pelo impacto da internet sobre os veículos impressos”. Pinçando-se as críticas emitidas, os analistas dizem que o jornal está confuso em suas apostas, não consegue seduzir os novos consumidores, traz notícias amanhecidas, não procura as causas dos fatos, tem

dificuldades em se diferenciar, pode se tornar indispensável, não consegue fazer uma cobertura abrangente e analítica, burocratizou as coberturas especiais, sofre de miopia para identificar a dimensão das transformações da economia e da sociedade.

Os mesmos *ombudsmen* fazem algumas sugestões. O diário não deveria baixar seu padrão de qualidade, nem tampouco abandonar as reportagens de fôlego ou sufocar as narrativas em espaços cada vez mais reduzidos. Ao pensarem sobre os últimos anos, emitem elogios. A parte de opinião da Folha teria melhorado, estaria mais próxima da comunidade nas questões do cotidiano e de serviços e tinha passado a valorizar problemas relevantes à vida prática dos leitores. Além disso, a publicação estaria tratando de uma gama maior de assuntos, conseguira trazer de modo orgânico em todos os cadernos os pilares de seu projeto editorial, estaria reforçando a sua marca em novas plataformas. Ao final dessas considerações, os leitores eram avisados que na Folha.com, eles poderiam acompanhar o vídeo, capaz de rodar até no celular, de um encontro no Museu de Língua Portuguesa com os vários *ombudsman* que trabalharam na Folha.

Ainda no caderno, foram rememorados alguns dos lapsos já publicados na seção “Erramos”. Imediatamente a isso, uma página inteira trouxe “A Folha em números”. Através dela, ficava-se sabendo que o recorde de circulação em sua história aconteceu em 5 de março de 1986 com uma edição extra com a tabela de preços congelados do Plano Cruzado, quando foram vendidos 1.714.000 exemplares. Ademais, era informado que em cada edição são publicadas cerca de 145 fotos e 365 textos. A sua página no *Facebook* teria aproximadamente 102 mil seguidores, o que a coloca como “o veículo brasileiro de maior audiência na rede social”. Os jornalistas fazem por dia 5 mil telefonemas; 1.372 veículos distribuem o jornal em São Paulo e regiões de Minas, Mato Grosso do Sul e Paraná; 9.566 bancas vendem a Folha no país. Segundo pesquisa do Ibope de 2009, os seus leitores somam 2,4 milhões. “90 pessoas mandam *e-mail* para o Painel do Leitor todos os dias”. A Folha.com publica um texto a cada 3 minutos. Esses e outros dados eram utilizados em uma animação na Folha.com.

Por ter a sua metade ocupada por um anúncio, a página final do especial explica apenas as diferenças entre as quatro capas produzidas. A dos anos 20 “recorda a criação da ‘Folha da Noite’, em 1921, origem do jornal”. A dos anos 60 “remete ao lançamento da Folha de S. Paulo, núcleo do atual conglomerado de empresas”. A dos anos 80 “lembra as inovações feitas pela Folha, que a transformaram no maior jornal do país”. A dos dias de hoje “sinaliza a renovação do jornal e a integração das plataformas impressa

e *on-line*”. Como foi visto em todo o caderno, no canto direito, um box fazia chamadas para os conteúdos extras hospedados na Folha.com.

Já que são feitas tantas referências a ele, deve-se dizer que no *site*, é possível acompanhar um documentário sobre a fotografia na Folha, assistir as principais campanhas publicitárias do jornal, saber mais sobre a história da Folha.com, ver uma galeria com capas históricas e conhecer a história gráfica do periódico. No **quadro 21**, sintetiza-se, às vezes com a recuperação de falas, esse conteúdo disponibilizado na internet¹⁰⁴. Mesmo que ele não pertença ao *corpus* porque está para além do impresso, considera-se importante desvelá-lo pelos dados e definições feitas.

90 anos da Folha de S. Paulo – Conteúdos do site	
Documentário Toda a Folha ¹⁰⁵	- Vídeo com 9’33”. Há algumas cenas da cidade de São Paulo, mas a maioria das imagens são captadas na sede da Folha: das rotativas de impressão dos funcionários, da redação lotada de profissionais, dos diagramadores trabalhando, da redação vazia, da reunião de pauta - Em seu início, a narrativa ressalta alguns números do jornal. São 384 textos por edição; 600 <i>links</i> de notícia e 103 metros de textos diariamente; 1 <i>terabyte</i> de informação processada; 1.372 veículos mobilizados para a entrega do impresso; 106 mil fãs do <i>facebook</i>; 9.566 bancas de 1.104 cidades; 51 mil <i>downloads</i> do aplicativo para <i>iPad</i>; 2,4 milhões de leitores; 21 milhões de <i>pageviews</i> em 48h. - Ao longo do vídeo, entram depoimentos de profissionais indicando como eles entendem o jornalismo da Folha. Há também traços de sua rotina. Alguns dizeres do editor executivo Sergio Dávila podem ser recortados: “O negócio da Folha é (...) produzir informação de qualidade não importa a plataforma em que essa informação vai ser consumida. (...). O que seria o Brasil sem a existência da Folha? Acho que também seria um país pior que não teria sabido do mensalão e do que o Tancredo tinha (...). Os papéis fundamentais de um bom jornal é tirar o leitor de sua zona de conforto, seja sua zona de conforto intelectual, seja sua zona de conforto de convicções” - São ainda vários os depoimentos de leitores, informando sobre o que eles gostam ou o odeiam na Folha, sobre o que nela precisa ser melhorado e sobre qual o jornalismo que desejam
Documentário Folha por trás das 29.907 edições ¹⁰⁶	- Vídeo com 11’11” que conta a história da Folha cronologicamente, apresentando as suas diversas fases. Inicia com a Folha da Noite e a Folha da Manhã. Em meio à narração, aparecem imagens antigas da redação, das rotativas, dos veículos usados à distribuição, de reuniões de seus dirigentes, de solenidades e da cidade de São Paulo - Nomes de quem já dirigiu a Folha, José Nabantino Ramos, Carlos Caldeira e Octavio Frias de Oliveira, bem como as ações implantadas por eles recebem destaque. Ao longo do vídeo, há depoimentos de jornalistas, como Mario Mazzei Guimarães, Audálio Dantas, Alberto Dines, Adilson Laranjeira. A principal narradora é a historiadora Ana Estela de Sousa Pinto - Fala-se da entrada de Claudio Abramo e de Boris Casoy e das medidas implantadas pelo Projeto Folha. Nesse ponto, há imagens coloridas da redação já utilizando computadores, da campanha das Diretas- Já, de equipes do copidesque, do parque gráfico, da redação do Uol, da página da Folha.com

¹⁰⁴ O endereço é: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha90anos/>>. Acesso: 2 fev. 2014.

¹⁰⁵ Ver: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha90anos/877026-documentario-expoe-relacao-entre-quem-faz-e-quem-le-a-folha.shtml>>. Acesso em: 2 dez. 2013.

¹⁰⁶ Para assistir, seguir para: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha90anos/877027-video-conheca-a-historia-por-tras-das-29907-edicoes.shtml>>. Acesso em: 10 dez. 2013.

	- “Mas durante essa década, essa primeira década dos anos 2000, o jornal foi caminhando para uma outra posição que é a de que não importa a plataforma. O grande trunfo da Folha, o seu grande capital é a informação, é o conteúdo que ela tem para oferecer. Então a Folha nesses anos 2000 deixou de ser um produtor de jornal, um produtor de papel impresso em tinta com as notícias diárias, para ser um produtor de informação 24h por dia nas mais diferentes plataformas com as mais diferentes linguagens” (Ana Estela de Sousa Pinto)
Principais campanhas publicitárias ¹⁰⁷	- São recordadas campanhas publicitárias da Folha para os classificados. Seis delas podem ser assistidos diretamente na página
Galeria com fotos históricas ¹⁰⁸	- As imagens selecionadas vêm explicadas com um curto texto-legenda
História gráfica da Folha ¹⁰⁹	- No material, se veem uma edição da primeira página das reformas gráficas (1921, 1949, 1960, 1968, 1971, 1975, 1983, 1986, 1988, 1990, 1992, 1996, 2000, 2006, 2010). Junto a cada uma delas surge uma explanação do que havia sido modificado - Em 2006, “o visual do jornal é repensado para permitir a leitura rápida, com diferentes entradas de texto por página e uso intenso de fotos e artes. Dois anos depois, em 2008, surge a Folha Corrida, com ‘Notícias de cinco em cinco minutos’” - Em 2010, a “reforma gráfica reforça a unidade entre os cadernos. Novos recursos ampliam o destaque dos textos de análise e perfis. Projeto também propõe fotos maiores e em menor quantidade ao longo do jornal”

Quadro 21 – Conteúdos desenvolvidos para os 90 anos da Folha

Diante de tanta preparação para as nove décadas, seria provável que o assunto rendesse em outros dias. Conforme se verificou nos arquivos, realmente, os desdobramentos das ações de aniversário continuaram. Na capa de 20 de fevereiro há uma chamada sobre o lançamento de uma nova edição de *Folha de S. Paulo – Primeira Página*, “livro que traz 223 capas com os principais fatos dos últimos 90 anos”. A reportagem foi publicada no caderno Ilustrada. Na sua vinculada, informa-se sobre a possibilidade de o leitor comprar pela internet réplicas das primeiras páginas. Estariam disponíveis mais de 32 mil. “A mais vendida até aqui é a do 11 de setembro (2001); seguida pelas da chegada do homem à lua (1969), da morte de Senna (1994), do *impeachment* de Collor”.

Em 21 de fevereiro, ocupando todas as colunas do alto da primeira página, foram divulgados o concerto e o ato multirreligioso que celebrariam os 90 anos da Folha. Também se faz a chamada de conteúdo sobre como sete personalidades imaginam o mundo nos próximos 90 anos. Além do mais, alardeia-se que “o acervo digital atinge 10 mil acessos por segundo”.

¹⁰⁷ Disponível em: < <http://www1.folha.uol.com.br/folha90anos/877141-ratinho-cinza-contracenou-ate-com-carla-perez-por-anuncios-veja.shtml> >. Acesso em: 10 dez. 2013.

¹⁰⁸ Para visualizá-las: <<http://fotografia.folha.uol.com.br/galerias/2169-fotos-premiadas-da-folha>>. Acesso em: 10 fev. 2014.

¹⁰⁹ Para acessar o conteúdo, seguir para: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha90anos/878061-veja-as-reformas-graficas-feitas-pela-folha-em-seus-90-anos.shtml>>. Acesso em: 5 fev. 2014.

A reportagem sobre os eventos festivos informa que o concerto com peça de Villa Lobos seria executado pela Osesp. Já o ato multirreligioso reuniria representantes de oito religiões. Dentre os convidados, faz-se questão de contar como esperadas as presenças da presidente da República, do governador do Estado de São Paulo e do prefeito desta capital. “A Folha enviou convites para autoridades, fornecedores, anunciantes e agências de publicidade, representantes da sociedade civil e colunistas do jornal” (FOLHA DE S.PAULO, 2011, p. A-7). No texto, se especifica ainda como aconteceria a benção e, mais uma vez, a história do periódico é trazida. Tudo é encerrado com o reforço de que a publicação é há 25 anos o mais lido do país dentre os diários de interesse geral. Toda a programação da celebração vem detalhada em infográfico.

O sucesso do acervo digital, comprovado pela informação de que ele tem picos de até 25 mil acessos por hora, recebeu pouco menos de meia página para contar a repercussão desta ação e ensinar em infográfico os recursos disponíveis à pesquisa. Completando a metade da página, pode-se ver a notícia de que a Câmara dos Deputados homenagearia em sessão solene os 90 anos do jornal.

Como prometido na capa, na Ilustrada, em duas páginas, explicava-se que “a Folha convidou personalidades para prever o desenvolvimento de **suas áreas** pelas próximas nove décadas, idade que o jornal completou sábado”. Cada uma redigiu seus próprios textos. Entre os nomes estavam a atriz Fernanda Torres, o ex-jogador de futebol Ronaldo, o empresário Jorge Gerdau Johannpeter, a política Marina Silva, o governador mineiro Aécio Neves, o colunista da Folha Marcelo Gleiser, o empresário Eike Batista.

Em 22 de fevereiro, a primeira página dedicou menos espaço ao aniversário. A única referência a ele é bastante simbólica. É uma fotografia, com largura de quatro colunas, com a imagem da presidente discursando em um púlpito. Na legenda, “Dilma Rousseff discursa na Sala São Paulo durante evento que reuniu 1.200 convidados para celebrar o aniversário do jornal; a presidente afirmou que uma imprensa livre, pluralista, investigativa é imprescindível”.

A mesma edição trouxe nas páginas 6 e 7 do caderno Poder textos da Folha sobre ela mesma. Naquela foi publicada a notícia, não indicada na primeira página, “Folha ganha 10 prêmios mundiais de design gráfico”. Nesta, foram divulgados dois eventos, um comemorativo de seus 90 anos e outro, que já veio retratado, sobre a sessão

solene ocorrida por ocasião na Câmara, quando seria exibido o documentário “Toda a Folha”.

A solenidade de suas nove décadas veio retratada no título “Imprensa livre é imprescindível, diz Dilma” e no seu subtítulo “presidente afirma que prefere crítica a silêncio das ditaduras; para Alckmin, imprensa só é imprensa ‘se for livre’”. Quase metade da narrativa se dedica a listar quem esteve presente ao ato, outra parte considerável simplesmente descreve as etapas da solenidade. Somente um pequeno trecho reproduz o que representantes do jornal disseram sobre esta produção:

Otávio Frias Filho, diretor de Redação da Folha, ressaltou que o projeto do jornal ‘jamais teria acontecido sem aquele que é a origem e destinatário de tudo, aquele a quem o sr. Frias, criador da Folha moderna, chamava de Sua Excelência, o leitor’, referindo-se a seu pai, o empresário Octavio Frias de Oliveira (1912-2007).

‘Em nome desse leitor, peço que aceitem a incumbência de continuar sendo fiscais, hoje e amanhã, dos compromissos da Folha com o jornalismo, com a democracia e com o desenvolvimento do Brasil’, disse (FOLHA DE S. PAULO, 22/02/2011, p.A-7).

Em 23 de fevereiro, na primeira coluna à esquerda, quase ao final da página é noticiada sessão solene da Câmara, que reunira 1.200 convidados e fora marcada pela defesa da liberdade de imprensa. Internamente, reserva-se a isso uma página com a descrição do evento e a impressão de falas de alguns políticos sobre a publicação.

Neste mesmo dia, curiosamente, outras quatro páginas do caderno Poder repercutiram o evento multirreligioso executado dois dias antes. Dada a grande presença de políticos e de empresários, as reportagens tematizavam assuntos relacionados a esses dois campos. Por um lado, foi aberto espaço para trazer posicionamentos sobre trocas de legendas e reforma política. Por outro, foram disseminadas opiniões sobre o crescimento do país e as medidas de desaceleração da economia. Fora isso, foram repercutidas algumas notícias angariadas na cerimônia, como a de que Dilma convidara Fernando Henrique Cardoso para conversar. Também são recuperados trechos dos discursos do governador de São Paulo e do prefeito da capital deste Estado. O de Dilma é transcrito na íntegra. O mesmo aconteceu com a fala pronunciada por Otávio Frias Filho. No pronunciamento, o diretor de redação retomava nomes essenciais para a evolução do periódico, fazia considerações sobre o jornalismo, a sua função e seus erros, e como a Folha, na sua visão, teria crescido:

*Senhoras e senhores: Um jornal que completa 90 anos de vida contínua é resultado do trabalho de sucessivas gerações. Homens e mulheres, muitas vezes anônimos, que fizeram da **Folha** o que ela é.*

Eles estão conosco esta noite, nas recordações que deixaram e nos exemplos que nos legaram. Estão presentes na memória viva dos líderes que moldaram este jornal.

Júlio de Mesquita Filho, que redigiu a carta de intenções da ‘Folha da Noite’ em fevereiro de 1921. Olival Costa e Pedro Cunha. Paulo Duarte e Belmonte. Nabantino Ramos e José Reis. Cláudio Abramo e Octavio Frias de Oliveira.

O jornalismo, tal como procuraram praticá-lo é um serviço de utilidade pública. Divulgar a verdade, estimular um exercício consciente da cidadania, estimular o debate dos problemas coletivos – que outra atividades seria mais elogiável e necessária que essa?

E, no entanto, o jornalismo sempre fica aquém de sua missão ambiciosa missão. O julgamento humano é precário. A pressa, inerente à profissão, leva a conclusões precipitadas, relatos superficiais, omissões e erros.

A única resposta para esse dilema, expresso num recomeço diário que lembra o trabalho de Sísifo, é um autêntico desejo de melhorar. Desejo invocado certa vez por um colega muito querido nosso, quando atribuiu o êxito deste jornal ao ‘espírito de imigrante’.

*Até por ter crescido à sombra de um concorrente tradicional, a **Folha** sempre foi o jornal dos imigrantes.*

Voltou-se para milhões de pessoas que nasciam ou chegavam a São Paulo dispostas a abrir seu próprio caminho e encontrar um lugar ao sol.

*A **Folha** tornou-se um espelho dessas pessoas. Incorporou sua inquietude, seu arrojo e suas ambições. Cresceu até emergir como um dos principais grupos de comunicação do país, líder no jornalismo diário e na fronteira da internet.*

Esse crescimento é fruto da dedicação e do talento dos profissionais que atuam na empresa. É consequência do apoio de fornecedores, parceiros anunciantes e agências de publicidade, cujo trabalho também sustenta a liberdade de expressão.

*Mas jamais teria acontecido sem aquele que é origem e destinatário de tudo, aquele a quem o sr. Frias, o criador da **Folha** moderna, chamava de Sua Excelência, o leitor.*

*Em nome desse leitor – e como retribuição à honrosa presença, nesta noite, das senhoras e dos senhores – peço que aceitem a incumbência de continuar sendo fiscais, hoje e amanhã, dos compromissos da **Folha** com o jornalismo, com a democracia e com o desenvolvimento do Brasil.*

Muito obrigado (FOLHA DE S.PAULO, 23/02/2011).

Na última página dedicada a recordações da celebração, há uma fotografia em que todos os celebrantes religiosos aparecem. De cada um deles, recolheu-se um pequeno pronunciamento. No canto final, um infográfico recorda as comemorações organizadas em 1981, 1991, 2001. Nele, é feita uma chamada para se assistir na íntegra, na Folha.com, o que os representantes das oito religiões disseram. No site, também poderiam ser lidos os discursos de Geraldo Alckmin e de Gilberto Kassab.

No dia 24 de fevereiro, enfim, desapareceriam as menções à solenidade. A partir deste dia até 18 de fevereiro do ano seguinte, em todas as primeiras páginas, os seus 90 anos seriam indicados com este numeral posicionado abaixo do logotipo, na mesma linha do slogan.

No **quadro 22**, foram organizadas as situações criadas pela Folha de S. Paulo nestes anos 2000 para falar de si. Para facilitar a visualização, as que são semelhantes foram agrupadas em uma mesma linha. Em contrapartida, aquelas que necessitam de várias observações para serem explicadas ocupam várias linhas de uma mesma célula.

Folha de S. Paulo – De 1º de janeiro de 2001 a 31 de dezembro de 2013	
Situação de enunciabilidade	Topoi
Aniversário de 80 anos	- Manchete do dia indica o ato multirreligioso preparado à comemoração - Cinco páginas do caderno principal se dedicam à data. Nelas se faz a cobertura da solenidade realizada - A orquestra sinfônica executa a peça ‘A Folha’, criada exclusivamente para o jornal - Em meio a um texto protocolar da cerimônia, aparece a consideração de que o maior desafio para os próximos anos é o relacionamento entre o veículo e a sociedade civil - Personalidades convidadas ao evento apontam o maior erro da Folha - Os convidados são instados a opinar se o Brasil estaria melhor ou pior, a indicar o fato nacional mais importante da história da Folha e a traçar patamares de juro
19 de fevereiro de 2002, 2003, 2005, 2008, 2009, 2010, 2011, 2012	- Não se fala do aniversário do impresso - Informam-se os vencedores do Prêmio Folha, criado pelo periódico em 1993 para reconhecer o seu próprio trabalho em seis categorias - Nas páginas que trazem os vencedores, aparecem informações sobre os jornalistas e sobre alguns procedimentos jornalísticos - Dos premiados, valoriza-se a investigação, o furo, o levantamento de dados e a capacidade de análise - A grande premiada de 2009 ‘DNA paulistano’ se utilizou da maior pesquisa do Datafolha em 25 anos. A reportagem servira à cobertura das eleições - Em 2012, a Folha abordou o prêmio em duas páginas e, nelas, veiculou outras três notícias relacionadas ao periódico. Uma era sobre a mostra dos 90 anos do jornal. Outra indicava ilustradores que participariam temporariamente do periódico. A última narrava como os leitores gostariam de ver uma página do diário em 2101
1º de janeiro	- O nome Folha vem em poucas ocasiões em negrito. Quando surge, geralmente, retoma algum conteúdo veiculado. Às vezes, reforça o posicionamento do veículo sobre um assunto. Nos dois casos, valoriza-se o seu trabalho e se reconhece a sua influência na opinião pública
1º de janeiro de 2011	- Um dos três editoriais do dia, intitulado ‘Desafios da presidente’, é veiculado na primeira página. Ele defende medidas a serem tomadas pela nova presidente Dilma Rousseff e aponta falhas de seu antecessor

Aniversário de 90 anos (19/02/2011)	- Na primeira página, há chamadas para o caderno especial em um planejamento gráfico incomum. Indica-se o que estava na Folha.com (disponibilização de seu acervo integral; de três documentários sobre sua história; e de quatro especiais multimídias) - No editorial Nove Décadas, renova-se o compromisso com o apartidarismo, a pluralidade, a interpelação das autoridades públicas e o jornalismo crítico. Também se afirma que um bom jornal deve publicar informações corretas e que a seleção de seus temas e enfoques se baseia na focalização de problemas coletivos e na fiscalização da atuação dos agentes públicos. Sobre a transformação tecnológica e a alteração nas relações entre público e meios de comunicação, afirma-se que o jornal é acostumado à transformação e vê na mudança sua própria razão de ser - No Painel do Leitor foram publicadas cartas que parabenizavam o diário - O suplemento Folhinha foi inteiramente dedicado a contar a história da Folha e a explicar como se faz um jornal
Caderno especial do aniversário de 90 anos (19/02/2011)	- Possui 48 páginas e quatro capas aleatórias com fotografias de mulheres caracterizadas como se estivessem nas décadas de 20, 60, 80 ou na atualidade - Há matéria explicando como utilizar recursos de seu acervo digital - São indicadas, em linha cronológica, 90 grandes reportagens. Nove são destacadas como as mais relevantes - História contada em nove atos. O ato final é a sua integração <i>on-line</i>. Em 2010, a Folha se tornou um dos primeiros jornais a fundir, sob o mesmo comando editorial, equipes do impresso e do <i>on-line</i>. Isso ampliou para o leitor a possibilidade de acesso a informações. Os dois meios seriam sintonizados, porém cada um deles teria sua identidade e seus padrões preservados. O impresso manteria sua qualidade - Informações sobre o conglomerado do Grupo Folha que em três anos triplicou o seu faturamento e consolidou a sua liderança. Anuncia-se que desde 1986 a Folha de S. Paulo se manteve como o jornal mais lido do país. Em 2010, a sua circulação foi 24,6% maior que a do Estado de S. Paulo. Na narração, falou-se das várias iniciativas lançadas pelo grupo e das várias parcerias iniciadas. A Folha.com, primeira a oferecer conteúdo em tempo real, é apontada como líder de mercado. Destaca-se que na atualidade têm ganhado impulso a produção e a distribuição de conteúdo jornalístico para novos formatos tecnológicos (<i>tablets</i>, celulares, redes sociais) - 90 leitores contam a sua relação com a Folha, opinando sobre pontos fortes e fracos - Faz-se um perfil de Octavio Frias de Oliveira, costurando a sua história com a do diário

	- Os mais de 85 colunistas contam seu envolvimento pessoal e profissional com a Folha - Em infográfico com duas páginas, mostra-se como o periódico é preparado, da captação de notícias até a publicação, na era das multiplataformas - O pioneirismo da Folha, da década de 20 até 2011, é tema de uma seção - Os dez jornalistas que ocuparam a função de <i>ombudsman</i> falam das principais deficiências da publicação. Ela estaria enfrentando uma crise de identidade. Os mesmos profissionais ainda fazem elogios e propõem algumas atitudes a serem tomadas. Todos esses profissionais participaram de evento, cujo vídeo estava disponível na Folha.com - Há uma página com a reprodução de erros cometidos - Uma página inteira é tomada para realçar alguns de seus números (fotografias diárias, textos, tiragens recortes, telefonemas feitos pela redação, seguidores no <i>facebook</i>, etc.) - Na última folha, são explicadas as quatro capas produzidas. A que se ampara na atualidade sinalizaria a renovação do jornal e a integração das plataformas impressa e <i>on-line</i>
Desdobramentos dos 90 anos (20/02/11)	- Na primeira página, faz-se chamada do lançamento de uma nova edição de 'Folha de S. Paulo – Primeira página'. A reportagem sobre o produto vem na Ilustrada, onde em vinculada há um texto informando sobre a possibilidade de se comprar uma capa da Folha pela internet e recebê-la em casa pelos correios
Desdobramentos dos 90 anos (21/02/11)	- Na capa, divulgam-se o concerto e o ato multirreligioso para celebrar os 90 anos da Folha. Também se faz a chamada para um conteúdo especial da Ilustrada em que sete personalidades imaginam o mundo nos próximos 90 anos. Alardeia-se o sucesso do acervo digital, que atingira picos de 25 mil acessos por hora - Reportagem interna com infográfico divulga em detalhes o evento comemorativo. Vinculada anuncia sessão solene da Câmara dos Deputados
Desdobramentos dos 90 anos (22/09/11)	- Na capa há uma referência à solenidade dos 90 anos. É a fotografia da presidente Dilma Rousseff discursando em defesa de “uma imprensa livre, pluralista, investigativa” - A solenidade dos 90 anos é noticiada no caderno Poder. Novamente, é destacado o discurso da presidente e são valorizados os convidados presentes. A fala de Otávio Frias Filho ressalta que o leitor é a origem e o destino de tudo. Por isso, pede a eles que continuem sendo os fiscais dos compromissos da Folha com o jornalismo, com a democracia e com o desenvolvimento do Brasil - Ainda no caderno Poder se noticia a sessão solene da Câmara e o recebimento de 10 prêmios mundiais pelo seu <i>design</i> gráfico
Desdobramentos dos 90 anos (23/09/11)	- A chamada da primeira página alardeia que a sessão solene da Câmara fora marcada pela defesa da liberdade de imprensa

	- Uma página do caderno Poder descreve a solenidade, destacando falas de políticos - Quatro páginas do caderno Poder repercutem o evento multirreligioso ocorrido dois dias antes. Enfocam-se acontecimentos políticos e são disseminadas as notícias angariadas na cerimônia. Recuperam-se ainda discursos. Divulga-se que a íntegra desses estaria disponível no <i>site</i> - Fala de Otávio Frias Filho lembra que o jornalismo é um serviço de utilidade pública, no qual se deve divulgar a verdade, estimular o exercício da cidadania e o debate dos problemas coletivos. Pela pressa com que é exercido, ele sempre estaria aquém de sua missão. - Ainda para o diretor, Folha sempre foi um jornal de imigrantes, tendo crescido como um dos principais grupos de comunicação do país, líder no jornalismo diário e na fronteira da internet. O crescimento é fruto dos profissionais e não teria acontecido sem os leitores, que deveriam continuar sendo fiscais dos compromissos da Folha com o jornalismo, a democracia e o desenvolvimento do Brasil.

Quadro 22 – Folha de S. Paulo nos anos 2000

5.1.2 Veja

O movimento ascendente de enunciados veiculados pela Veja para falar de si continua na atualidade. Pelo menos, é o que pôde ser verificado de janeiro de 2001 a dezembro de 2013. Em comparação às décadas anteriores, é neste momento que a revista recorre mais a: seu próprio nome, sua história, textos veiculados anteriormente, explicações de seu trabalho. Mesmo que tímidas e superficiais, são vistas referências a seu *site* e feitas indicações de que seu conteúdo poderia ser acessado, via assinatura digital, por plataformas móveis, como *tablets*. Houve até uma situação de participação diferenciada no seu aniversário de 40 anos, quando os leitores foram convidados a contribuir, via internet, com ideias para solucionar problemáticas nacionais.

Isso retira da revista a postura de quem ignora as modificações da comunicação. Ao contrário, são deixadas brechas de que ela incorpora inovações. Em certos momentos, até convida o leitor a seguir para o *site* Veja.com ou acessar o seu conteúdo por meio digital, às vezes, informando que em outras plataformas ele vinha enriquecido com textos, imagens e áudios exclusivos. Porém, tais considerações costumam vir em simples informes. Não há um viés questionador das novidades, nem sempre elas são apresentadas com entusiasmo. Do mesmo modo, não há a preocupação de didaticamente

contar como os conteúdos adjacentes à versão impressa podem ser manuseados. Parte-se do princípio de que o seu público sabe fazer isso.

O semanário tampouco se propõe a ser mais do que uma revista semanal. Diferentemente, permanece sendo caracterizado como um produto que se mantém pelos seus valores, seus princípios, sua credibilidade. Os números, que se fizeram tão repetitivos outrora, vêm em aparições mais escassas. Nesses casos, há a preferência por divulgar os índices obtidos em pesquisas realizadas por empresas especializadas a propagar o aumento dos exemplares vendidos. Ainda assim, Veja jamais afirma estar ameaçada. A sua saúde financeira, segundo coloca, é excelente. Talvez por isso não tenha emitido o desejo de que queira se modificar. Quando isso acontece, os enunciados indicam somente que precisa se adaptar ao novo cenário econômico e social.

Retomando as observações dos capítulos prévios, realmente seguem sem serem vistas alusões a sua rotina de trabalho. As promessas de melhorias de si mesma no futuro também não retornaram, talvez porque ela acredite ter atingido as suas metas. O seu faturamento do mesmo modo não é um assunto corrente.

Continuam existindo enunciados sobre a sua missão, seus objetivos e compromissos. Esses, mesmo que variem dependendo da situação, repetem certos termos. Verdade e honestidade aparecem em várias ocasiões, assim como a preocupação com o Brasil. As lições sobre o jornalismo vêm com contundência. A publicação permanece demonstrando ser satisfeita com o seu trabalho, segue direcionando as suas falas aos leitores e em números especiais, valoriza o seu acervo, o que acontece com a recuperação de seus arquivos.

Uma boa parcela do quantitativo agrupado nesses anos iniciais do século XXI são enunciações que apresentam as reportagens trazidas nas edições. Frequentes já nas décadas anteriores, essas estão em praticamente todas as Cartas ao Leitor. E nisso o veículo não se diferencia muito de suas concorrentes, sendo bastante frequente trazer a Veja como o sujeito das frases.

Nos doze anos avaliados, do mesmo modo em que a segurança do veículo em falar em seu nome é mantida, também são recorrentes as oportunidades em que se faz algum tratamento de seus jornalistas. Em contrapartida, Veja não fala de seus bastidores, nem explica o passo a passo de seu trabalho, ainda que se mostre mais afeita a inserir informações sobre a realização das reportagens, o que certamente ocorre para demonstrar o quanto investe em seu ofício. Em estudo sobre a autorreferencialidade de

Cartas ao Leitor veiculadas em 2009, Weschenfelder (2011) observou que, além da autopromoção, esses textos recontam o ofício de jornalistas.

Pode-se agregar que no período recente, o semanário tem recebido várias críticas sobre a queda de seu padrão de qualidade¹¹⁰. De acordo com França (2011, p.39) a truculência jornalística, aliada ao jornalismo de dossiê, o teria transformado em uma espécie de instituição poderosa que se defende a todo custo e ataca indistintamente de acordo com seus interesses.

Tal comportamento parece ter sido influenciado pela entrada de um novo diretor de redação, Eurípedes Alcântara, comunicada na Carta do Editor de 21 de abril de 2004. Nesse texto, entre as várias características positivas pontuadas, diz-se que o novo chefe teria passado quase metade de seus 47 anos na redação do semanário e que é um dos “mais reflexivos e talentosos jornalistas de sua geração”. De seu antecessor, ele herdava uma revista mais adequada a um Brasil política e economicamente mais estável, que deveria atuar no cenário da globalização. Ademais, contava-se que até a saída de seu antecessor Tales Alvarenga:

VEJA alargou o espectro de cobertura em suas reportagens e aumentou a densidade de suas análises. Assim, também, VEJA foi modificada visualmente, com mais espaço para fotos extraordinárias e gráficos destinados a tornar sua leitura mais agradável (...). Com essas mudanças em sua cúpula e a contribuição de mais de 84 jornalistas excepcionalmente qualificados, VEJA está empenhada em continuar informando seus leitores e servindo o Brasil com a inteligência, integridade, persistência e coragem que merecem (VEJA, 21/04/2004).

Em seu estudo, Cardoso (2010), além de caracterizar que os leitores de Veja pertencem às classes A e B, que a publicação é politicamente posicionada e que o seu discurso jornalístico procura ser explicativo, faz a indicação de algumas Cartas ao Leitor que necessitam ser recuperadas. Uma delas é da edição 2000, veiculada em 21 de março de 2007 com o título, “Princípios Permanentes”. Nela, pode ser lido:

Ao lançarmos um olhar sobre o tempo que nos separa da criação de VEJA, sobressai a constância, semana após semana, na obediência a certos princípios que definem o que se chama de ‘linha da revista’. Um deles é a busca incessante – muitas vezes até temerária – pela informação exclusiva, confiável e independente. Outro é a preocupação em fornecer ao leitor

¹¹⁰ O jornalista Luís Nassif, que divulgou a partir de 2007 uma série de textos batizados como ‘O caso Veja’, por alguns dos quais chegou a ser processado, apresenta informações dos bastidores dessas trocas e do que teria ocorrido a partir delas. O conteúdo pode ser visualizado em: <<https://sites.google.com/site/luisnassif02/amudan%C3%A7adecomando>>. Acesso em: 5 nov. 2013.

análise clara e honesta sobre os fatos relacionados, contextualizando-os no tempo e no espaço.

O Brasil é o único país do mundo em que uma revista semanal de informação é a revista de maior circulação. VEJA alcançou esse posto graças à aprovação de seu jornalismo por milhões de leitores e milhares de anunciantes, com os quais forma uma comunidade unida na defesa da democracia representativa, das liberdades individuais e da livre iniciativa. De tempos em tempos, é sempre bom lembrar, tais princípios que nos parecem tão óbvios e defensáveis, sofrem poderosos ataques. VEJA não se distanciou de suas proposições básicas. Diz Roberto Civita, editor de VEJA e presidente do Grupo Abril: ‘Mesmo quando a bússola oscilou, nunca perdemos de vista o nosso norte. Mais uma vez reafirmo o nosso compromisso fundamental: não importa a intensidade das borrascas, estaremos sempre aqui, firmes, empenhados em fazer bom jornalismo na defesa da democracia, da liberdade e do progresso do Brasil (VEJA, 21/03/07).

Nesta mesma edição, vinha anexado junto às páginas um especial destacável. No texto de sua abertura, “2000 semanas com você”, discute-se o que uma grande revista precisa ter. Coração, consciência e pontos de vista francos são citados como características que deveriam estar em todas as edições. A consistência seria uma qualidade nobre, não adquirida instantaneamente. “Desde a sua criação, em setembro de 1968, VEJA vem se desenvolvendo em torno de ideias que ultrapassam o tempo e continuam solidamente arraigadas na corrente do melhor pensamento do nosso tempo”. É recordado que em 1978 ela se declarava liberal e em 1988 os seus fundadores a defendiam com intransigência a liberdade. Terminava-se com agradecimentos. “Principalmente, VEJA chega ao número 2000 com a preferência de seus milhões de leitores e o apoio de seus milhares de anunciantes. Cada um de vocês ajudou a fazer de VEJA hoje a maior revista brasileira e a quarta semanal de informações do mundo”.

Nas folhas seguintes, algumas edições são retomadas, dentre elas a 94 com Pelé, a 105 sobre o Movimento Brasileiro de Alfabetização (Mobral), a 76 com Caetano Veloso, a 287 sobre a ponte Rio-Niterói, a 591 sobre os avanços tecnológicos, a 863 a 869 com Tancredo Neves, a 1010 com a ascensão de Collor. Cada uma vem com resumos nos quais são vistas remissões ao semanário. Podem ser trazidas como exemplos: “A inchada burocracia de VEJA já era alvo das denúncias de VEJA”, “VEJA denunciava o atraso tecnológico a que o país fora condenado”, “VEJA registrou os primeiros movimentos”, “Em reportagem de capa, VEJA pergunta”.

Nas duas páginas que encerram o especial, infográficos mostram números da revista, o perfil de seus leitores, os temas mais frequentes das capas, as personalidades mais entrevistadas nas páginas amarelas, o quantitativo de cartas recebidas ao longo dos anos, as reportagens mais comentadas. Até então, haviam sido impressos mais de 1,4

bilhões de exemplares, que empilhados chegariam a 5 720 quilômetros. Para a sua distribuição aos assinantes e a pontos de vendas, teriam sido percorridos 46,5 quilômetros, o equivalente a 57 viagens de ida e volta à Lua.

Ainda contextualizando a fase observada, deve-se advertir que a revista semanal passou por uma condição adversa com o falecimento de seu criador Roberto Civita, em maio de 2013, poucos meses antes de ela completar 45 anos. Abalada por este fato e certamente comprometida em homenagear o seu maior diretor, como está no subtópico a seguir, nesse aniversário foi publicado o exemplar com mais páginas autorreferentes.

Fora do recorte, a edição seguinte ao falecimento do diretor, de 5 de junho de 2013, homenageava Roberto Civita desde a sua capa, que continha apenas o retrato deste sorrindo. Engendrando o nome da revista, no alto da página era lido “a obra, a determinação, as lições e as memórias do criador de Veja”. Na Carta ao Leitor “O legado de Roberto Civita”. Contavam-se os ensinamentos que ele teria passado.

Nós, da redação de VEJA, enfrentamos junto com Roberto a missão de publicar nas páginas da revista o resultado da busca honesta da verdade. Essa era, no fundo, sua única e intransigente exigência. O caminho para isso, repetia ele, é o seguinte: ‘Esqueçam os parentes, os amigos, esqueçam as fidelidades partidárias, as simpatias ideológicas, estéticas ou intelectuais. Controlem suas idiossincrasias. Dominem a agitação das emoções. Só então, pensando no leitor, relatem os fatos com clareza, de maneira ordenada, sem adornos desnecessários, transportando-o para o epicentro dos acontecimentos como um espectador privilegiado da realidade que fomos verificar em benefício dele’. Simples? ‘O difícil é fazer isso todos os dias’, reconhecia Roberto (VEJA, 05/06/13).

Como editor a sua figura era adjetivada como galante, espirituosa, erudita, transparente, mordaz e, às vezes, difícil, como seria esperado no ambiente jornalístico. Abominava os extremos na política, desacreditava os dogmas religiosos, temia o fanatismo e punia a improvisação. Tinha total confiança na razão informada na ciência. Dizia que a racionalidade e a linguagem exata eram os únicos instrumentos capazes de capturar e descrever com clareza os acontecimentos naturais, sociais e econômicos.

Na mesma edição, uma reportagem especial, acompanhada de depoimentos de personalidades, prestava a ele a derradeira homenagem. O seu título e a sua abertura vinham assim: “Uma vida dedicada à verdade. O criador de VEJA deixa um legado de comprometimento, paixão, racionalidade, luta pela liberdade e a lição de que ser assim e ainda manter a elegância e o humor é essencial” (VEJA, 05/06/13). Alguns trechos merecem ser levantados (**quadro 23**). As falas emitidas pelo próprio Roberto Civita, além das aspas, vêm entre apóstrofes.

Hábitos/lições/pensamentos de Roberto Civita
“Roberto costumava discutir o encaminhamento das matérias principais de VEJA, mas nunca pedia para ler uma reportagem antes de sua publicação”
“Ficaria satisfeito ao ver nos tributos prestados que eles são fruto de uma das qualidades que ele mais exigia de suas revistas, a de provocar reações, de não deixar o leitor indiferente”
“Ele tinha perfeita consciência do seu papel, estava confortável no mundo e, enquanto tivesse perguntas a fazer e gente interessante para responder, continuaria a tirar sua cadernetinha do bolso e a anotar ideias de reportagem, frases, números, conceitos”
“Exigia dos editores de VEJA apenas que seu trabalho expressasse a ‘busca honesta da verdade’. Nunca demonstrou a pretensão de que a atividade jornalística substituisse as instituições e se contentava que nas páginas da revista estivesse registrado com a qualidade possível ‘um primeiro rascunho da história’, expressão atribuída a Philip Graham, lendário editor do Washington Post”
“ ‘Os jornalistas não levam nenhuma vantagem em mentir. Isso acaba logo ou abrevia a carreira deles. Já os políticos são treinados para mentir, isso é natural e aceito como um meio de evoluir no negócio deles’, dizia Roberto. ‘Então existe sempre a probabilidade de que um jornalista nosso, bem selecionado, bem treinado e bem pago, esteja com a maior parte da verdade’”
“Ou seja, a verdadeira fonte da influência de VEJA são os fatos revelados pelos jornalistas. Se não existissem os fatos, aquele primeiro rascunho da história seria apenas um pedaço de papel pintado”
““Os males a evitar na imprensa são a imprecisão, a arrogância, a parcialidade, o desprezo pela privacidade, a insensibilidade, a glorificação do bizarro, trivial, banal””
“Ou seja, por mais banal que possa parecer determinado assunto, ele tem potencial jornalístico se existir gente interessada nele e se o jornalista for capaz de satisfazer a curiosidade e surpreender a audiência. No extremo oposto estão assuntos importantes em que o desafio do jornalista é torná-los interessantes”
“A revolução digital pegou-o de surpresa. Ele não aceitava a tese de que a mudança de paradigma sobre como a informação é transmitida altera sua percepção de valor. ‘Na era da informação não podemos deixar de lado a fundamental importância da verdade, da honestidade, da objetividade, da solidariedade”
“Claramente ele ficava inconformado com o fato de que nenhuma das grandes editoras estrangeiras, especialmente as que ele admirava – com cujos líderes mantinha diálogos constantes – tivesse ainda encontrado um modelo de negócio sustentável para transpor suas queridas revistas para a internet”
“O sucesso de VEJA nos <i>tablets</i> , no entanto, mitigava um pouco a sensação de que talvez, finalmente, ele não tivesse mais respostas à altura dos desafios que sua carreira editorial lhe apresentava. Seria algo inteiramente inédito na sua vida de imensas conquistas e de transformação da palavra impossível em um verbete sem utilidade no dicionário. Aos amigos ele dizia que se confortava com a ideia de que o desafio digital era coisa para seus filhos. Mas, no fundo, ainda lutava para encontrar uma solução, estudava, contratava consultorias, conversava com especialistas”
“Essa era a sua filosofia. Nunca desista. Quando se aprende com ele, o erro é apenas uma parada no caminho do acerto. Erre melhor da próxima vez. A democracia é uma conquista, mas exige manutenção. A liberdade de expressão e a educação são irmãs gêmeas e uma não se sustenta sem a outra”

Quadro 23 – Trechos da reportagem sobre a morte de Roberto Civita

Em outro texto, pautavam-se histórias e reflexões do fundador da revista, rememoradas por ele em anotações incompletas iniciadas um ano antes de sua morte. Na introdução, cita-se que desde o início imprimira em Veja “uma linha editorial em defesa da democracia, da liberdade de expressão, da livre-iniciativa, da educação e do progresso do Brasil” (VEJA, 05/06/13, p.98).

Voltando-se aos comentários sobre os enunciados do século XXI, há nesta fase textos que não mencionam a Veja, mas, pela posição firme sustentada sobre um assunto, funcionam como um editorial (VEJA, 07/01/09 e 02/09/09). Cartas com esse caráter aparecem bastante quando há assuntos políticos envolvidos. No início de 2003,

comentava-se sobre “o bom começo” para o Brasil. “O discurso do presidente Luís Inácio Lula da Silva e o seu ministro Antonio Palocci, na semana passada, conseguiram surpreender o país que já se acostumara com o PT moderado destes novos tempos” (VEJA, 08/01/03). Em 2005, sugeria-se ao mesmo presidente como deveria se comportar em momentos de crise: “caberia agora a Lula contribuir para que a resolução da crise seja efetiva, não deixando margem à impressão de que tudo terminará em pizza” (VEJA, 07/09/05).

Conforme está em Tuchman e Cavalcanti (2013, p.7), Veja ocupa um duplo lugar. “Ela é o lugar do diagnóstico correto, da síntese que, considerando a cartografia e as forças envolvidas, identifica o fenômeno e suas causas; mas também é o *locus* onde as tendências são antecipadas o que permite que ela funcione como aconselhadora”.

Afora o seu posicionamento acerca da política, por mais de uma vez, ela defendeu os interesses da imprensa e esboçou preocupação sobre o entendimento dessa atividade por ocupantes de cargos públicos. Em edição cuja capa anunciava uma discussão sobre bebês modificados geneticamente, a Carta ao Leitor não recuperava esse assunto, mas o que Luís Inácio Lula da Silva, presidente da República, havia dito em solenidade dos 25 anos da ANJ. O fim da intenção de implantar um mecanismo que orientasse, disciplinasse ou fiscalizasse os jornalistas é destacada como positiva. “Pelo que afirmou na terça-feira, Lula reconhece que o papel da imprensa é o de fiscalizar o exercício do poder – e não o contrário. Disse Lula: ‘A sociedade precisa do jornalismo para fiscalizar seus governantes e suas autoridades’” (VEJA, 22/09/04).

Em setembro de 2009, a temática voltou a ser tematizada, motivada em razão de declarações de José Sarney contra jornal O Estado de S. Paulo. Confrontava-se a ideia defendida pelo senador no plenário de que a imprensa seria inimiga das instituições representativas.

A existência de uma imprensa livre é uma das manifestações mais claras do grau de civilização atingido pelas sociedades abertas. E a principal garantia do Estado de direito. Por essa razão, ela é abominada pelas ditaduras e pelas plutocracias estatais. Pela mesma razão, torna-se o primeiro alvo de grupos políticos que pretendem perpetua-se no poder ou dominar o estado em benefício de seus próprios interesses. Sem imprensa livre, não haverá mais o que celebrar no Dia Internacional da Democracia (VEJA, 23/09/09).

Sobre os números de aniversário da revista, é necessário antecipar que desde o atentado de 11 de setembro em 2001, coincidentemente mesmo dia de sua fundação, é frequente a opção por relembrar o primeiro fato em detrimento do segundo.

Independente disso, nos seus 40 anos, foi preparado um seminário com o qual não somente foi comemorado o seu tempo de existência como se debateu, convidando personalidades e especialistas influentes, soluções para o país.

Em ocorrências fora do *corpus* foi visto que o anúncio de mudanças implantadas na publicação, às vezes, é trazido em outros espaços. Por ocasião de seus 35 anos no box *Veja on-line*¹¹¹, inserido nas páginas iniciais da revista ao lado das cartas dos leitores, contavam-se algumas das novidades de sua página da internet.

Em setembro VEJA comemora 35 anos de existência. Para celebrar esse acontecimento, VEJA on-line preparou algumas novidades, que serão anunciadas neste espaço nas próximas três semanas. A primeira delas é a série de edições extras e a número 1. Desde 11 de setembro de 1968, quando chegou às bancas pela primeira vez, houve seis ocasiões em que VEJA não pôde esperar pelo fim de semana seguinte para levar aos leitores os acontecimentos que marcavam a história do país. Essas edições extraordinárias são: 'Ernesto Geisel, o futuro presidente' (1973), 'A morte de JK' (1976), 'Caiu!' (o impeachment de Fernando Collor, em 1992), Ayrton Senna (a morte, em 1994), 'É tetra!' (1994), 'É penta!' (2002). Todas essas reportagens de capa estão disponíveis para assinantes, além da íntegra do primeiro número, 'O grande duelo comunista', em www.veja.com.br (VEJA, 10/09/03, p.29).

No mesmo espaço, nas três semanas posteriores continuou-se a informar mudanças. O passado da publicação segue valorizado:

VEJA on-line torna disponível para os assinantes, a partir do início desta semana, uma ferramenta que possibilita visualizar todas as imagens das capas da revista. A pesquisa poderá ser feita em dois campos: 'Palavra-chave', em que estão todas as capas referentes ao tema escolhido, ou 'Ano', em que aparecem as capas do período selecionado. Ao todo são 1820 imagens publicadas em 35 anos de existência. Depois de junho de 1997, quando o site foi criado, o resultado da busca estará acompanhado do índice completo da edição. Esta é uma inesquecível viagem pelos principais fatos do Brasil e do mundo nas últimas três décadas e meia (VEJA, 17/09/03).

Em 24 de setembro, o box vinha maior, ocupava uma página inteira, metade dela com o texto reproduzido abaixo e a outra metade com um infográfico. Sob o título 500 reportagens de capa contava-se:

As reportagens de capa publicadas na história de VEJA contam o que de mais importante aconteceu no país e no mundo nos últimos 35 anos. A vida dos brasileiros, os grandes acontecimentos e as transformações internacionais, os personagens que mudaram o país e o planeta – todos os assuntos que marcaram essas três décadas e meia de história estamparam a capa da revista mais lida do Brasil. Para acompanhar o lançamento da

¹¹¹ Nas edições atuais, o que existe é o espaço *Veja.com*, inserido na revista abaixo de seu índice.

edição comemorativa de 35 anos de VEJA, a equipe da versão on-line vasculhou os arquivos da revista e selecionou alguns dos assuntos de capa mais fascinantes. Essa seleção de reportagens foi reunida na seção Arquivo VEJA, que estreia nesta semana. São 500 reportagens de capa com texto integral – 250 delas, inéditas na internet, disponíveis aos assinantes pela primeira vez em versão digital. (...). Além de apresentar esse rico acervo, a página inicial serve como porta de entrada para as consultas no arquivo de VEJA. Há atalhos para busca de imagens de capas, pesquisa na versão integral da revista desde 1997, acesso a edições extraordinárias e especiais da revista e todos os temas da seção Em Dia. A seção Arquivo Veja pode ser alcançada a partir da página www.veja.com.br (VEJA, 24/09/03).

Adentrando o mês seguinte, vinha anunciada a última novidade. Outra vez, constata-se uma evidente preocupação de deixá-la bem explicada:

A seção Em Dia, uma das mais visitadas de VEJA on-line, está de cara nova e com dezenas de temas inéditos. O novo desenho foi pensado e elaborado para tornar a pesquisa mais fácil e rápida e a leitura dos textos mais agradável. São 100 assuntos divididos em seis áreas (...). Em muitos casos, mais do que lembrar os fatos que marcaram a história recente do país, a seção permite conferir o andamento ou o resultado de processos judiciais, além de descobrir o destino de acusados, vítimas, testemunhas e sobreviventes. O resultado pode ser conferido por assinantes de VEJA no endereço www.veja.com.br (VEJA, 01/10/03).

Para encerrar essas explicações, assim como se fez com a Folha de S. Paulo, podem ser listados alguns dos investimentos feitos. Contudo não se pode perder de vista que diferentemente da Folha de S. Paulo, cujo impresso é o carro-chefe do grupo, Veja é apenas um dos produtos da Abril. Por isso, o que se encontrou é dirigido ao Grupo Abril como um todo. Em 2007, foi fundada a Abril Educação. Em 2010, esta iniciativa começou a atuar separadamente da *holding* da família Civita e em 2011 abriu capital na Bolsa de Valores de São Paulo. Ainda mais recentemente, estão sendo formadas mais parcerias com redes de idiomas e empresas de telefonia com o propósito de variar as áreas de atuação. A meta é seguir investindo em tecnologia e educação¹¹².

No *site* do Grupo, na seção reservada à sua história, há a indicação do que está ocorrendo na empresa nos últimos anos. Os anos 2000 vêm sendo marcados pela sua participação na comunicação *mobile*, o que ocorre com a disponibilização de seu conteúdo em *tablets*, *smartphones* e computadores pessoais. 29 títulos foram lançados nas plataformas iOS, Android e PCs¹¹³.

¹¹² Seguir para: <<http://oglobo.globo.com/economia/na-busca-por-diversificar-negocio-desafio-de-investir-na-educacao-8506992>>. Acesso em: 10 mar. 2014.

¹¹³ As informações estão em: <<http://grupoabril.com.br/pt/quem-somos/historia>>. Acesso em: 10 mar. 2014.

Em 2013, o Grupo Abril passou por uma grande reestruturação para reafirmar o jornalismo de qualidade e revitalizar suas marcas. O novo desenho organizacional cumpre o objetivo de posicionar claramente a empresa frente aos desafios que a indústria da comunicação enfrenta em todo o mundo. A nova estrutura representa uma evolução dos esforços que a Abril empreende para manter-se líder no setor brasileiro de mídia impressa e ampliar sua relevância no mundo de conteúdos digitais.

Em outra seção no mesmo endereço, o imprensa¹¹⁴, podem ser acompanhados alguns *releases* da Abril a partir de setembro de 2013. Apenas duas notícias podem interessar diretamente a esse estudo. Em agosto de 2013, foram anunciados novos ocupantes dos cargos de diretoria de publicidade e *marketing* de Veja e de outras unidades de negócios. Em janeiro de 2014, entrou no ar o Brasil Post¹¹⁵, jornal digital em parceria com o norte-americano The Huffington Post.

Anunciadas todas essas características, segue-se a descrição dos enunciados. Neste capítulo, preferiu-se reuni-los a partir de conjuntos que demonstravam de maneiras semelhantes como o trabalho da Veja era compreendido e apresentado aos leitores. Cada agrupamento temático terá as suas aparições descritas cronologicamente. Na separação dos fragmentos, foram seguidas as mesmas disposições dos capítulos anteriores.

5.1.2.1 Exposição dos enunciados

Nos anos 2000, a maioria das Cartas ao Leitor traz o nome Veja pelo menos uma vez no texto. Essa referência direta ao veículo foi vista bastante em construções do tipo “VEJA fala” (VEJA, 18/02/02), “VEJA oferece” (VEJA, 29/09/02), “VEJA acompanhou” (VEJA, 25/12/02), “VEJA mostra” (29/09/04). Muitas vezes o vocábulo leitor ou leitores, como em “Nesta edição, VEJA oferece ao leitor um conjunto de entrevistas” (VEJA, 25/09/02) e em “VEJA acompanhou a intimidade dessa transformação e a traduziu para seus leitores” (VEJA, 25/12/02), também surgiu.

Sobre esses enunciados que colocam a revista como o sujeito de uma frase e, por meio dela, apontam o assunto a ser destrinchado se pode afirmar que existe aí um modo de autorreferência pelo qual se enfatiza o veículo como o executor da reportagem. Em suas entrelinhas, fica subentendida a sua competência e o seu empenho em noticiar

¹¹⁴ O endereço é: < <http://grupoabril.com.br/pt/imprensa/releases/entra-no-ar-o-brasil-post-parceria-entre-o-grupo-abril-e-the-huffington-post>>. Acesso em: 3 mar. 2014.

¹¹⁵ Pode ser acessado em: < <http://www.brasilpost.com.br/>>. Acesso em: 4 mar. 2014.

fatos e conduzir coberturas. Não se pode medir exatamente a presença desse recurso enunciativo, porém ele aparenta vir com mais recorrência.

Fora isso, há outros traços gerais que podem ser desenhados. A denominação da publicação surgiu em meio a explanações sobre a execução de reportagens, a identificação de jornalistas, a anúncios de novidades, a posicionamentos político-ideológicos de um tema, a defesas de si.

Inicia-se revelando que nos enunciados do período a identidade dos jornalistas é inserida com mais frequência. Há duas situações comuns. Em uma primeira, o nome do repórter aponta de forma resumida quem foi o responsável por uma determinada matéria. Em uma segunda, a esses nomes são acrescidas informações da carreira e até da vida dos profissionais.

O exemplo mais antigo da primeira trata um assunto externo ao país. “Numa reportagem especial que começa na página 28, Raul Juste Lores, editor de assuntos internacionais de VEJA, relata como encontrou imersa em perplexidade e estagnação uma Argentina que ele conheceu orgulhosa e desafiadora” (VEJA, 09/01/02). Um segundo pode ser retirado de uma reportagem especial sobre as escolas do MST, onde se viu o enunciado “a repórter Monica Weinberg visitou duas dessas escolas, ambas no Rio Grande do Sul” (VEJA, 08/09/04). Dois anos depois, foi encontrado o nome da jornalista responsável por desenvolver uma reportagem sobre o sistema político eleitoral. “O desafio de tornar o tema atraente caiu no colo de Thaís Oyama, editora de política de VEJA. O embate de Thaís com a aridez da questão resultou na reportagem que começa na página 42” (VEJA, 13/09/06).

Na primeira edição do novo século as identificações dos jornalistas estão acompanhadas de informações pessoais sobre eles. Na Carta ao Leitor, conhece-se não apenas quem era o responsável pela reportagem veiculada e qual a editoria a que ele pertence. Aparecem dados de sua trajetória na empresa e até de seus *hobbies* de tal maneira que, feita a leitura, ficam retidas as informações de que o jornalista João Gabriel ocupava a função de editor, trabalhava há doze anos na publicação, havia participado do Curso Abril de Jornalismo, tocava violão, estava aprendendo dois instrumentos de sopro, escrevera um romance, possuía dotes culinários. O texto começava assim:

Para produzir a reportagem especial sobre a novela, que começa na página 86 da presente edição, VEJA destacou o editor especial João Gabriel de Lima. Trabalhando em parceria com o subeditor Marcelo Camacho, da

sucursal do Rio de Janeiro, João Gabriel teve acesso a informações inéditas sobre os bastidores e a pesquisas esclarecedoras a respeito das razões do sucesso da história. Desde que deixou de editar a seção Artes e Espetáculos da revista, em setembro do ano passado, e foi alçado ao posto de editor especial, João Gabriel não tivera a chance de exercitar numa reportagem de longo curso seus dons na área de atuação em que fez boa parte de sua carreira (VEJA, 10/01/01).

No mesmo ano, em 5 de setembro, é destacada a atuação de Isabela Boscov, subeditora, que realizara o sonho de todo repórter cinematográfico ao entrevistar o diretor de cinema Steven Spielberg. Como se fez questão de ressaltar, a conversa durara quase uma hora e ocorrera em *East Hampton*, um balneário chique próximo à Nova Iorque. Desta vez, não foram prescritos dados pessoais da jornalista, porém foram elogiadas algumas de suas qualidades. Graças à “inteligência (natural) e a simpatia de Isabela” o cineasta não falou apenas sobre o seu novo filme. Ao final da seção, “Steven Spielberg comentou que um dos diretores do estúdio Warner que a entrevista à jornalista de VEJA havia sido a melhor que concedera nos últimos tempos. ‘Aposto que Spielberg diz isso para todos’, brinca Isabela” (VEJA, 05/09/01).

Um tema da literatura, o centenário da morte de Machado de Assis foi abordado em setembro de 2008. Pela Carta ao Leitor, a produção continha 12 páginas e fora executada por Jerônimo Teixeira, da editoria de Artes e Espetáculos. Sobre ele, conta-se que era mestre em Letras e autor de duas obras de ficção. “Jerônimo escreve muito bem como ficcionista e como jornalista, o que se poderá conferir na página 160” (VEJA, 24/09/08).

Em 2010, com o propósito de verificar o cumprimento do papel constitucional do Tribunal de Contas da União, “VEJA destacou o editor Fabio Portella, um dos melhores profissionais da revista na tarefa de checar números e decifrar, entre as letrinhas miúdas dos papéis governamentais, grandes maracutaias” (VEJA, 06/01/10).

Ademais desses exemplos, há um outro caso em que, em acréscimo à sinalização do nome do jornalista e suas características pessoais, conta-se o processo de realização da reportagem. O exemplo mais antigo identificado é de uma produção sobre pacientes, e seus familiares, internados na UTI. “Diogo Schelp, de 26 anos, há dois em VEJA, passou dias, noites e madrugadas ao lado de filhos, pais, irmãos, maridos e esposas que enfrentavam esse dilema (VEJA, 04/09/02)”.

Em 5 de janeiro de 2005, há uma extensa explicação de como artigos exclusivos no Brasil, redigidos por reconhecidas autoridades de diferentes áreas, foram obtidos para serem publicados na edição deste dia. Faz-se questão de deixar à mostra que tudo

exigiu dos repórteres um bom planejamento. No último período, apareceu pela primeira vez no *corpus* uma referência ao site da Veja.

Ao longo de três meses, os repórteres Marcelo Marthe e Jerônimo Teixeira contataram especialistas de diversas áreas no Brasil e no exterior. Reuniu-se assim o time de quatorze articulistas que identificaram ideias às quais é adequado dizer não. Do consultor empresarial americano Stephen Covey ao psicanalista paulista Renato Mezan, os colaboradores desta edição atacam noções perigosas no campo da saúde, da nutrição, da mente, da cultura, das finanças pessoais, da economia e das relações internacionais. Dez artigos estão reproduzidos integralmente na versão impressa da revista. Os demais são apenas sumariados na versão impressa e aparecem integralmente em VEJA on-line (www.veja.com.br) (VEJA, 05/01/05).

Quatro edições depois, outra Carta, intitulada O roubo da paixão, esmiúça o processo da reportagem. Investigativa, ela denuncia a manipulação de resultados de campeonatos de futebol. Conta-se que seria fruto de um trabalho de seis meses da editora Thaís Oyama e do repórter André Rizek. Como raramente se detectou, os jornalistas tiveram espaço para ponderar sobre o que eles mesmos haviam exercido.

‘Sempre ouvi histórias escabrosas de compra de jogos que nunca se confirmavam. No início da apuração, cheguei a achar que essa pudesse ser mais uma’, diz Rizek. Não era, como conseguiram comprovar ele e Thaís, com a ajuda do Gaeco (Grupo de Atuação Especial e Repressão ao Crime Organizado do Ministério Público de São Paulo) e da Polícia Federal. ‘Entramos em contato com o Ministério Público e a polícia, depois de descobrir o esquema, não só para pedir auxílio, mas por dever de cidadãos’, diz Thaís. Fanático por futebol, Rizek trabalhou por oito anos na imprensa esportiva e cobriu diversos torneios internacionais, entre eles a Copa do Mundo disputada na França. Já Thaís, faixa roxa de caratê, admite que seus conhecimentos futebolísticos são, por assim dizer, limitados. ‘Até hoje não entendo o que é um impedimento’, diz. Não importa. Ao lado de Rizek, ela conseguiu dar um cartão vermelho para a bandidagem que, se não fosse descoberta, poderia ter minado a credibilidade dos resultados da grande paixão brasileira (VEJA, 28/09/05).

Outro desses casos ocorreu em um número de fim de ano, no qual se abriu espaço para o jornalista comentar o material elaborado.

Sob a coordenação de Carlos Neri, diretor de arte de VEJA, secundado pelo designer Douglas Bressar, historiadores, maquiadores, fotógrafos, atores trouxeram à vida José Bonifácio, Pedro I, Prudente de Moraes e outros grandes do passado. Diz Neri: “A personificação com modelos vivos supera em emoção e realismo o registro iconográfico”. Completa o pacote a revista especial sobre sustentabilidade, que você, assinante, recebe gratuitamente. UM FELIZ NATAL! (VEJA, 28/12/11).

O nome de Thaís Oyama apareceu em outra situação. Nela, informa-se que a jornalista coordenara o trabalho de uma equipe numerosa, que estivera em diferentes países.

Neste primeiro número de 2007, VEJA traz 41 páginas sobre a mais avassaladora faceta da realidade urbana brasileira, o domínio territorial de vastas porções das cidades e a superioridade de fogo dos bandidos sobre os policiais. A coordenação do trabalho ficou a cargo de Mari Sabino, redator-chefe de VEJA. Ele contou com a editora Thaís Oyama e uma equipe de nove repórteres. O diretor executivo Marcio Aith foi chamado a contribuir. Ao longo de três meses, os jornalistas foram a campo conversar com especialistas, ouvir histórias das vítimas e conhecer melhor os próprios criminosos. Três repórteres percorreram regiões de alto risco, como favelas cariocas e as fronteiras ermas do Brasil com o Paraguai, a Colômbia, o Peru, a Bolívia e o Suriname, por onde entram a droga e as armas que alimentam facções como o PCC paulista e o Comando Vermelho carioca. A revista enviou, ainda, um repórter para visitar um presídio de segurança máxima nos Estados Unidos que poderia servir de modelo aos congêneres brasileiros (VEJA, 10/01/07).

Em setembro de 2010, o semanário inseria explicações sobre como analisou o perfil de 233 cidades, com população entre 100 e 500 mil habitantes, para mostrar os motivos pelos quais elas estão entre a que mais crescem no país. A série de reportagem sobre esses municípios exigiu um esquema diferenciado. “Com a ajuda de especialistas, uma equipe de cinco repórteres e dez fotógrafos, comandada pelo editor Felipe Patury, visitou as 23 mais representativas desse universo” (VEJA, 01/09/2010).

Na fase analisada, a revista também defende o trabalho de seus profissionais. Mostras disso puderam ser vistas durante as denúncias e os desdobramentos do escândalo do mensalão, no qual se investigava a existência de compra de votos de parlamentares. No exemplo a seguir, são recusadas as acusações sobre a execução de uma de suas reportagens. Para a sua defesa, a revista replica o que seria inverídico e adiciona, como prova de seu jornalismo correto, os procedimentos que teriam sido adotados pelo repórter.

Antes mesmo de a revista ser impressa, sabedor do teor da reportagem, o chefão começou a vociferar. Acusou o jornalista Gustavo Ribeiro de ter tentado invadir sua suíte, ordenou que fosse registrado um boletim de ocorrência numa delegacia brasiliense e, por meio de blogs de gente desclassificada, começou a divulgar versões mentirosas sobre o trabalho de VEJA, entre as quais a de que a revista pagou para obter as imagens e a de que foram seus jornalistas que instalaram a câmera no andar da suíte onde ele recebe autoridades. VEJA não paga por informações e, obviamente, não instalou câmera alguma no hotel. Além disso, é falsa a informação de que Gustavo Ribeiro tenha tentado invadir a suíte paga por Dirceu. Ao contrário do chefão, o repórter registrou-se com seu próprio nome como hóspede no

hotel e pagou a conta com seu próprio cartão de crédito. E o fez para confirmar os dados recolhidos por ele e Daniel Pereira no curso da investigação, tal como manda o bom jornalismo (VEJA, 07/09/11).

Ainda repercutindo o caso do mensalão, Veja se vangloriou por haver encontrado não só os primeiros indícios do esquema de corrupção como por ter apostado nas investigações que o revelaram.

VEJA se orgulha de ter desempenhado um papel fundamental em mais esse processo de depuração da vida política nacional. Foram os repórteres da revista que captaram os primeiros sinais da doença que tomava conta de Brasília ao publicarem o vídeo em que o diretor dos Correios embolsava uma propina em dinheiro vivo. A partir daí, VEJA foi puxando o fio da meada até constatar, ao que tudo indicava, a podridão havia subido a rampa do Palácio do Planalto e se instalado nas imediações e até no próprio gabinete presidencial (VEJA, 19/09/12).

A satisfação com essa cobertura seria tamanha que a edição exclusiva da semana anterior, em cuja capa, toda em vermelho, se via o rosto de Marcos Valério e se lia a chamada de que ele contara alguns de seus segredos, era comparada a edição 1236 “Pedro Collor conta tudo”. Em ambas, o semanário dizia ter cumprido a sua missão de revelar acontecimentos ocorridos nas esferas administrativas que deveriam vir a público.

O grau de certeza de VEJA em relação ao conteúdo da reportagem com Marcos Valério é o mesmo que a revista tinha quando publicou, em 1992, a capa ‘Pedro Collor conta tudo’. Tanto em um caso quanto no outro, VEJA cumpriu sua missão de informar com fidelidade, coragem e espírito público fatos testemunhados por pessoas com grande intimidade com o poder (VEJA, 26/09/12).

Na fase recente, não foi apenas o mensalão que recebeu investimentos. Antes, em setembro de 2008, foi delatada a espionagem irregular de políticos do Executivo nacional. Na Carta da edição, foram retomadas várias reportagens desenvolvidas por Policarpo Júnior, neste momento chefe da sucursal de Brasília. Elas teriam incitado as denúncias de grampo ilegal em conversas telefônicas entre Gilmar Mendes, então presidente do Supremo Tribunal Federal, e o senador Demóstenes Torres. No trecho a seguir, o jornalista não fala da execução da reportagem. Ele inusitadamente comenta as providências tomadas em Brasília depois das revelações de sua reportagem que circulara na semana anterior.

Diz Policarpo: ‘Há oito anos VEJA jogou luzes nos porões da Abin e mostrou as irregularidades que ocorriam ali. O governo agiu, mas a espionagem ilegal logo voltou. Agora parece que Brasília decidiu encarar o problema de uma vez por todas’. Esperamos que Policarpo seja tão bom de previsões quanto é de reportagem (VEJA, 10/09/08).

É preciso acrescentar outras situações nas quais Veja assumiu uma posição de defesa de seu trabalho e de defesa do jornalismo. Uma delas aconteceu quando o senador Renan Calheiros estava sendo acusado de ter suas despesas pessoais pagas por um lobista financeiro. Sobre isso, foi colocado: “essa batalha inglória de Renan Calheiros contra todas as evidências se prolongou até a undécima hora, quando voltou a atacar jornais e revistas e especialmente a Abril, que publica VEJA” (VEJA, 12/09/07).

Em setembro de 2010, dois exemplares seguidos relacionados à saída de Erenice Guerra da Casa Civil devem ser trazidos. Na Carta da primeira semana, a revista se colocou simultaneamente em duas posições. A de ofendida, por uma calúnia desferida por escrito pela então ministra, e a de denunciante vitoriosa, já que “o procurador responsável pelo caso só resolveu se mexer depois de VEJA ligar para ele a propósito de outra reportagem também publicada na semana passada” (VEJA, 22/09/10).

Na segunda semana, a revista veio mais contundente. A sua capa (**Figura 17 - Anexo**) continha a estrela símbolo do PT enfiada ao artigo 220 da Constituição Federal de 1988¹¹⁶ como se o estivesse rasgando. Facilmente, pode ser constatado que a edição se refere à liberdade de expressão. A chamada confirma isso. “A liberdade sob ataque. A revelação de evidências irrefutáveis de corrupção no Palácio do Planalto renova no presidente Lula e no seu partido o ódio à imprensa livre” (VEJA, 29/09/10). Na Carta ao Leitor, conta-se que “uma reportagem desta edição de VEJA reflete sobre os ataques que o exercício da imprensa livre vem sofrendo no Brasil e, mais radicalmente, em alguns países vizinhos, sendo os casos mais graves registrados na Venezuela e na Argentina”. Ela vinha intitulada de “A imprensa ideal dos Petistas”. Em sua abertura:

Desarcorçados com a revelação de evidências irrefutáveis de corrupção no Palácio do Planalto, Lula e seu partido sacam do autoritarismo e atiram na imprensa, que acusam de ser golpista e inventar histórias. Eles querem um jornalismo melhor. Não. Querem jornalismo nenhum (VEJA, 29/09/10).

Percebe-se o furor dos dizeres emitidos contrários ao governo. Renó e Sousa (2008), ao discutirem os discursos nas capas da revista emitidos em torno das notícias

¹¹⁶ A sua íntegra pode ser acompanhada: <<http://www.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/busca?q=CONSTITUI%C3%87%C3%83O+FEDERAL%2C+ART.+220>>. Acesso em: 2 fev. 2014.

contra o PT e o governo Lula, consideram que a publicação desde o começo dos anos de 1990 adquirira experiência em gerar escândalos midiáticos. Nos anos 2000, portanto, ela sabia como utilizá-lo. Barreiros e Amoroso (2008), em análise de capas de 2002 a 2005, concluíram que Veja não poupou críticas a Lula. Almeida (2008) em um trabalho mais abrangente chegou à perspectiva semelhante.

Retomando as manifestações enunciativas, a cobertura do atentado 11 de setembro foi outra oportunidade na qual foram encetados dizeres diferenciais. Passada uma semana da ocorrência deste acontecimento, a revista lançou uma edição especial, em cuja capa foi estampada em letras garrafais a frase “O império vulnerável”. Na edição seguinte, esse número era louvado na Carta ao Leitor.

Nunca um assunto estampado na capa de VEJA atraiu tanto a atenção dos leitores quanto os atentados terroristas a Nova York e Washington. Com exceção do número de lançamento da revista, em setembro de 1968, a edição da semana passada ultrapassou todos os recordes históricos de procura nos pontos-de-venda no país. Mais de 400 000 exemplares foram vendidos nas bancas. A edição esgotou-se no fim de semana. Em muitas capitais, no sábado à tarde já não se podia achar VEJA. Com isso, a circulação total da revista, somando-se o número de vendas em bancas com o de assinantes, ultrapassou a casa de 1,3 milhão de exemplares. A edição especial encontrou um leitor incrédulo, curioso, perplexo diante da enormidade da catástrofe e dos enigmas que ela lançou. VEJA se orgulha de ter cumprido seu papel de informar com exatidão e analisar em profundidade e sem rodeios as reais dimensões da tragédia que mudou o curso da história mundial. As reportagens da edição passada suscitaram também um número recorde de e-mails, cartas e fax, enviados à redação. A edição que chega agora é totalmente dedicada ao tema do terrorismo e suas implicações, tem a mesma ambição da que precedeu: ser um porto seguro de informações exatas e análises da grave situação de guerra em que a ousadia sem limites do terror colocou no planeta (VEJA, 26/09/01).

Sugestivamente, o texto no qual esses enunciados foram emitidos vinha com o título de “Um porto seguro para o leitor” (**Figura 18 – Anexo**). Nele ainda, pela primeira vez no *corpus*, informava-se sobre como poderia ser encontrado um número esgotado de Veja. Os relativos a esses últimos fatos estariam “disponíveis para venda pelo correio a partir de 25 de setembro. Pedidos podem ser feitos pelo telefone: (11) 39902200 nos dias úteis, até às 20 horas”.

Deve-se acrescentar que, depois desse exemplar tão saudado, outras sete capas de Veja possuíam alguma correlação com o atentado. No último número do referido ano, a revista novamente se posicionava como interpretante dos eventos. “A edição de VEJA que chega às mãos dos leitores nesta semana pretende mostrar o significado mais

transcendente dos movimentos bruscos que sacudiram o mundo em 2001” (VEJA, 26/12/01). Em setembro de 2002, o assunto ainda provocava recordações:

Nunca um assunto recebeu tantas reportagens de capa seguidas de VEJA quanto os ataques terroristas aos Estados Unidos em 11 de setembro do ano passado. Foram seis semanas a descrever e a analisar as repercussões do ato terrorista que chocou o planeta e da guerra de seus perpetradores. (...). Um ano depois, os repórteres e editores de VEJA reavaliaram as consequências desse acontecimento único, assombroso, para concluir na reportagem especial de 26 páginas da presente edição que realmente ‘o mundo nunca mais foi o mesmo’ (VEJA, 11/09/02).

Como já observado, na atualidade os leitores aparecem nos enunciados que indicam as reportagens. Em certas situações, eles vêm inseridos em enunciações mais afetivas do veículo com seus destinatários. Particularmente, nos números de fim de ano, são comuns enunciados, como “VEJA deseja a você, leitor, boas festas e um 2004 melhor do que o ano que está encerrando” (VEJA, 24/12/03), “A equipe de VEJA deseja a você um Natal pleno de alegrias e um 2006 que materialize todas as expectativas que 2005 solapou” (VEJA, 28/12/2005). “A equipe de VEJA aproveita o ensejo para desejar a você um Feliz Ano Novo (VEJA, 30/12/09). O leitor também aparece quando se quer lembrar que a revista existe para ele. Isso se vê em “uma das principais preocupações de VEJA é apresentar ao leitor não apenas um cardápio variado de acontecimentos, mas também de tendências” (VEJA, 07/01/04).

Tópico essencial dessa investigação, o anúncio de mudanças surge em quatro situações do *corpus*. Na mais antiga, anunciava-se: “A partir desta semana, VEJA passa a contar com a colaboração do escritor e humorista carioca Millôr Fernandes, que assinou seção da revista entre 1968 e 1982” (VEJA, 15/09/04). Sete anos depois, o informe era sobre a troca de posto e de função de um de seus jornalistas.

Desde o início de agosto, o jornalista Otávio Cabral, de 40 anos, assina a coluna Holofote, com notas exclusivas sobre personalidades da política, economia e outros setores da vida nacional. Cabral faz parte da equipe da VEJA desde 2004. (...) Agora em São Paulo, Cabral vem conciliando, com sucesso, o trabalho de campo com a missão de manter a coluna Holofote entre as mais bem informadas do país e uma das mais lidas pelos leitores da revista (VEJA, 21/09/11).

Na entrada de 2012, as alterações comunicadas eram mais amplas. Alguns jornalistas haviam sido conduzidos a cargos mais altos para que a revista se adequasse aos grandes desafios que deveria enfrentar. Entretanto, para revelar o troca-troca de

profissionais não foi inserida nenhuma novidade sobre a atuação de Veja, nem se trouxe alguma consideração sobre as transformações na comunicação ou no jornalismo.

VEJA começa 2012 com uma configuração editorial mais adequada aos imensos e múltiplos desafios envolvidos em entregar a seus leitores semanalmente uma revista que, indo além da súpula dos fatos nacionais e internacionais, aprofunda, analisa e contextualiza os principais eventos e tendências. A partir desta edição, a equipe editorial se reforça com a promoção dos editores executivos Thaís Oyama e Fábio Altman a redatores-chefes em São Paulo. Em acréscimo a suas responsabilidades habituais, Policarpo Junior que dirige a sucursal de VEJA em Brasília, e Lauro Jardim, titular da coluna Radar, no Rio de Janeiro, também foram promovidos a redatores-chefes, missão que exercerão a relativa distância geográfica da sede paulistana, mas em estreita colaboração com a direção da revista (VEJA, 04/01/12).

Na quarta situação em que se tratou de alguma novidade informa-se sobre a aquisição de máquinas utilizadas no processo de impressão, exaltando-as.

Se você é um leitor do Sul ou Sudeste do Brasil, a revista que está em suas mãos faz parte da leva pioneira impressa nas máquinas Cerutti 7 e grampeada pela igualmente inovadora Pacesetter, modernizações tecnológicas que acabam de ser implementadas ao cabo de investimentos de mais de 42 milhões de reais. Os leitores de VEJA dessas regiões, com exceção de Rio de Janeiro e Minas Gerais, são os primeiros a ter a sua revista preferida produzida pela mais moderna impressora do mundo, que faz sua estreia operacional na gráfica da Abril, em São Paulo (VEJA, 14/09/11).

Embora os enunciados das últimas edições dos anos acompanhados possam ser semelhantes aos exemplos apresentados até aqui, é necessário reservar um espaço para tratá-los. Uma situação interessante se deu em 2011, quando em meio à divulgação da edição retrospectiva se inseria que a preparação das edições estava sendo feita com a atuação em conjunto de profissionais do impresso e do digital, que agora era atualizado diariamente.

Mais uma vez VEJA entrega a seus leitores uma edição especial natalina, tradição que remonta aos primeiros números da revista. O desafio é duplo. Primeiro, ir além dos limites da retrospectiva dos principais fatos do ano que se encerra. Segundo, superar a qualidade dos anos anteriores. Os jornalistas, fotógrafos, designers e pesquisadores de VEJA aceitaram o desafio com costumeiro entusiasmo. Neste ano, o resultado do repto foi especialmente rico. (...). As seções, colunas, artigos e levantamentos que complementam a retrospectiva formam um conjunto irresistível, resultado do empenho e do talento de centenas de profissionais da revista impressa e de suas edições digitais na internet e nos tablets (VEJA, 28/12/11).

Ademais, no período recente, muitas das edições de fim de ano contêm ao mesmo tempo a Carta ao Leitor e a Carta do Editor. Nessa última, por alguns anos, foi comum ver Roberto Civita fazer interpretações e sugestões para o país e resguardar o seu órgão de imprensa, muitas vezes, explicando as obrigações deste e a que o seu exercício se amparava.

Em 2005, o texto do editor sugestivamente recebeu o título de “Por que fazemos o que fazemos”. No encerramento deste ano, no qual a publicação esteve na linha de frente na cobertura do escândalo do mensalão, o também diretor editorial elogiava a atuação da revista e principalmente fazia a sua defesa com afirmações fortes. Ele prescrevia que, diferentemente das acusações recebidas, nela não se agia por denunciismo vazio, pois não havia dúvidas da existência de um esquema milionário de corrupção no governo federal. Do mesmo modo, a maneira como ela se comportara não era fruto de golpismo, mas resultava do respeito à verdade e a vontade de ver o Brasil governado como merece. Dizia-se que Veja não publicava denúncias para vender mais, uma vez que conta com um fiel contingente de leitores. Do mesmo modo, as delações não decorriam do apoio a um partido, da promoção de interesses ocultos escusos ou porque se é insensível ou destrutivo. Elas se davam:

Porque entendemos que essa é a função e a responsabilidade primordial da imprensa. Procurar a verdade e contá-la. Esclarecer, analisar, e interpretar. Contribuir para o debate público. Exigir respeito ao Estado de direito. Defender as instituições, e não os homens. Acreditamos que isso contribui para a indispensável tarefa de fortalecer a nossa democracia. Para que o país realize o seu enorme potencial em benefício de todos os brasileiros. E não apenas daqueles que consideram os cargos públicos sinecuras para se beneficiar individual ou coletivamente. VEJA promete continuar por esse caminho (VEJA, 28/12/05).

Um ano depois, em “A verdadeira questão é como saber”, o que apareceu na Carta foram comentários sobre os desafios a serem enfrentados no Brasil no segundo mandato de Lula. Cobrava-se do chefe da nação, do poder Judiciário, do poder público em geral mais eficiência, competência e disposição para cumprir metas. Idealmente toda a sociedade deveria apontar os erros e as falhas dos governantes e partidos eleitos:

Sendo, entretanto, que isso é quase impossível nas sociedades de massa, mesmo nas democracias mais avançadas, cabe aos meios de comunicação, e especialmente à grande imprensa, servir como os olhos – e, sempre que possível, à consciência – da nação.

É o que VEJA pretende continuar fazendo, na torcida para que tenha cada vez menos para denunciar e cada vez mais para aplaudir (VEJA, 30/12/2006).

Completados mais um ano, o tom da Carta do Editor continuou o mesmo. Fazia-se uma avaliação do Brasil com clamores para que fosse melhorada a “qualidade da coisa pública” (VEJA, 29/12/07). Em 2008, Roberto Civita opinava que face aos avanços da imprensa e de órgãos públicos na denúncia e na fiscalização da corrupção faltava punir adequadamente os criminosos. Em 2009, tematizava a campanha eleitoral de 2010, defendendo a necessidade de planos de governo específicos, que em lugar de promessas amplas e vagas, abordassem reformas estruturais. O ponto de vista defendido em 2011 estava claro desde o título “Só trocar ministro não vale”. A mesma clareza vinha estampada em “Avanço histórico e ainda muito por fazer”, em que o ano de 2012 era reconhecido como de enorme avanço às instituições democráticas. O exemplo principal fora o julgamento do mensalão, que condenou 25 réus ao pagamento de pesadas multas. Os seus principais líderes receberam pena de prisão. Toda a investigação foi acompanhada passo a passo desde o início por VEJA e pelos demais veículos responsáveis da imprensa brasileira.

Inevitavelmente, o julgamento do mensalão e seu cuidadoso acompanhamento pela mídia suscitaram por parte do outrora moralista partido hoje no poder acusações contra um Judiciário ‘conservador’ e uma imprensa ‘conspiradora’ a serviço das ‘elites’. As palavras de ordem foram seguidas pela renovada ameaça do ‘controle social da mídia’, tão perigosa para a democracia e a liberdade. Os que agora investem contra a imprensa são os mesmos que se valeram dela na sua escalada para o poder; mas, uma vez instalados no governo e aproveitando-se de suas benesses, não suportam o escrutínio do jornalismo vigilante (VEJA, 26/12/12).

Sobre a imprensa, ainda se dizia que ela, na ausência de uma oposição política atuante e articulada, “vem colocando os veículos de informação independentes na curiosa posição de serem praticamente os únicos fiscalizadores e críticos do governo”. Assumindo essa função, cobrava-se mais liberdade do legislativo, maior estímulo à economia, medidas para o controle da inflação. Como solução, propunha-se planejamento integrado, eficiência na gestão, simplificação do labirinto burocrático, avanço nas reformas institucionais, melhoria do sistema educacional.

Na capa da última edição de 2013, com tamanho duas vezes maior que as edições comuns se via uma fotografia de manifestantes ocupando a rampa do Congresso Nacional. Essa imagem, uma das mais emblemáticas dos protestos ocorridos em junho

em todo o país, era acrescida da chamada: “dilemas éticos de 2013 o certo e o errado...no ano que passou”. A Carta ao Leitor deste número, mais criativa do que o normal, reproduzia apenas uma bola vermelha, como as utilizadas em árvores de Natal. Nela, podem ser vistas pessoas em protesto levando nas mãos cartazes (**Figura 19 - Anexo**). Na parte final da página, há a mensagem: “Feliz Natal! São os votos da equipe de Veja”. Na última página, não foi encontrada a Carta do Editor, mas uma “Carta de Princípios”, na qual se afirmava que Veja mesmo com a morte de seu diretor prosseguiria sendo o que sempre foi:

Roberto Civita morreu aos 76 anos, em 26 de maio último, quatro meses antes do 45º aniversário de VEJA, revista que ele criou e nutriu com base em princípios éticos que se legitimaram e se fortaleceram cada vez, das tantas, que foram submetidos aos rigorosos testes de realidade. Em seus últimos anos de vida, Roberto se entregou à tarefa de institucionalizar aqueles princípios – ou seja, perpetuá-los de modo que pudessem subsistir na ausência dele como parte indissociável da Abril e de suas revistas, em especial de VEJA. A institucionalização está feita.

VEJA se mantém firme na trajetória vitoriosa que fez dela a maior, mais lida e mais respeitada revista do Brasil. Uma análise de sua história de quase meio século mostra como traços definidores a independência, a coragem, o compromisso com a busca honesta da verdade, a disposição inarredável de servir em primeiro lugar ao leitor e, nisso, posicionar-se sempre a favor do Brasil.

VEJA é a favor da educação e da liberdade de expressão. Por isso, aponta os obstáculos burocráticos, os erros na definição de prioridades, os gastos malfeitos e as ideologias retrógradas que põem em risco o acesso amplo dos brasileiros à educação de qualidade e ao livre fluxo de informações.

VEJA é a favor da economia de mercado, pois a enxerga como a maneira mais eficiente de elevar o padrão de vida da maioria dos brasileiros. A economia de mercado é também o pilar material inseparável da democracia representativa, que, lembremos, pode não ser um sistema político perfeito, mas é melhor do que todos os demais.

VEJA nunca se escusou do dever de relatar claramente os fatos denunciadores de situações que põem em perigo os fundamentos da democracia e das liberdades dela derivadas.

Ser a favor do Brasil nos leva a mostrar o equívoco de enxergar na inflação um subproduto inevitável do crescimento econômico. A inflação é o mais cruel dos impostos, pois atinge fortemente os mais pobres. Da mesma forma, VEJA se posiciona a favor do Brasil quando mostra os erros de uma política econômica que se vale de artifícios para segurar a inflação, o que apenas adormece sua brasa.

Por fim, institucionalizado está em VEJA o compromisso de cobrar transparência dos políticos e dos governos de todos os matizes ideológicos. A corrupção é ao mesmo tempo a doença e o sintoma da decadência de uma sociedade.

VEJA vai continuar fiscalizando o poder e se mantendo fiel à nobre missão divisada por Rui Barbosa: ‘A imprensa é a vista da nação. Por ela é que a nação acompanha o que lhe passa perto e ao longo, enxerga o que lhe ocultam e tramam, colhe o que lhe sonégam, ou roubam, percebe onde lhe alvejam, ou nodoam, mede o que lhe interessa, e se acautela do que a ameaça’ (VEJA, 25/12/13).

Como anunciado, o aniversário é lembrado em poucas ocasiões na contemporaneidade. A queda das torres gêmeas do *World Trade Center*, ocorrida no mesmo dia em que o semanário completava 33 anos, certamente contribuiu para isso. A revista, assim como os órgãos jornalísticos do mundo inteiro, dedicou extensa cobertura a este fato e as suas repercussões tanto em 2001 quanto nos anos subsequentes. Conforme se viu, a edição especial do atentado teve tiragem recorde e, por isso, ela foi constantemente lembrada, concorrendo com o próprio aniversário da publicação.

Mesmo assim, Veja tratou de seu aniversário na última Carta ao Leitor de setembro de 2003. Ilustrada pela reprodução da capa do primeiro número e pela capa da edição especial lançada, o seu texto era intitulado “35 anos de uma sólida parceria”. Nele, por variadas vezes, pôde ser visto o nome da revista. O primeiro parágrafo começava com números da publicação:

VEJA completa 35 anos de vida como a maior e mais influente revista brasileira. Nessas três décadas e meia, estabeleceu uma sólida parceria com seus assinantes, leitores e anunciantes, que valorizaram e premiam os padrões de excelência jornalística que fizeram de VEJA a quarta maior revista de informação do mundo em circulação. Com 1 milhão de assinantes e mais de 200 000 exemplares vendidos em banca todas as semanas, VEJA chega atualmente a todos os municípios brasileiros. Mais de 80% dos assinantes recebem a revista até domingo. Essa logística de operação levada a cabo semanalmente por 4 500 pessoas da editora Abril, que edita VEJA, e outros milhares pelos Correios (VEJA, 24/09/03).

O texto prossegue narrando que a edição especial de aniversário, gratuita para os assinantes, continha 35 das entrevistas mais significativas das páginas amarelas. Elas foram selecionadas e editadas, preservando o pensamento dos entrevistados, de modo a servir à discussão de 25 temas fundamentais à história do Brasil e do mundo. Agregados ao número impresso foram preparados conteúdos exclusivos ao site, descritos como nunca se encontrara até aqui.

Além da edição especial, VEJA colocou no ar em sua versão on-line, que completou seis anos de existência em junho passado, uma série de serviços de acesso exclusivo aos assinantes. Uma dessas áreas reservadas aos assinantes traz a íntegra das 35 entrevistas publicadas em parte na edição especial de aniversário. Em outra seção da versão de VEJA na internet, o assinante pode visualizar todas as imagens de capa publicadas pela revista desde seu número inaugural de 1968. Pode também ler o conteúdo integral de todas as reportagens a partir de 1997 e de 500 reportagens de capa desde a primeira VEJA. Esse acervo foi catalogado por meio de palavras-chave e pode ser facilmente consultado por um mecanismo eletrônico de busca. Bom proveito (VEJA, 24/09/2003).

A edição especial dos 35 anos trouxe na capa o símbolo que a fez ficar conhecida. Um olho era formado pela justaposição de inúmeras e pequeninas imagens. Sobre ele, viam-se o número 35 e a chamada “três décadas e meia de história do Brasil e do mundo contada a VEJA por quem a fez” (**Figura 20 - Anexo**). Pelo índice, verifica-se que o conteúdo possuía as mesmas editorias dos números semanais correntes, Brasil, Internacional, Economia, Geral e Artes e Espetáculos. Fora elas, havia mais quatro seções, Carta ao Leitor, Duelos, Sensações, Frustrações e Parcerias.

Como uma edição comum, esse número especial possuía Carta ao Leitor. Nela, fazem-se muitas referências ao acervo constituído pela publicação ao longo de suas três décadas e meia. Sobre as entrevistas, que compunham a presente edição, conta-se que elas correspondiam a apenas 2% das mais de 1800 realizadas. Para que fossem veiculadas, delas foram recortadas algumas partes de tal modo que umas complementarizassem as outras. Como um adendo, informava-se também como teria sido feita a produção da capa:

A imagem da capa da edição comemorativa foi montada, usando-se softwares gráficos especiais, com 1823 capas regulares e extras de VEJA, desde o primeiro número até os mais recentes. Para compor a imagem com a nitidez desejada por Carlos Neri, diretor de arte de VEJA, o artista plástico Jairo Birman precisou preencher 2 500 células. Por essa razão, algumas imagens aparecem repetidas. Em uma inovação, os assinantes recebem sua revista com capa e alguns anúncios personalizados (VEJA, EDIÇÃO ESPECIAL, 09/03).

Resumindo-se o conteúdo, em cada entrevista lembrada introduz-se o entrevistado e, às vezes, o contexto no qual a conversa com a revista ocorrera. Também foram elaborados boxes que situavam o leitor sobre o assunto tratado. Os títulos dos textos encontrados eram: “Eles enxergaram o futuro”; “O difícil parto da democracia”; “As faces da democracia racial”; “A denúncia que mudou o Brasil”; “O ódio entre irmãos de sangue”; “A tragédia do comandante”; “Terrorismo, o mal de dois séculos”; “A ascensão do império americano”; “O outono das baionetas”; “A morte da ideia de revolução”; “Enigmas do planeta islâmico”; “Os campeões do liberalismo”; “A invenção da roda digital”; “Para nós, a Lua foi o limite”; “Elas conquistaram o mundo”; “A natureza soou o alarme”; “A busca da beleza e seus riscos”; “O narcisismo da ciência”; “A epidemia da globalização”; “O fim da ditadura da moda”; “Quando tínhamos reis”; “Compre o disco, leia o livro...”; “O maior espetáculo da Terra”; “A MPB conquista o mundo”; e, enfim, “O país mostra a cara na TV”.

Afora os textos, a revista fazia um resumo das décadas. Em “As grandes sensações” traziam-se modismos e invenções do período. Entre o que foi colocado, o *videogame* (1972), o medicamento Prozac (1986) e a internet (1988). Em “As grandes frustrações”, listavam-se a derrota na Copa da Espanha (1982); a morte de Tancredo Neves (1985); a separação do príncipe Charles, herdeiro da coroa britânica, e Diana (1992); o suicídio de Kurt Cobain (1994); o *bug* do milênio (na entrada de 2000). “As grandes parcerias” relembra duplas que se uniram pelo amor ou para o trabalho: Tarcísio Meira e Glória Menezes; Brad Pitt e Jennifer Aniston; Nelson Mandela e Frederic Klerk; Roberto Carlos e Erasmo Carlos; Chico Buarque e Caetano Veloso; Xuxa e Marlene Mattos.

A próxima referência ao seu aniversário ocorreu cinco anos depois nos 40 anos da publicação, quando se planejou um evento para discutir o Brasil.

Na próxima terça-feira, dia 2 de setembro, VEJA comemora 40 anos com um seminário em que algumas das melhores cabeças do país vão se alinhar rumo a um objetivo comum: produzir quarenta propostas para o Brasil nas próximas décadas em áreas que vão da educação de qualidade a o que fazer com a formação de megalópoles no país, passando por liberdade de expressão, crescimento sustentável, democracia e o novo papel do Brasil no mundo globalizado. Foi a melhor maneira que VEJA encontrou para celebrar a sua chegada à quarta década de vida, marco que a revista atinge em uma forma invejável. Os indicadores internos de saúde de uma publicação estão, no caso de VEJA, no nível da excelência. VEJA é, de longe, a maior, a mais lida e a mais respeitada revista brasileira – a terceira maior semanal de informação do mundo em circulação (VEJA, 03/09/08).

No mesmo texto, corroborando a percepção de que o semanário estava em excelentes condições, divulgava-se o resultado de duas pesquisas que o avaliaram positivamente. Uma, realizada pela Top Brand, empresa especialista em medir a força das marcas, informava que ela era a revista mais citada do país e a que contava com o maior percentual de leitores defensores. Cerca de 64% estão dispostos a não só protegê-la como a recomendavam a outras pessoas. A segunda pesquisa fora executada pela CDN Estudos & Pesquisas com executivos brasileiros e apontava que esses crescentemente preferiam a Veja. O seu índice era de 63% em 2005 e em 2008 estava em 79%, o que significava um crescimento da credibilidade. “Diante da tantas boas notícias, temos os melhores motivos para acreditar na vitalidade do refrão clássico, segundo o qual a vida começa aos 40” (VEJA, 03/09/08).

Em 10 de setembro de 2008, a revista fazia do evento o seu assunto de capa (**Figura 21 - Anexo**). Nela, em forte apelo autorreferencial, via-se a bandeira do Brasil

em formato de um balão de diálogo, como o usado para histórias em quadrinhos, de onde saía a chamada “40 propostas para o Brasil. As grandes ideias do seminário de VEJA sobre educação, ambiente e economia, imprensa, democracia, pobreza e megalópoles”. Se não bastassem essas palavras, no círculo central do lábaro estava o olho que tanto remetia à revista. A Carta ao Leitor, centrada nas ocorrências de espionagem em Brasília, nada comentava sobre o assunto de capa. Este somente foi visto na reportagem “Um dia muito especial”, em cujo primeiro parágrafo se lia:

Ideias contam. Ao longo de 40 anos, que se completam nesta quinta-feira, dia 11 de setembro, VEJA foi movida por esta convicção. Na terça-feira passada, a mesma crença nas ideias norteou a realização do seminário ‘O Brasil que queremos ser’, que se dividiu em seis painéis: Educação, Meio Ambiente, Economia, Imprensa, Democracia, Raça e Pobreza e Megacidades. Os debates deram origem às 40 propostas que se encontram nas próximas páginas. Elas não pretendem ser a receita final de país, mas o começo de uma discussão racional, suprapartidária e realista a respeito dos entraves que ainda impedem o Brasil de atingir seu potencial pleno de progresso (VEJA, 10/09/08, p.110).

Participaram do evento dezenove especialistas. Quatro influentes lideranças políticas discursaram: Ciro Gomes, Aécio Neves, José Serra e Dilma Rousseff. 500 convidados, entre ministros, governadores e líderes das maiores empresas brasileiras, acompanharam os debates. Conforme se contava, o seminário, possuidor de um site exclusivo, prosseguiria e, surpreendentemente, contou com uma iniciativa direcionada à participação dos leitores:

As propostas descritas nas próximas páginas resumem as melhores sugestões produzidas no seminário e adiantadas nos discursos do dia. VEJA não considera encerrado o trabalho a que se propôs com o seminário ‘O Brasil que queremos ser’, cujos melhores momentos podem ser vistos no site www.veja40anos.com.br. Também no site a discussão se manterá acesa e você, leitor, está convidado a continuar participando¹¹⁷. Nos próximos meses, VEJA levará os painéis com os temas e as conclusões do seminário para debates em diversas universidades brasileiras. A revista vai conferir periodicamente, por meio de reportagens e entrevistas, o grau de aceitação de cada uma das 40 propostas, submetendo-as a um teste de realidade, avaliando sua viabilidade e progresso – e, quem sabe, dando como efetivamente implantadas algumas delas. Se isso ocorrer, o dia do seminário ‘O Brasil que queremos ser’ terá sido, além de especial, histórico (VEJA, 10/09/08, p.111).

Talvez seja interessante pontuar o que se propôs ao jornalismo. Na discussão conduzida pelo evento foi compartilhada a vontade de “Acabar com a Lei de Imprensa”.

¹¹⁷ As regras de participação estão em: <<http://veja.abril.com.br/40anos/como-participar.html>>. Acesso em: 2 fev. 2014.

Essa sugestão derivou do debate entre o ministro Carlos Ayres Britto, Márcio Thomas Bastos e Miro Teixeira, respectivamente na época, presidente do Tribunal Superior Eleitoral, ex-ministro da Justiça e deputado federal.

A Lei de Imprensa fora aprovada em 1967 – plena ditadura militar. Seu objetivo era intimidar jornalistas e meios de comunicação. Numa democracia, uma lei como essa não faz sentido. Há dispositivos suficientes na Constituição e nos códigos Civil e Penal para coibir abusos nos jornais e revistas. Mas seria recomendável a criação de uma lei sucinta para delimitar o valor das ações de direito de resposta e de dano moral. Isso daria segurança jurídica aos jornalistas e às empresas que mantêm um dos pilares da democracia: a liberdade de informação (VEJA, 10/09/08, p.118).

Ainda na mesma edição, na coluna Blogosfera novamente os leitores são convidados a assistir os vídeos com os melhores momentos dos debates no *site* dos 40 anos¹¹⁸. Na semana seguinte, em 17 de setembro, já no final da Carta ao Leitor, citavam-se duas das propostas consolidadas no seminário, a adoção da Lei de Responsabilidade Fiscal e o estabelecimento do teto anual de aumento de 1% para os gastos do governo¹¹⁹.

Para encerrar o ciclo deste seminário, a última seção Blogosfera de 2009, os leitores do impresso são convidados a seguir ao *site* para ler o balanço das ações desenvolvidas nas comemorações dos 40 anos. No pequeno texto, narrava-se que foram recebidas mais de 5 000 colaborações. A fim de representá-las, em uma ação concreta para a preservação ambiental, para cada uma delas seria plantada uma árvore. No espaço virtual, poderiam ser vistas as melhores ideias, selecionadas por mediadores.

Ao completar 41 anos, Veja em “A construção da credibilidade” insiste na argumentação de que a sua saúde é de ferro, o que seria ratificado pelos seus números, a despeito de eles não serem exibidos, de assinantes, de anunciantes e de vendas de exemplares em bancas e supermercados. A sua marca, de novo avaliada pela Top Brands, estaria entre as três mais lembradas em citações espontâneas. Possuindo 44% das citações, ela só estaria atrás do Leite Moça e dos cartões Visa. Na mesma pesquisa, apontava-se ainda que no segmento revista ela não teria concorrência em termos de marca, pois somados os índices do segundo, terceiro e quarto lugar não se chegaria nem a metade do possuído pelo semanário. Além do mais, isolando-se as respostas da classe

¹¹⁸ O endereço é: <<http://veja.abril.com.br/40anos/conclusao.shtml>>.

¹¹⁹ Nas páginas iniciais desta edição foi veiculada uma Carta do Editor assinada por Roberto Civita. Ele não falava em nome da Veja, mas do Grupo Abril, por isso o texto era apresentado com *design* diferente. O assunto era o compromisso, decorrente da iniciativa Educar para Crescer, de que todas as suas 31 publicações trariam mais informações de educação.

A, o índice de lembrança de sua marca atingia 57%. “Isso significa que de cada dez brasileiros que estão no topo da pirâmide social, seis têm a revista como a referência principal em seu gênero”. Nas últimas linhas:

Nunca é demais salientar que uma revista semanal de informação não é propriamente um produto. Uma revista é um organismo vivo, com uma missão e ponto de vista. VEJA tem um compromisso histórico com a verdade e a ética, renovado a cada semana e chancelado pela inteligência crítica de seus milhões de leitores – e tem sua independência material garantida por milhares de anunciantes. VEJA se orgulha de ter como objetivo permanente servir ao Brasil (VEJA, 16/09/09).

Na visão de Benetti e Hagen (2010, p.8), “a representação de si como instituição autorizada a indicar soluções para o país só faz sentido para o jornalismo produzido por empresas altamente competitivas, declaradamente inseridas na lógica de mercado”. Ainda, para eles, o desenvolvimento do país interessaria a Abril porque quanto mais pessoas ascenderem socialmente mais revistas são vendidas.

Aos 45 anos, Veja se preparou com esmero para o seu aniversário. Tudo foi comunicado com uma semana de antecedência na Carta ao Leitor “A busca da verdade”, reproduzida logo abaixo na íntegra. Pela primeira vez, uma campanha publicitária foi citada. Como ocorrera outrora, o conteúdo especial retoma textos que haviam sido veiculados em situações passadas.

No sábado, 21 de setembro, VEJA lançará uma edição especial para celebrar os primeiros 45 anos da revista. Revisitaremos com reportagens internacionais, investigações de fôlego e uma coletânea de artigos (além de infográficos riquíssimos e fotografias monumentais) 45 reportagens que fizeram – e fazem – história. Elas mostram como a revista, desde seu primeiro número, em setembro de 1968, nunca parou de buscar a verdade, de pôr a mão onde muitos tiveram medo de fazê-lo, de denunciar o que deveria ser denunciado, mas também o que merece ser elogiado, com novo olhar e nova ênfase. Na edição que você tem em mãos, deflagramos uma campanha publicitária que antecipa esse lançamento especial destinado simultaneamente a assinantes, bancas e tablets. Numa das peças, produzida pela agência AlmapBBDO, vê-se, numa pilha de papel, o número de citações da palavra corrupção ao longo destas quatro décadas e meia – 5114. Ao lado, em um monte menor de papeis, descobre-se que a expressão condenação apareceu em 1359 oportunidades, muito menos, portanto. ‘VEJA sempre buscou diminuir essa diferença entre as pilhas, na posição de olho vigilante da sociedade’, diz Luiz Sanches, sócio da agência e diretor-geral de criação.

VEJA descobre os escândalos de corrupção, cobra consequências e continua correndo atrás de outras revelações. Foi assim com a entrevista explosiva de Pedro Collor, irmão do então presidente Pedro Collor, em 1992, que o levaria à renúncia para não sofrer impeachment pelo voto do Congresso. Foi assim com as denúncias de compra de votos para a aprovação do direito de reeleição do presidente Fernando Henrique Cardoso. Foi assim no início das

descobertas dos malfeitos do PT e de seus aliados no esquema de corrupção que depois seria apelidado de mensalão, e que nesta semana deve virar sua página definitiva. Um cuidadoso olhar para a trajetória de VEJA até aqui nos mostra – e os leitores terão a oportunidade de acompanhá-lo dentro de duas semanas – que o rigor no trato com as informações sempre nos guiou, sem compromisso algum com o erro, mesmo quando parecíamos navegar em águas demasiadamente turbulentas. Diz a campanha da AlmapBBO: ‘VEJA. Há 45 anos revelando os fatos para ajudar a mudar essa realidade (VEJA, 11/09/13).

Como prometido, na semana seguinte, os leitores recebiam encartada à edição padrão a edição especial “Veja 45 anos”¹²⁰. Em sua capa, lia-se: “os 45 primeiros anos de VEJA revisitados por 45 reportagens que fizeram – e fazem – história”. Os dizeres estavam em uma única linha vertical em uma capa três vezes maior que uma edição comum. A sua ilustração era formada por miniaturas, cronologicamente dispostas da esquerda para a direita, das primeiras páginas de todas as edições. No final deste painel, em seu canto direito, um pensamento de Victor Civita, identificado como o criador de Veja: “Assunto sério é assunto tratado de maneira séria”.

No total são 290 páginas de conteúdo, que em sua maioria recuperam reportagens veiculadas ao longo de sua história. Mas, antes de chegar a elas, é preciso introduzir o que lhes antecede. Logo após o índice, promovia-se o que havia sido preparado para a edição digital. A partir do título “Uma imersão histórica”, contava-se que “a edição de VEJA para *tablets* tem apenas três anos de existência e já ultrapassou a marca de 100 000 assinantes”. Como conteúdo digital exclusivo, os leitores poderiam acessar a versão *fac-símile* da edição número 1. Em um box, acrescentava-se haver minidocumentários com os primeiros tempos da revista, além disso, informava-se ser possível ler na íntegra as reportagens presentes na edição impressa e conhecer por um sistema de busca o assunto principal de todas as semanas. Em infográfico, dizia-se que o aplicativo para visualizar tudo isso era gratuito e o leitor, ao acompanhar o conteúdo, poderia se deparar com ícones de interatividade, que indicavam a inclusão de vídeos, imagens e áudios.

A Carta ao Leitor “Há 45 anos sempre a favor do Brasil” resgatava o anúncio antigo da Abril que procurava jornalistas para a nova revista, a Veja. No raciocínio desenvolvido, desde o número 1, “os profissionais de sucesso de VEJA são homens e mulheres inteligentes e insatisfeitos, ávidos por leitura, que buscam entender o porquê das coisas, dispostos a cerrar fileiras a favor dos seus leitores e, como consequência, do

¹²⁰ Esta edição não está disponível para consulta no site com o acervo da revista.

Brasil” (VEJA, EDIÇÃO ESPECIAL, 09/13). No mesmo texto, em seguida, recuperava-se a fala de Giancarlo Civita, filho de Roberto Civita.

Nada como o teste do tempo para perceber o real valor de uma revista. Só assim podem ficar patentes a constância, a firmeza de princípios e sua aplicação sob as mais adversas circunstâncias. Ao chegar a seus 45 anos de vida, VEJA pode se orgulhar de ter passado com louvor nesse teste. (...). O ESPECIAL 45 ANOS revisita 45 momentos cruciais, mostra como eles foram tratados pela revista e, com a ajuda de articulistas, sobrepesa suas consequência atuais. Foram escolhas árduas a princípio, mas tudo se clareou assim que nos fixamos no critério de que só daríamos destaque a fatos que mudaram a trajetória política, econômica, social, científica, cultural ou tecnológica do Brasil e do mundo. O resultado está em suas mãos. Boa leitura! (VEJA, EDIÇÃO ESPECIAL, 09/14).

Como o exemplar foi produzido meses depois do falecimento de Roberto Civita, esta figura essencial à revista foi assunto da reportagem “O criador de VEJA”. Nela, retrocede-se ao número um da publicação para remontar fatos que possibilitaram o seu lançamento. Contava-se que o seu embrião teria aparecido em 1958, quando Roberto Civita, convencido pelo seu pai Victor Civita, recusara um convite para trabalhar na sucursal da revista norte-americana Time em Tóquio. Como condição para voltar ao Brasil, ele pediu o lançamento de três revistas, a Playboy brasileira; uma publicação de negócios, a Exame; e uma publicação de notícias, semelhante à Time.

Recordava-se que essa última levou dez anos para ser realizada. Em 1967, a ideia de publicar a Veja saíria da gaveta depois da elaboração do Projeto Falcão, que traçara como deveriam ser superados os seus desafios de distribuição, de preparação de profissionais e até de público, pois os brasileiros não sabiam o que era uma revista de informação. Ainda na reportagem, narrava-se que uma lição aprendida na Time por Roberto Civita era tida como fundamental e, por isso mesmo, fora aplicada ao longo de toda a sua carreira.

O jornalismo independente exige a separação entre Igreja e Estado, ou seja, entre o editorial e o comercial. Os leitores – e os profissionais envolvidos nas duas áreas não podem confundi-los. Matéria é matéria, anúncio é anúncio. Outro ensinamento que trouxe foi que a qualidade de uma publicação depende dos jornalistas que a fazem (VEJA, EDIÇÃO ESPECIAL, 09/13, p.35).

No último parágrafo do texto, contavam-se alguns dos hábitos do jornalista, conservados até o fim de sua vida:

Nos quase 45 anos seguintes, Roberto Civita repetiu, por escrito, em reuniões ao vivo, por telefone e mais recentemente por teleconferência, sugestões, dúvidas e cobranças como essas em cada uma das 2 308 edições de VEJA que, sem exceção, mesmo quando se encontrava em férias – cargo no qual fazia questão de aparecer no topo do expediente da revista. A última delas circulou no Carnaval passado, quando ele se internou para uma cirurgia. Morreria três meses depois, deixando como um dos legados a concepção, a criação e a consolidação da maior e mais influente revista da história da imprensa brasileira, cuja trajetória até aqui é revivida nas próximas reportagens desta edição, que ele certamente leria com o orgulho e o espírito crítico do pai (VEJA, EDIÇÃO ESPECIAL, 09/13, p.36).

Como complemento à matéria, as treze edições experimentais completas, produzidas antes de o número 1 chegar às bancas, foram relembradas em um box. O fracasso decorrido após as edições iniciais também foi retomado. Um infográfico reproduziu as marcações que Roberto Civita fazia nos exemplares antes de eles seguirem à impressão.

As demais reportagens do especial estavam separadas nas categorias Brasil, Internacional, Economia, Geral, Cultura e Antologia. Em cada uma delas, há um texto principal, desenvolvido para retomar um fato específico ou uma temática e como eles haviam sido tratados pela Veja. O conteúdo era complementado em boxes e infográficos que recuperavam capas da revista e trechos de reportagens veiculadas no passado. Dentre os temas tratados: a decretação do AI-5; as primeiras vezes em que Lula foi noticiado ainda nas greves operárias do ABC paulista; a ida da população às ruas nas Diretas-Já, no Fora Collor e nas manifestações de junho de 2013; a internação, morte e sucessão de Tancredo Neves; as denúncias feitas ao longo do governo do PT; os conflitos no Oriente Médio; as mudanças na China; o fim do socialismo no leste-europeu; os entraves da economia brasileira; a educação no país; a família brasileira; a entrada de aparelhos eletrônicos nas residências; o tratamento e expectativa de vida para pacientes com Aids; a inserção de assuntos tabus nas novelas.

Nas últimas páginas do especial, foram veiculados trechos de textos veiculados na revista que narravam as primeiras vezes em que personagens reais, de ficção e até produtos estiveram em suas páginas. Em meio aos que apareceram, Michael Jackson, Paulo Coelho, Pré-sal, Dilma Rousseff, Steve Jobs, Osama Bin Laden.

Devido à ocorrência de semelhanças em como Veja tratava de si, algumas linhas do **quadro 24** concentram em uma só situação o que foi visto em várias edições. Os números que possuíram uma variedade de temas seguem, como nos demais capítulos, apresentados isoladamente. Pode-se observar que o recurso de ironia que marcou a

abordagem de muitos temas (BENETTI, 2007), principalmente os da política não surge no tipo de discurso perseguido.

Veja – De 1º de janeiro de 2001 a 31 de dezembro de 2013	
Situação de enunciabilidade	Topoi
Veja como sujeito da frase	- Com frequência o nome Veja é acompanhado por verbos (oferecer, mostrar, acompanhar, traduzir) que enfatizam o veículo como executor das matérias
Revelação da identidade dos jornalistas	- O nome dos repórteres aparece com recorrência. Às vezes, ele é seguido de características de suas vidas profissional e até pessoal. Esses profissionais recebem espaço para comentar o seu trabalho e até são elogiados
Preparação de reportagens	- Sem muitos detalhes, aparecem informações sobre o tempo utilizado para desenvolver uma reportagem, a equipe envolvida, o trajeto percorrido, os documentos consultados
Veja se defende	- Refuta acusações recebidas - Tece afirmações orgulhosas sobre si - Defende-se clamando pela liberdade de expressão e de imprensa
Atentado 11 de setembro	- A sua cobertura, estendida por oito semanas, fez a revista esquecer seu aniversário - A edição especial, da semana seguinte ao acontecimento, atingiu recordes de vendas. Informou-se até como este número poderia ser obtido - Em 2002, outro especial se propunha reavaliar as suas consequências
Leitores	- Aparecem nos períodos, por vezes, em enunciações afetivas, vistas principalmente no final do ano, quando são tratados por você - Em algumas ocasiões, indica-se a eles a existência de conteúdos no <i>site</i> e a sua disponibilização em plataformas móveis
Anúncios de mudanças	- Em três ocorrências das quatro identificadas, comunicavam-se alterações na equipe de profissionais - A quarta ocorrência informava sobre a aquisição de novas máquinas utilizadas na impressão. Teriam sido gastos 42 milhões para a sua compra
Últimas edições do ano (Cartas do Editor)	- A partir de 2005, elas passaram a ter concomitantemente a Carta ao Leitor e a Carta do Editor. Nessa última, Roberto Civita, até a sua morte, resguardava a Veja e interpretava o país, fazendo-lhe sugestões - Em 28/12/05, a responsabilidade primordial da imprensa era procurar a verdade e contá-la. Além do mais, ela deveria esclarecer, analisar e interpretar os fatos, contribuindo para o debate público e para a democracia. Havia a promessa de que Veja continuaria nesse caminho - Em 26/12/12, são retomadas as acusações que a imprensa recebera durante o julgamento do mensalão. Nas entrelinhas, afirma-se que Veja pratica o jornalismo vigilante

	- Em 25/12/13, é publicada uma Carta de Princípios no lugar da Carta do Editor. Com o falecimento de Roberto Civita, afirmava-se que a institucionalização de Veja estava feita. Isso era caracterizado em seis pontos: 1) Veja se mantém firme em sua trajetória vitoriosa. Continuará a se posicionar sempre a favor do Brasil, utilizando seus traços definidores, quais sejam: coragem, compromisso com a busca honesta da verdade, disposição de servir em primeiro lugar o leitor; 2) Veja é a favor da educação e da liberdade de expressão; 3) Veja é a favor da economia de mercado; 4) Veja nunca se escusou de relatar fatos que põem em perigo a democracia e as liberdades; 5) Veja tem o compromisso de cobrar transparência aos políticos e continuará fiscalizando o poder
Aniversário de 35 anos	- Veja era a maior e mais influente revista brasileira. No seu tempo de funcionamento, firmou sólida parceria com assinantes, leitores e anunciantes - É a quarta maior revista de informação do mundo com 1,2 milhão exemplares entregues semanalmente - Para chegar a todos os municípios brasileiros, conta com logística de operação envolvendo 4,5 mil pessoas da editora Abril e outras milhares dos Correios - Para comemorar a data, foi lançada uma edição especial com 35 entrevistas significativas das páginas amarelas. Elas discutem 25 temas relevantes ao país. No <i>site</i> da publicação, estão disponibilizadas a íntegra das entrevistas e mais as capas de todas as edições, todas as reportagens veiculadas desde 1997 e 500 das que foram veiculadas antes desse ano - Na Carta ao Leitor da edição especial, explicava-se a composição da capa com miniaturas de seus números antigos
Aniversário de 40 anos	- As quatro décadas foram comemoradas em seminário, com debates com especialistas com o intuito de se preparar 40 propostas para o Brasil - Em 03/09/08, afirmava-se que a revista estava com a sua saúde em níveis de excelência, o que era comprovado pelo seu índice de 79% de credibilidade - Em 10/09/08, o seminário vinha como assunto de capa, tratado na reportagem “Um dia muito especial”. Nesse texto, há a indicação de um <i>site</i> especial criado para o aniversário. Nele, os leitores poderiam conhecer as discussões, assistir a vídeos e até a colaborar
Aniversário de 41 anos	- Afirma-se que a saúde da revista era de ferro, como se via em pesquisas com medição do valor de sua marca - Ela seria um organismo vivo com missão e ponto de vista com o compromisso histórico com a verdade e a ética. O seu objetivo permanente é servir ao Brasil
Aniversário de 45 anos	- Em 11/09/13, a Carta ao Leitor anunciava o que

	estava sendo preparado para os seus 45 anos. Na semana seguinte, um número especial revisitava 45 reportagens. Na edição, deflagrava-se uma campanha publicitária, cujo <i>slogan</i> era: “VEJA. Há 45 anos revelando os fatos para ajudar a mudar essa realidade”. No texto, era afirmado que, ao longo de sua trajetória, a publicação fora guiada pelo rigor no trato da informação, sem compromisso algum com o erro - A edição especial das quatro décadas e meia teve 290 páginas. A sua capa, três vezes maior que o convencional, continha miniaturas de todas as edições e um pensamento de Roberto Civita. Ademais das 45 reportagens retomadas, há um texto para falar do fundador da revista e para contar como esta fora iniciada. Também se indicou o que havia na versão digital - Na Carta ao Leitor da edição especial, ratificava-se a Veja como a favor do Brasil. Garantia-se que a firmeza de seus princípios seria aplicada às mais diversas circunstâncias. Além do mais, Veja teria orgulho de seu passado

Quadro 24 – Veja nos anos 2000

5.1.3 Jornal Nacional

Se nos capítulos anteriores houve dificuldades para serem obtidos enunciados veiculados no JN, essa adversidade foi drasticamente reduzida neste capítulo. Apesar disso, o telejornal não pôde ser acompanhado, seguindo-se os critérios utilizados para a Folha de S. Paulo e Veja. Isso porque no *site* do programa¹²¹, a partir da data de acesso somente podem ser assistidas as edições dos últimos seis meses. Já no *youtube* e no Memória Globo, mesmo que se tenha um maior número de vídeos disponíveis, são encontradas mais facilmente gravações que fogem ao padrão cotidiano do telejornal.

Desse modo, muitos dos enunciados transcritos a seguir foram emitidos, como o próprio telejornal qualifica, em edições especiais. Por trás delas, há geralmente um fato jornalístico expressivo, capaz até de mobilizar o deslocamento espacial de um dos apresentadores. Observado na década de 1990, o uso desse recurso cresceu. Ele foi empregado, por exemplo, em anúncios de eleitos à presidência, em grandes tragédias, em eventos esportivos e em projetos especiais.

Os dois maiores projetos desenvolvidos, a Caravana JN e o JN no Ar, conhecidos por introduzirem um maior experimentalismo aos telejornais globais, envolveram complexas operações de deslocamento não só dos apresentadores, que

¹²¹ O endereço para os vídeos é: < <http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/>>. Acesso em: 10 mar. 2014.

viajavam a cada duas semanas, mas da equipe jornalística participante das duas empreitadas. Para elas, foram adquiridos ônibus e avião próprios, ambos devidamente identificados com logomarca.

Neste período, há a impressão de que não basta mais à produção difundir que é veiculada em todo o país, como fizera outrora. Ela quer demonstrar que consegue percorrê-lo por inteiro, que pode entrar ao vivo todas as noites de qualquer município e levar aos brasileiros o que era Brasil. Dessa maneira, na primeira década dos anos 2000, cidades que nunca obtiveram espaço no seu espelho de notícias apareceram, foram situadas no mapa, tiveram parte de seus dados expostos e, em alguns casos, o seu passado e a sua cultura explicados. Representantes de populações antes invisíveis, ao se colocarem em volta dos repórteres e apresentadores, também puderam se mostrar.

As iniciativas originais não estão somente nas coberturas externas. O telejornal também inovou ao trazer entrevistados para a bancada, mobilizado pelas eleições, pelo seu aniversário ou por disputas esportivas¹²². Sempre posicionados na margem direita da tela, de lado para os telespectadores e apresentadores, foram recebidos políticos, esportistas e o mais surpreendente jornalistas atuantes há muitos anos no JN. Esses últimos foram convidados para relembrar as suas trajetórias, quando o programa completou 40 anos de história. Aliás, é preciso inserir que, ademais desse, somente outros dois aniversários foram compartilhados. O de 35 anos, quando uma série de reportagens recuperou o que a produção havia acompanhado na política, na economia, no comportamento, etc., ao longo de sua existência; e o de 37 anos, quando agradeceu ao público por acompanhá-lo.

Pode ser apenas consequência das enunciações obtidas, mas nesta fase definitivamente foram deixados de lado dizeres que exaltavam o quantitativo de sua audiência, que comemoravam a sua liderança e a propagação de sua expansão. Igualmente, se no capítulo anterior foram vistos enunciados, ainda que somente em uma ocasião, revisando o seu objetivo e contando as alterações do veículo como que para justificar a sua atuação, isso não aconteceu em nenhum momento na atualidade.

Um aspecto diferencial é que nesses treze anos o Jornal Nacional, sempre marcado por sua formalidade, objetividade e impessoalidade, esteve mais solto em sua apresentação. Criou mais circunstâncias para vir com menos comedimento. Prova disso são os diálogos trocados na Copa de 2010 em vários momentos cadenciados por um quê

¹²² O telejornal recebeu o jogador Ronaldo em 2002, ver: < <http://www.youtube.com/watch?v=5vYespJn-28>>. Acesso em: 20 mar. 2014.

de brincadeira familiar entre William Bonner e Fátima Bernardes – que na vida pessoal, são casados e pais de trigêmeos. Outro sinal de desprendimento foi conferido nas falas dos apresentadores e nas reportagens que indicam a sua preparação. Extraordinariamente, em uma edição, chegou-se até a começar o telejornal da redação a fim de ser mostrada uma das reformas em seu cenário. Neste momento, os apresentadores estiveram de pé com as câmeras enquadradas por ângulos incomuns e se dirigiram aos telespectadores para trazer-lhes informações sobre os novos equipamentos tecnológicos adotados.

Não é equivocado considerar que neste terceiro momento o programa está mais afeito a se expor, talvez porque tenha incorporado de vez características da neo-TV classificada por Eco (1984). Tanto é assim que reservou minutos em dois dias para anunciar e preparar a saída de Fátima Bernardes. Patrícia Poeta, que a substituiu, foi entrevistada na bancada em uma edição ao mesmo tempo de despedida e de boas-vindas, que incluiu a exibição de imagens de arquivos da atuação das duas na emissora e uma conversa sobre as expectativas de ambas sobre suas novas posições. Bem diferente do que aconteceu com Cid Moreira e Sergio Chapelin, que simplesmente anunciaram a entrada de novos apresentadores nos telejornais como uma decisão em curso para aumentar a qualidade do jornalismo da emissora. Talvez um fator influenciador de explicações mais detidas seja a diminuição de sua audiência (**Figura 22 – Anexo**). Coutinho (2010) afirma que há indícios de que o produto tenha perdido 11% de seus telespectadores entre 2006 a 2008.

Em acréscimo, são dos anos 2000 duas das três obras lançadas pelas Organizações Globo dedicadas ao telejornal. *Jornal Nacional: a notícia faz história*, até aqui bastante citada, é de 2004. *Jornal Nacional: modo de fazer* é de 2009 e tem como autor William Bonner, que vem participando de muitas palestras e encontros com universitários. Essas obras confirmam que se tem procurado um novo tipo de exposição para o JN.

No livro de 2004, há informações somente informações dos três primeiros anos do século XXI. Dentre o que é comentado, está a cobertura da crise energética, à qual o JN se dedicou bastante; a continuação do investimento na produção de séries de reportagens; as edições com o anúncio da morte de Evandro Carlos de Andrade e as do atentado contra o *World Trade Center*; a Copa de 2002; o caso Tim Lopes; as eleições de 2002; a guerra do Iraque; a morte de Roberto Marinho. Alguns dizeres dos apresentadores são colocados. Eles serão retomados no subtópico a seguir.

A obra assinada por Bonner está incluída no rol das ações dos 40 anos do JN. No prefácio, Fátima Bernardes, na época ainda apresentadora e editora do programa, conta que muita coisa havia mudado desde o seu início. Ela correlaciona quase tudo ao emprego de tecnologias. Sobre o cenário, narrava a sua integração junto à redação. Além do mais, computadores haviam sido instalados na bancada. Por isso:

Estamos incomparavelmente mais ágeis, presentes em todos os cantos do Brasil. Podemos gravar reportagens em qualquer estado brasileiro e falar ao vivo em todos eles. Mostrar o fato momento em que ele acontece. Estamos com nossos olhos também fora do Brasil. Hoje transmitimos imagens e som via internet (BONNER, 2009, p.7).

Na apresentação não assinada do livro, dizia-se que o seu objetivo era explicar de maneira clara como o telejornal de maior audiência do país era construído no dia-a-dia, quais critérios utilizava, como compunha o seu cronograma, qual linguagem utilizava. Não se repassaria uma receita de bolo, pois o Jornal Nacional mudara várias vezes em suas quatro décadas com as novas tecnologias, com o amadurecimento da democracia, com o crescimento do Brasil. Contudo, “é com orgulho que os profissionais do JN em 2009 notam, no atual ‘modo de fazer’, a manutenção do respeito ao compromisso original de mostrar as principais notícias do Brasil e do mundo com clareza, isenção, pluralidade e correção (Ibid., p.9).

Em uma das explicações dadas, afirma-se que William Bonner foi convidado para ser o autor do livro porque ele havia, então, completado uma década no cargo de editor-chefe. Nas palavras deste, ser gratuito e chegar a quase todo lugar são peculiaridades do JN enquanto veículo de notícias. Servir a qualquer brasileiro, independentemente da idade, credo, posição política, etc., é o seu compromisso há quatro décadas. O seu objetivo era encarado como fruto de uma ambição gigantesca e, apesar de sua explicação simples, é de extrema complexidade.

Ao longo das páginas, discorre-se sobre como o telejornal é composto e sobre a sua capacidade. Dentre as informações assinaladas, é colocado até que ele possui em média 33 minutos; dá vazão a 25 assuntos; preferencialmente traz temas factuais e da atualidade; e tem como critérios principais de noticiabilidade a abrangência, a gravidade das implicações e a valorização do caráter histórico. Fala-se também da estrutura da Rede Globo. São 121 emissoras. Os seus profissionais do exterior, graças ao desenvolvimento da tecnologia de comunicação e transmissão, podem com

equipamentos de dimensões reduzidas enviar material à emissora sem utilizar um canal de satélite.

Edições que fugiram do padrão cotidiano do telejornal são recordadas. Dentre elas, a dedicada à morte de João Paulo II, em 2 de abril de 2005, quando William Bonner estava no Vaticano e o telejornal teve um tamanho maior do que o normal; a edição de 10 de maio de 2007, centrada na visita do papa Bento XVI ao Brasil, quando Fátima Bernardes ancorou o jornal no largo de São Bento, em São Paulo; e as edições do Caravana JN, cuja estreia aconteceu em 31 de julho de 2006.

Como se não bastasse, há a tentativa de resumir um dia típico do JN “em uma abstração puramente didática”, elaborada para tornar mais claro o seu esquema de funcionamento diário. Reporta-se até sobre os equipamentos utilizados pelos apresentadores, como se constata na reprodução a seguir.

Aquela mesa ocupada pelos apresentadores do Jornal Nacional é equipada com dois computadores plenamente funcionais. Os âncoras têm acesso à internet a seus *e-mails* e ao programa *inews* (usado, na Globo, para a edição de textos de telejornalismo), que, além do conteúdo do programa, possui um sistema de mensagens instantâneas entre os usuários. (...) cada apresentador tem um aparelhinho chamado ‘ponto eletrônico’. Por ali chegam informações da sala de corte do JN. (...) numa coluna instalada entre os dois apresentadores do JN existe ainda um telefone do tipo *hot line*. Obviamente, ele não pode fazer barulho. Portanto, nesse caso, a ligação é sempre feita ‘daqui pra lá’ (BONNER, 2009, p.135).

Os lançamentos não ficaram apenas em obras escritas. No mesmo ano de 2004 foi colocado à venda o DVD duplo *Jornal Nacional – 35 anos*, com o conteúdo é composto por 14 séries especiais e 63 reportagens exibidas pelo programa. Atestando que se continua investindo nelas, oito séries compõem o disco 1 e seis o disco 2. Antes de cada uma poder ser assistida, um pequeno texto, gravado especialmente para esta finalidade, resume o propósito das reportagens, informa seus executores e reforça a importância do material. A introdução, que discretamente atualizava as questões das séries era lida por um dos apresentadores filmados na bancada e enquadrados do mesmo modo como apareciam em uma edição diária.

No **quadro 25**, foram separados os momentos nos quais o nome do telejornal foi verbalizado, nos quais se fala sobre as conquistas das reportagens ou se insere alguma característica de sua realização. Nele, pode ser conferido o quanto a palavra Brasil é recorrente nas apresentações das séries. Em adição, de forma similar a outros veículos, são percebidas construções discursivas que colocam o Jornal Nacional como um sujeito

que mostra, faz parcerias, homenageia. Alguns repórteres são mencionados enfatizar o esforço que empregaram em algum trabalho e para que se tecessem elogios a eles. Os prêmios obtidos também são assinalados.

35 anos do Jornal Nacional		
DVD	Série	Enunciado
1	Brasil Bonito (08/2002)	Não se faz menção ao JN William Bonner: “A série Brasil Bonito é muito simples no nome e na proposta. Mostrar como é possível participar da imensa onda de solidariedade que contagiou o nosso país nos últimos anos e que transformou o Brasil num símbolo mundial do voluntariado. Como se vê na série, é possível ajudar gente que precisa tendo dinheiro ou não; tendo tempo ou não. As três reportagens de Sônia Bridi ganharam o Prêmio Embratel de jornalismo na categoria responsabilidade social e o projeto, que permanece até hoje no ar, recebeu o prêmio Unesco de telejornalismo”
	Profissão Professor (10/2003)	Fátima Bernardes: “Num momento da história em que todos parecem estar convencidos da importância da educação, o Jornal Nacional homenageia a categoria dos professores com um retrato dessa profissão”
	Brasil Rural (05/2003)	Fátima Bernardes: “Para mostrar este Brasil, o Jornal Nacional foi buscar ajuda de especialista e foi assim que nasceu a parceria com o Globo Rural”
	Desigualdades Regionais (09/2002)	Fátima Bernardes: “Ao longo de quinhentos anos de história, o Brasil cresceu de forma desigual. A maneira mais fácil de enxergar isso é pelos números do IBGE. As reportagens a seguir foram exibidas em 2002 para ajudar os cidadãos a tomar conhecimento dos maiores problemas brasileiros que seriam enfrentados pelo presidente que seria eleito depois, fosse quem fosse”
	Saúde e Saneamento (09/2002)	William Bonner: “Em 2002, o Jornal Nacional ofereceu aos brasileiros um grande retrato dos problemas nacionais. Com base nos dados estatísticos dos Censos de 1990 e 2000 do IBGE, nossos repórteres apresentaram os desafios que teriam que ser enfrentados por quem quer que vencesse as eleições presidenciais daquele ano” Fátima Bernardes: “As reportagens a seguir continuam atualíssimas e mostram o que é o Brasil quando se fala em saúde e saneamento”
	Atitude Saúde (12/2003)	Fátima Bernardes: “Em dezembro de 2003, o Jornal Nacional exibiu uma série de reportagens com o objetivo de ressaltar a importância de uma alimentação saudável e do hábito de se exercitar para uma boa saúde”
	Fronteiras (04/2002)	William Bonner: “Mas quando o Jornal Nacional se dedicou a retratar essa dificuldade (controle das fronteiras) acabou revelando algo mais grave: o Brasil não faz o mínimo necessário para proteger seus domínios e sua população (...). A série de reportagem sobre a vulnerabilidade das nossas fronteiras conquistou o prêmio Ibero-americano Rei da Espanha. Foi exibida em abril de 2002 e continua atual”

	A nossa mata (04/2004)	Fátima Bernardes: “Um patrimônio brasileiro foi impiedosamente agredido ao longo de cinco séculos de história. Da Mata Atlântica que cobria uma porção imensa do nosso território, hoje só restam manchas isoladas. Mas a boa notícia é que muitos cidadãos e empresas desejam sinceramente que a devastação pare. E muitos estão agindo até para recuperar parte do que se perdeu. Foi o que nós mostramos na série que você vai ver a seguir”
	Identidade Brasil (02/2004)	William Bonner: “Uma das séries que se tornaram permanentes no Jornal Nacional é identidade Brasil. Ela apresenta manifestações culturais, regionais ou nacionais do nosso país. E surgiu exatamente de uma necessidade, num mundo economicamente globalizado, preservar traços da cultura genuinamente nacional é um desafio imenso. O Jornal Nacional se entregou a ele com um prazer e com a convicção de que este é um trabalho que precisa ser feito”
	Fome no Brasil (06/2001)	Fátima Bernardes: “Uma das séries mais premiadas da história do Jornal Nacional foi esta dos repórteres Marcelo Canelas e Lúcio Alves” William Bonner: “A proposta era apresentar aos brasileiros que se alimentam quem são os brasileiros que não têm o que comer e como os famintos podem ser ajudados” Fátima Bernardes: “Este marco do telejornalismo foi ao ar em junho de 2001 e ainda hoje é exibido em salas de aula, como um documento fiel, (...) e emocionante da fome do Brasil. Uma trajetória construída ao longo de 500 anos”
2	Recontando os mortos da repressão (04/2001)	William Bonner: “Uma grande reportagem investigativa se faz com talento, esforço e muita paciência. Em abril de 2001, o Jornal Nacional apresentou o resultado perfeito desses ingredientes. O trabalho do repórter Caco Barcellos consumiu um ano inteiro. Quando terminou, revelou um crime guardado em segredo por mais de 30 anos e acrescentou pelo menos um nome à lista dos brasileiros torturados e mortos durante o regime militar instalado pelo golpe de 1964”
	Feira de Drogas (08/2001)	William Bonner: Um dos momentos mais marcantes da história do jornalismo investigativo foi exibido pelo Jornal Nacional em agosto de 2001. Tim Lopes, Tíndaro Menezes, Cristina Guimarães e Renata Lira Régis (?) com som e imagens o comércio livre de drogas em morros do Rio de Janeiro. A história foi contada pelo repórter Flávio Fachel e o trabalho mereceu o Prêmio Esso de Telejornalismo”
	Planeta Bola (05/2002)	Fátima Bernardes: “Pouco antes de o Brasil conquistar o pentacampeonato mundial de futebol, o Jornal Nacional apresentou a série Planeta Bola. As reportagens mostram como esse esporte cativa a maioria absoluta dos terráqueos e como essa maioria tem um respeito sem paralelo pelos futebol brasileiro”
	Afganistão pós Talibã (12/2001)	Fátima Bernardes: “O Jornal Nacional esteve no Afeganistão ainda sob a vigência daquele regime ditatorial com Ana Paula Padrão. E a própria Ana Paula voltou ao país depois. O resultado dessa viagem e reportagem rendeu a série que você vai ver agora”

Quadro 25 – Introdução das séries de reportagens dos DVDs dos 35 anos do Jornal Nacional

Além das séries de reportagem, os DVDs possuem conteúdos extras com produções inéditas. No DVD 1, foi preparado um vídeo do que seriam os bastidores de um dia no Jornal Nacional. Ele era iniciado por um letreiro, onde se lia “No dia 3 de junho de 2004, não aconteceu nada de especial na história do Brasil ou da humanidade. Ou aconteceu?”. A primeira imagem captada é a do alto da redação da TV Globo no Rio de Janeiro. No canto direito, enquanto estão sendo focalizados objetos nas bancadas dos jornalistas, comunica-se o horário. Eram 7h37. Em seguida, novo letreiro avisa: “Faltam 12 horas e 37 minutos para o Jornal Nacional”. Seguem-se imagens da sala de produção de rede com direito a um plano fechado do mapa do Brasil com as 113 emissoras possuídas pela TV Globo. O primeiro depoimento exibido é o da chefe de produção Mônica Maria Barbosa, que conta o que ela faz no início da manhã.

Em todo o restante do vídeo é repetida a lógica de mostrar o relógio, de focalizar cenas dos locais por onde a equipe do JN circula, sejam externas ou internas, e de inserir sonoras de profissionais. A todo o momento surgem mais letreiros que tanto resumem o JN quanto podem valorizá-lo, dentre eles, “A maior equipe de jornalismo está nas ruas” e “Em média, as notícias do jornal Nacional devem ‘caber’ em 31 minutos”,. Com mais de 42 minutos, ele é finalizado com a escalada do dia acompanhado. Antes dela, dois últimos letreiros são inseridos, um com o horário imediatamente antes de o programa ir ao ar, 20h14, seguido por “E pensar que, de manhã, o dia 3 parecia tão tranquilo...”.

No **quadro 26**, foram separadas partes de depoimentos de alguns profissionais que apareceram durante o vídeo. Optou-se, nesse caso, por conservar a indicação do cargo que eles ocupavam na ocasião da gravação. Foram selecionadas falas que, de uma forma ou de outra, elucidam como o programa é preparado e quais critérios estão envolvidos nisso.

Um dia no Jornal Nacional – 03/06/2004	
Profissionais	Depoimentos
Eric Hart (produtor internacional)	“A primeira prioridade é falar logo com os correspondentes em Jerusalém, em Roma, Paris, Londres, porque eles estão à frente no fuso horário”
Mônica Maria Barbosa (chefe de produção)	“Quando o Bonner chega aqui, a gente apresenta para ele uma previsão do que a gente tem. Da notícia, de factual, do que está acontecendo no mundo, no Brasil”
William Bonner (editor-chefe)	“A direção do jornalismo da Globo participa do Jornal Nacional muito frequentemente porque nós da redação levamos à direção questões” “Quando nós temos mais de um assunto relevante, nós vamos escolher aquele que tem maior apelo popular para abrir” “E há momentos evidentemente em que eu me vejo na situação obrigatória de tomar uma decisão como editor-chefe”

Ali Kamel (diretor executivo de jornalismo)	“O que existe no Jornal Nacional é um ambiente de extrema liberdade, né? Muita discussão em torno das matérias, mas sem nenhum monstro sagrado, sem monstros sagrados no plural. O que existe são profissionais altamente gabaritados lutando para que as reportagens, as matérias sejam as melhores possíveis. O resultado disso só pode ser um: o Jornal Nacional de altíssima qualidade”
Carlos Henrique Schroder (diretor de jornalismo)	“A gente sempre diz, do contínuo ao executivo, do porteiro ao diretor do banco, ao presidente da empresa, enfim, todo mundo tem que ser informado. Tem que ter esse cuidado na informação do Jornal Nacional. Então, dentro desse aspecto, o Jornal Nacional tem que ser muito abrangente e ao mesmo tempo muito coloquial para que ele seja compreendido por todos. Então, é uma tarefa difícil, uma tarefa árdua. Mas é essa a missão do jornal. entender que ele tem que dar todos os dias essas notícias para vários públicos que assistem ao jornal” “Acima de tudo é a credibilidade que está em jogo. O que o telespectador não pode duvidar é que aquela informação seja verdadeira. Esse é nosso triunfo maior, esse é nossa herança maior”
Fátima Bernardes (editora)	“Normalmente, eu chego aqui às duas horas, aí nós temos uma reunião de venda de espelho já para dizer a apresentação do jornal (...)” “Tropeço não pode atrapalhar a qualidade da informação. Eu posso ter que voltar uma frase, não importa”
Ângela Garambone (editora)	“A gente edita muito por telefone, ou então por e-mail. A gente telefona para a chefe das redações de lá, procura saber o que eles têm, muda texto de repórter, faz texto junto. Eles mandam, remandam até a gente chegar no formato final”

Quadro 26 – Depoimentos de profissionais do JN em vídeo do DVD dos 35 anos

No DVD 2, o telejornal retoma o seu passado. Como conteúdos extras, há um tributo a Tim Lopes, com a disponibilização de dois momentos marcantes do JN pedindo justiça pelo assassinato a este jornalista; a escalada do 11 de setembro; e um bate papo com apresentadores. No **quadro 27**, são esmiuçadas as falas que introduziram os vídeos dos dois primeiros casos. Do bate-papo, recuperou-se o texto que antecedeu a conversa. Enquanto vinhetas antigas, imagens de profissionais trabalhando para pôr o telejornal no ar e cenas de coberturas se sucediam na voz de Renato Machado, fazia-se uma leitura daquilo que o programa acompanhara nos 35 anos e por quais características ele havia se estabelecido.

Não serão transcritas as declarações do bate papo¹²³, do qual participaram William Bonner, Fátima Bernardes, Léo Batista, Sergio Chapelin e Cid Moreira, pois ele ocorreu com informalidade e muitas sobreposições de falas. Pode-se sintetizar que os apresentadores do JN, cada um de uma época, puxaram à memória aspectos inesquecíveis de quando estiveram nessa função. Alguns assuntos tratados foram: a relação que o público possui com esses profissionais, o crescimento da audiência

¹²³ O vídeo está no youtube em: < <http://www.youtube.com/watch?v=u5emeYpP-ko>>. Acesso em: 8 jan. 2014.

durante a exibição do telejornal, a incorporação de regras à apresentação, as edições memoráveis de cada um, os erros cometidos.

Extras DVD 35 anos do Jornal Nacional	
Homenagem à Tim Lopes	Fátima Bernardes: “Em 2 de junho de 2002, o jornalista Tim Lopes foi brutalmente assassinado pelos traficantes da Vila Cruzeiro durante uma reportagem sobre bailes <i>funks</i> em que jovens eram explorados sexualmente. Foi um dos momentos mais trágicos não só da história do Jornal Nacional, mas do jornalismo brasileiro. Daquele dia em diante foram 17 horas de reportagens diárias até que, três meses depois, Elias Maluco, o chefe do bando foi preso. Dois momentos marcaram essa série de reportagens. O dia em que a morte de Tim foi confirmada e o dia em que seu algoz foi capturado. Reproduzir essas duas edições é não somente uma homenagem justa a Tim, mas uma maneira de reafirmar que daremos sempre oportunidade ao trabalho que ele realizou”
Escalada 11 de setembro	Fátima Bernardes: “Os atentados terroristas mais brutais da história moderna, o de setembro de 2001, produziram mudanças no planeta que até hoje ainda não foram totalmente avaliadas” William Bonner: “Naquele 11 de setembro enquanto o mundo tentava compreender o que se passava em território americano, a equipe do Jornal Nacional preparava uma edição histórica. Primeiro, evidentemente porque tudo o que se veria ali seria guardado para os livros de história mesmo” Fátima Bernardes: “Mas foi um trabalho histórico também porque valeu ao Jornal Nacional a indicação para a finalíssima do maior prêmio da televisão mundial, o <i>Emmy Awards International</i>. O que você vai ver agora é o que nós chamamos de escalada. A sucessão de manchetes que abre todas as edições do Jornal Nacional.
Bate papo com os apresentadores	Narração de Renato Machado: “O Jornal Nacional foi ao ar pela primeira vez no dia 1º de setembro de 1969, apresentado por Cid Moreira e Hilton Gomes. Foi o primeiro telejornal brasileiro em rede nacional e logo se tornou o mais importante programa diário da Central de Jornalismo. Nesses 35 anos, o Jornal Nacional tem sido líder absoluto de audiência. Tão popular quanto influente no seu desafio diário de testemunhar um tempo frenético, veloz e dramático no Brasil e no mundo. Vitórias do homem contra doenças, descobertas da ciência, a tragédia da fome, os tiranos derrotados, a ameaça ao terror, a exaltação dos gênios e poetas, flagrantes inesquecíveis que se tornaram marcas do nosso tempo, o culto dos heróis, as perdas e despedidas que doeram, os triunfos do esporte, as conquistas da cidadania, as denúncias, revelações e acontecimentos que mudaram para frente a face da

	política, da economia e da história. Nessas três décadas e meia, os apresentadores do Jornal Nacional vêm fazendo parte da vida dos brasileiros, na hora das boas e más notícias. No dia 10 de junho de 2004, William Bonner, Fátima Bernardes, Léo Batista, Sérgio Chapelin e Cid Moreira se reuniram na redação da TV Globo do Rio para lembrar um pouco da história e dos bastidores do Jornal Nacional”

Quadro 27– Extras do DVD 2 dos 35 anos do Jornal Nacional

Na avaliação de Becker (2005, p.114), nos anos 2000 “a sociedade brasileira mudou e o JN também precisou mudar e investir em novas linhas editoriais, em novos apresentadores e caminhos para não perder a expressiva audiência”. Para a autora, as séries são o símbolo da gestão de Bonner, o responsável por amadurecer alguns aspectos do programa. O telejornal estaria cada vez mais comprometido com a responsabilidade social e com a credibilidade e com menos receio de assumir seus erros e acertos. A essa constatação, pode-se complementar ainda que o programa está interessado em aparecer com mais transparência. Para isso, fala mais de si próprio. Nesta fase, são encontrados até mesmo depoimentos de seus dirigentes, querendo definir a produção, entender o seu sucesso e a sua fórmula certa (quadro 28).

Depoimentos sobre o Jornal Nacional no Memória Globo¹²⁴	
Ali Kamel (Diretor da central Globo de Jornalismo a partir de 2000. Diretor geral de jornalismo e esportes a partir de 2009)	“Eu atribuo esse sucesso todo e essa longevidade a uma fórmula que desde o seu nascedouro foi muito seguida. O Jornal Nacional tem que se mostrar indispensável. Então, ele não pode cair em modismos. Ele não pode inventar a roda. Então, tem de persistir nessa fórmula de ser importante mesmo com assuntos chatos. (...). Ninguém quer defender um telejornalismo chato. A gente tem sempre que tentar encontrar maneiras de fazer o telejornal ficar atraente. Mas a fórmula é essa. E, claro, tem penduricalho que vai ser o <i>fait diver</i> , alguma coisa que emocione, vai ter alguma coisa que mostre algo de identidade cultural, isso sempre vai ter. Mas o miúdo do telejornal é dar os eventos, noticiar os eventos, os mais importantes que aconteceram nas últimas 24h. Esse é o segredo do Jornal Nacional”
Carlos Henrique Schroder (Diretor executivo de jornalismo da Globo em 2001. Em 2009, assumiu como diretor da Central Globo de Jornalismo. Em 2013, passou a direção geral da TV Globo)	“Qual é o conceito do Jornal Nacional? É as principais notícias do Brasil e do mundo. Quer dizer, você tem o macro. No caso, a praça teria o micro, né? Fica reduzido ao problema local. Aí você traz a situação praquela rua, praquela bairro, praquela circunstância ali que certamente no Jornal Nacional não vai ser abordado. Então, no telejornal de rede, o cidadão vai querer ter informação do seu Estado, do país, do mundo”
Fátima Bernardes (Ex-apresentadora e editora-chefe do JN, desde 2013 à frente do programa)	“Eu acho que ele é um jornal extremamente preocupado em retratar o seu público, que é imenso, né? (...). A gente tem certeza de que o Jornal Nacional é um veículo de informação

¹²⁴ Os vídeos estão disponíveis na *site* do projeto: < memoriaglobo.globo.com/programas/jornalismo/telejornais/jornal-nacional>. Acesso em: 8 jan. 2014.

Encontro)	para grande maioria das pessoas. 80% da população brasileira se informa graças à televisão. E o Jornal Nacional é o principal veículo. Então, a gente tem uma preocupação em traduzir da melhor maneira possível as complicações desse mundo para esse público e torná-lo acessível a todos. Àqueles que tem mais e àqueles que tem menos informação. Torná-lo um jornal necessário”
Luís Erlanger (Em 2000, assume como diretor da Central Globo de Comunicação. Em janeiro de 2013, é diretor da Central Globo de Controle de Qualidade)	“O Jornal Nacional é o jornal da casa, entendeu? Ele é, quer dizer, o veículo formal. Ele tem um grau de formalidade grande. Por quê? Porque simplesmente ele é o maior canhão da televisão brasileira, visto que a novela não tem a capacidade de mobilizar. Então, um boato no Jornal Nacional é uma loucura”
Marluce Dias (Até 2002 diretora geral da TV Globo. Entre 2003 e 2007 foi assessora da presidência da emissora)	“O Jornal Nacional é em primeiro lugar um traço na nossa sociedade. Ele é um marco, ele é um padrão. A credibilidade do Jornal Nacional é impressionante, o que na mesma proporção, mostra responsabilidade. (...). Então, a essencial desse jornal é objetividade. Ele não é opinativo, ele não quer fazer a cabeça de ninguém, ele não quer induzir pra lado nenhum, ele é essencialmente objetivo e informativo, sempre mostrando os dois lados, profundamente veloz. Ali você tem uma visão do que aconteceu no país e no mundo naquele dia. Esse é o perfil desse jornal, que não é o mesmo de outros jornais”
William Bonner (Editor-chefe do JN)	“O Jornal Nacional nasceu com vocação de mostrar aquilo que de mais importante aconteceu no Brasil e no mundo naquele dia, a qualquer custo, com qualquer que seja o tempo disponível. Esta é a vocação inicial. Se ele tiver vinte minutos de produção, ele mostra o que de mais importante aconteceu no Brasil e no mundo naquele dia em vinte minutos. Se ele tiver quarenta, ele faz isso em quarenta. Se sobrar tempo, ele põe mais alguma coisa para tornar aquele programa algo mais palatável, agradável, menos árido, tá certo? Essa é a vocação.

Quadro 28 – Depoimentos sobre o JN no Memória Globo

Em março de 2008, em uma aba do *site* do Jornal Nacional¹²⁵, passou a funcionar o blog do programa, cuja intenção inicial era publicar conteúdos exclusivos, fotos e vídeos inéditos de reportagens especiais que estivessem sendo produzidas. Também se queria ouvir a opinião dos internautas. As postagens, bem variadas, incluíam de fichas técnicas dos profissionais escalados a algum trabalho a tímidos *making-offs* das produções. A iniciativa foi alimentada com relativa frequência até 29 de março de 2012, quando foi escrito um pequeno texto sobre os 43 anos do JN, mas desde então está praticamente inativa.

Para Dalmonte e Ortiz (2012, p.6) o blog seria uma tentativa de estabelecer um diálogo mais próximo entre o telejornal e seu público, já que os internautas têm livre acesso para comentar. Contudo, os mesmos autores observam que as suas postagens não seguiam um padrão. Tanto não tinham uma periodicidade exata quanto o seu conteúdo

¹²⁵ O endereço é: < <http://g1.globo.com/platb/jnespecial/page/18/>>. Acesso em: 5 fev. 2014.

era formado por recursos variados. Aleatoriamente, a ele se incorporavam vídeos, fotografias e textos.

Grande parte dos textos dão detalhes dos bastidores da cobertura jornalística e da rotina dos repórteres. Estes detalhes revelados se referem ao próprio trabalho jornalístico, como uma mudança repentina de pauta, dificuldades com equipamentos, preparação para uma cobertura, dentre outros; podem se referir também ao dia-a-dia dos próprios repórteres (Ibid., p.8).

No Memória Globo¹²⁶, são comunicadas três inovações do cenário introduzidas depois de 2001. Em 2002, o *chromakey*, que havia saído na reforma de 2000, voltou a ser utilizado com uma técnica de sobreposição de imagens ao fundo real da redação. Em 2005, a bancada dos apresentadores ganhou mais altura. Em 31 de agosto de 2009, em razão dos 40 anos do telejornal, houve uma nova reforma. Com ela se pôs movimento no globo terrestre instalado acima da redação; um telão passou a projetar imagens e ilustrações complementares às reportagens; e os apresentadores angariaram nova bancada e novos computadores. Caso se queira conhecer a fundo, trabalho de Souza (2010) faz uma atualização dessas alterações.

No mesmo *site*, foram localizadas outras novidades. Em 2001, Chico Caruso estreava com videocharges. Em 2002, Heraldo Pereira é o primeiro negro a sentar-se na bancada. De 2003 a 2006, Franklin Martins atuou como comentarista. Em 2 de setembro de 2013, o Jornal Nacional passou a ser completamente em *high definition*.

Deve-se observar que, conforme será visto, o telejornal às vezes menciona no ar o seu *site* para que o telespectador o visite. Também indica superficialmente o seu trabalho. Em alguns enunciados, faz-se questão de transmitir a ideia de que se atuava com esforço. Em nenhuma circunstância são mencionadas as editorias existentes, quais sejam, Geral, Política, Economia e Internacional (SANTOS, 2013, p.70).

Seja como for, conforme traz Gomes (2012, p.310), esse programa, o mais antigo em exibição na televisão brasileira, continua representando o conjunto mais bem acabado do que caracteriza um telejornal no Brasil. Para a autora, o produto estaria investindo na cumplicidade. Ainda, de acordo com ela, “o JN está fazendo constantes negociações com o surgimento de novas tecnologias, com premissas e valores do Jornalismo, com alterações no cenário político, cultural e econômico sem perder de vista a autolegitimação do seu lugar social” (Ibid., p.328).

¹²⁶ Em: <http://memoriaglobo.globo.com/programas/jornalismo/telejornais/jornal-nacional/redacao-como-cenario.htm>. Acesso em: 5 fev. 2014.

Para finalizar essa apresentação, considera-se importante trazer um editorial que, pela data, está fora do escopo da análise, mas que sinaliza um comportamento recente do telejornal. O texto foi emitido em virtude da morte do cinegrafista Santiago Andrade, em 6 de fevereiro de 2014.:

A Rede Globo divulgou hoje o seguinte editorial. Não é só a imprensa que está de luto com a morte do nosso colega da TV Bandeirantes, Santiago Andrade. É a sociedade. Jornalistas não são pessoas especiais, não são melhores nem piores do que os outros profissionais. Mas é essencial numa democracia um jornalismo profissional que busque sempre a isenção e a correção para informar o cidadão sobre o que está acontecendo. E o cidadão, informado de maneira ampla e plural, escolha o caminho que quer seguir. Sem cidadãos informados não existe democracia. Desde as primeiras grandes manifestações de junho, que reuniram milhões de cidadãos pacificamente no Brasil todo, grupos minoritários acrescentaram a elas um ingrediente desastroso da violência e, a cada nova manifestação, passaram a hostilizar jornalistas profissionais. Foi uma atitude autoritária porque atacou a liberdade de expressão e foi uma atitude suicida porque sem os jornalistas profissionais a nação não tem como tomar conhecimento amplo das manifestações que promove. Também a polícia errou e muitas vezes. Em algumas, se excedeu de uma forma inaceitável contra os manifestantes. Em outras simplesmente decidiu se omitir. E em todos esses casos, em todos, a imprensa denunciou ou o excesso ou a omissão. A violência é condenável sempre, venha de onde vier. Ela pode atingir um manifestante, um policial, um cidadão que está na rua e que não tem nada a ver com a manifestação e pode atingir os jornalistas, que são os olhos e os ouvidos da sociedade. Toda vez que isso acontece a sociedade perde porque a violência resulta num cerceamento à liberdade de imprensa. Como um jornalista pode colher e divulgar as informações quando se vê entre paus e pedras e rojões de um lado e bombas de efeito moral e balas de borracha do outro? Os brasileiros têm o direito de se manifestar sem violência quando quiserem, contra isso ou a favor daquilo e o jornalismo profissional vai estar lá sem tomar posição a favor de lado nenhum. Exatamente como nosso colega Santiago Andrade estava fazendo na quinta-feira passada. Ele não estava ali protestando, nem combatendo protesto. Ele estava trabalhando pra que os brasileiros fossem informados da manifestação contra o aumento das passagens de ônibus e pudessem formar, com suas próprias cabeças, uma opinião sobre o assunto. Mas a violência o feriu de morte aos 49 anos, no auge da experiência, cumprindo o dever profissional. O que se espera agora é que essa morte absurda leve racionalidade aos que contaminam as manifestações com a violência. A violência tira a vida de pessoas, machuca pessoas inocentes e impede o trabalho jornalístico, que é essencial. Nós repetimos. Essencial numa democracia. A Rede Globo se solidariza com a família da Santiago, lamenta sua morte e se junta a todos que exigem que os culpados sejam identificados e exemplarmente punidos. E que a polícia investigue se por trás de violência existe algo mais do que a pura irracionalidade (JORNAL NACIONAL, 10/02/14).

Nele, há tanto o posicionamento da emissora sobre as manifestações ocorridas no país desde junho de 2013¹²⁷, a defesa do “jornalismo profissional” e as explicações de que esta atividade é essencial. Quem o leu foi William Bonner.

5.1.3.1 Enunciados Jornal Nacional

A descrição dos enunciados começa com a cronologia de dizeres de tipos variados, segue com as edições de aniversário e, ao final, contempla enunciados oficiais das Organizações Globo, que inevitavelmente tocam o JN. Mais do que conterem lições sobre o seu jornalismo, eles permitem conferir como a produção está se comportando na contemporaneidade. Algumas situações marcantes podem ter ficado de fora. Com o que se tem é possível trazer uma visão panorâmica.

Inicia-se com o encerramento de 2 de junho de 2002, dia em que a morte de Tim Lopes foi confirmada. Afora a sensibilidade de homenagear por quase nove minutos um colega e profissional da emissora assassinado no exercício de um trabalho investigativo, no texto final da edição, William Bonner, usava o nós e o você para se dirigir ao próprio Tim. Quando concluiu, o apresentador puxou um aplauso no que foi acompanhado por toda a equipe da redação, boa parte da qual vestia preto.

Tim, você sabe que nos dias tristes como hoje nos costumamos evitar o boa noite, deixando que o silêncio dos estúdios mostre toda a eloquência de nossa dor. Mas hoje nós decidimos fazer diferente. Você sempre foi um apaixonado pela profissão, sempre teve um sorriso contagiante pra alegar nossos dias, sempre vibrou diante de cada reportagem que fez (...). Os traficantes que o mataram, interromperam o seu plano e devem estar acreditando que calaram a sua voz. Estão errados. Sua voz será ouvida, cada vez mais alta em cada reportagem que nós, jornalistas do Brasil, fizermos. A sua voz vai ecoar hoje e sempre, na redação da Globo e nas casas de cada brasileiro de bem. Em vez do silêncio, o nosso aplauso (JORNAL NACIONAL, 02/06/2002).

Mais um encerramento diferenciado aconteceu depois da decisão da Copa de 2002, em 30 de junho. Desta vez, o tom era de alegria. As últimas imagens vistas pelos telespectadores eram da comemoração dos jogadores brasileiros no gramado de Yokohama no Japão. William Bonner se despediu assim:

¹²⁷ Como um dado interessante, no catálogo de vídeos do Jornal Nacional, há a categoria ‘Protestos pelo Brasil’, a única especificada por uma temática. Nela, há mais de 190 vídeos de manifestações ocorridas no Brasil e em outros países. Pode ser visto em: < <http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/>>. Acesso: 25 mar. 2014.

A homenagem do Jornal Nacional ao futebol pentacampeão mundial é com a música mandada ao espaço sideral para representar a arte dos terráqueos. Portanto, que fique bem claro: não foi por ironia que nós escolhemos um trecho da Nona Sinfonia do alemão Ludwig Van Beethoven. É a 'Ode à alegria' (JORNAL NACIONAL, 2004, p.354).

Também, em 2002, as eleições presidenciais mobilizaram decisões inéditas da emissora, conforme aponta Neves (2008). Em julho, ao longo de uma semana¹²⁸, o telejornal recebeu, ao vivo, os candidatos à presidência, acomodados à direita da tela. No primeiro dia, os apresentadores explicaram o funcionamento das entrevistas, que iniciavam os debates do pleito do referido ano. O telejornal contava possuir regras para a condução das conversas, o que beneficiaria o telespectador, pois desse modo ele poderia reconhecer o candidato mais preparado ao governo.

William Bonner: O Jornal Nacional vai fazer nesta semana uma série de entrevistas com os principais candidatos à presidência. Hoje, será a vez do candidato da coligação PPS/PTB/PDT Ciro Gomes. Amanhã, estará conosco o candidato Anthony Garotinho do PSB. Na quarta-feira, entrevistaremos José Serra do PSDB/PMDB. E na quinta-feira fecharemos essa primeira rodada de entrevistas com Luís Inácio Lula da Silva, candidato do PT e do PL.

Fátima Bernardes: A ordem das entrevistas foi definida em sorteio. Uma nova rodada no Jornal Nacional já está marcada para o fim de setembro. Os candidatos se comprometeram a não usar as entrevistas no todo ou em parte na propaganda eleitoral obrigatória na TV e nos pediram que registrássemos esse compromisso no ar.

William Bonner: O tempo de cada entrevista, aqui no Jornal Nacional, será de dez minutos com tolerância máxima de trinta segundos. Se o candidato ultrapassar esse tempo, a entrevista será interrompida imediatamente para não prejudicar os demais candidatos.

Fátima Bernardes: Hoje, a Rede Globo dá início à cobertura dessas eleições. Nós vamos privilegiar sempre o debate de ideias e a discussão de programas de governo. Aqui não se verá a troca de ofensas pessoais ou de acusações. E o motivo é simples: o seu interesse telespectador, eleitor, não está em saber quem ataca ou acusa melhor o adversário. Você quer saber, simplesmente, quem está mais preparado para governar o país. Boa noite, então! Vamos a nossa primeira entrevista (JORNAL NACIONAL, 07/ 2002)¹²⁹.

Concluídas as eleições, com a vitória de Luís Inácio Lula da Silva, em 28 de outubro, o JN modificava a sua estrutura com o envio de William Bonner à Globo de

¹²⁸ Não se conseguiu precisar a data, mas deve ter ocorrido na segunda semana de julho como há em: <<http://observatoriodaimprensa.com.br/news/showNews/asp170720023.htm>>. Acesso em: 3 mar. 2014.

¹²⁹ O vídeo pode ser consultado em: <<http://www.youtube.com/watch?v=LzzPvnR1TT8>>. Acesso em: 2 mar. 2014.

São Paulo para receber o novo presidente. O apresentador, como um anfitrião, estava de pé. Logo em seu início, comunicava-se o diferencial do dia ¹³⁰:

Fátima Bernardes: Boa noite! A primeira edição do Jornal Nacional depois da maior eleição da história do Brasil vai ser especial. Nós vamos aos nossos estúdios de São Paulo, onde está William Bonner. Boa noite, William!

William Bonner: Boa noite, Fátima! Boa noite a todos! É uma edição especial de fato porque nós temos a honra de receber o presidente eleito Luís Inácio Lula da Silva, que eu tenho o prazer de cumprimentar agora. Presidente, por favor, por aqui. (imagens de Lula na redação, seguindo à bancada habitualmente utilizada no Jornal da Globo. Bonner está de pé para recebê-lo). Seja bem-vindo. E eu lhe agradeço em nome de todos os profissionais da Rede Globo. Em nome de todos os brasileiros. Essa deferência especial de nos visitar, no seu primeiro dia como presidente eleito. (os dois se sentam). Primeiramente, parabéns e boa noite! (JORNAL NACIONAL, 28/10/2002).

Fausto Neto (2003) aponta que recursos como esses são característicos do processo de midiaticização das eleições. Ao promover situações assim, o JN permite que o candidato seja um dos co-gestores da própria realidade tele informativa.

Em primeiro lugar, ele ‘subverte’ a própria natureza do telejornal, na medida em que co-divide fisicamente o espaço da bancada com os entrevistados. (...). Em segundo lugar, o próprio desenho da emissão é refeito, com suas rotinas sendo alteradas, na medida em que, nessas condições, o telejornal está fazendo ao seu modo, de maneira privada, algo da ordem de um debate público, ‘despistado’, ou também, o que poderia ser o seu ‘horário político privado’ (FAUSTO NETO, 2003, p.95).

Em 7 de agosto de 2003, na ocasião da morte de Roberto Marinho, presidente das Organizações Globo, o telejornal teve uma edição emblemática com grande repercussão por causa emoção incorporada por William Bonner¹³¹. Na fala, houve espaço para agradecer as deferências prestadas, reafirmar os compromissos das Organizações Globo. Com o jornalista a TV Globo aprendera a fazer tudo com verdade, qualidade e ética. Prometia-se continuar com a sua obra.

William Bonner: Neste momento de extrema dor, a manifestação de respeito, carinho e admiração do povo brasileiro pela figura do nosso pai nos comoveu, nos emocionou e nos consolou. A imagem de dois estádios de futebol, logo após o anúncio de sua morte, com jogadores, árbitros, dirigentes e fundamentalmente o povo prestando um minuto de silêncio é uma cena que guardaremos pra sempre em nossa memória. Da mesma forma foi eloquente o minuto de silêncio que a Câmara dos Deputados também fez

¹³⁰ Seguir para: < <http://www.youtube.com/watch?v=n1jBYv56nwc>>. Acesso em: 2 mar. 2014.

¹³¹ O vídeo está em: < <https://www.youtube.com/watch?v=rHbSX5A7E8w>>. Acesso em: 2 mar. 2014.

em homenagem a Roberto Marinho, interrompendo uma votação importante, envolvendo pontos de uma reforma tão polêmica como a da previdência. Também as palavras de sua importância, vindas de jornalistas, de artistas, escritores, políticos, empresários, esportistas, gente do povo nos tocaram profundamente. Seremos eternamente gratos por esses gestos. Mas, mais do que nos consolar, todas essas manifestações reforçaram em nós a convicção de que a morte de Roberto Marinho só aumenta a nossa responsabilidade porque deixam claro que o povo brasileiro reconhece espontaneamente não só a relevância de nosso pai para a vida do país, mas principalmente de sua obra. Uma obra que sempre se pautou pela defesa do patrimônio nacional, da cultura brasileira e dos valores mais caros ao Brasil. O povo brasileiro se vê em nossos jornais, rádios, televisão, internet, na Fundação Roberto Marinho, porque somos brasileiros trabalhando para brasileiros. Quando hoje avaliamos o legado de nosso pai, temos orgulho de todos os nossos veículos, seja a Globo, seja O Globo. O jornal O Globo, onde tudo começou. Ou o Extra e o Diário de São Paulo, iniciativas mais recentes. Ou o sistema Globo de rádio, a editora Globo, a Globosat e a globo.com. Porque todos retratam e defendem o nosso país. A TV Globo é uma emissora com seis horas diárias de jornalismo de qualidade no ar e com uma produção artística genuinamente nacional em volume sem igual no Brasil. É, nela, que o nosso povo se informa e se diverte. O que a torna um fator importante de integração nacional. Tudo isso demonstra que a obra de nosso pai é uma contribuição decisiva para a manutenção de nossa cultura e para a defesa dos valores democráticos do nosso povo. A vida de Roberto Marinho foi sem dúvida vitoriosa e esta é a imagem que o povo brasileiro guarda dele. Mas ele foi vitorioso também porque soube superar, uma a uma, as crises, algumas graves que se puseram em seu caminho. Em nosso longo convívio, aprendemos com ele a buscar sempre a verdade, a fazer tudo com a qualidade que o nosso povo exige e com a ética de que não podem abrir mão os homens de bem. E com ele aprendemos como manter no rumo as empresas vitoriosas que fazem parte das Organizações Globo. Obstáculos virão, mas, como nosso pai, saberemos superá-los. Porque também com ele aprendemos a lição mais importante. A obra de Roberto Marinho partiu de um ideal dele, mas só pôde ser concretizada porque foi resultado de uma aliança entre jornalistas, artistas, escritores, profissionais da cultura e o povo brasileiro. Não somente preservar, mas ampliar essa obra é o nosso compromisso. E ela será ampliada não apenas porque esse é o nosso desejo, mas porque pretendemos manter intacta esta aliança que a originou. Esta é a nossa intenção. Está é a nossa determinação. (pausa na leitura por ter se emocionado). Este é o nosso compromisso. Eu vou concluir. Assina a carta Roberto Irineu, João Roberto e José Roberto Marinho. Até amanhã! (JORNAL NACIONAL, 07/08/2003).

Em 2006, novamente os candidatos seriam arguidos no programa. Os vídeos, no entanto, não foram localizados na pesquisa talvez porque, como menciona Albuquerque (2013), menos investigações científicas foram produzidas sobre essas eleições. A esse despeito, o que marcaria a cobertura eleitoral desse ano foi a Caravana JN, um projeto que percorreu os 27 estados de julho a outubro. Um ônibus trailer foi preparado e adaptado para a geração e a edição das imagens de qualquer canto do país. Pedro Bial esteve à frente de uma equipe de 15 pessoas. Todas as noites, com o intuito de mapear

os desejos dos brasileiros para o próximo presidente, ele aparecia ao vivo em uma cidade diferente¹³². No primeiro dia de exibição¹³³:

Fátima Bernardes: Boa noite! Esta segunda-feira, 31 de julho marca o início de um projeto especial do Jornal Nacional para as eleições 2006. Vamos imediatamente para o sul do Brasil pra saber, e hoje é minha vez de perguntar, onde está você, William?

William Bonner: Boa noite, Fátima! Boa noite a todos! Eu estou, nós estamos, nossa equipe imensa está na cidade de São Miguel das Missões bem na frente das ruínas da Igreja de São Miguel, que foi construída no século XVIII. É aqui o ponto de partida da Caravana do Jornal Nacional que percorrer todas as regiões brasileiras até o fim de setembro às vésperas da eleição. Até lá, a cada duas semanas, ou você, Fátima, ou eu, um de nós vai apresentar o Jornal Nacional ao vivo de uma cidade que simbolize a região visitada. Esse projeto vai mostrar também, todas as noites, os anseios, os desejos, dos cidadãos brasileiros como os que nos receberam tão carinhosamente aqui nas missões, que vieram assistir ao Jornal Nacional nessa noite gelada e que estão acolhendo calorosamente. Logo ali também o Pedro Bial. Boa Noite, Pedro!

Pedro Bial: Boa noite, William! Sem dúvida a escolha de São Miguel das Missões se deveu a posição geográfica, já que, partindo do sul, nós temos mais chances de encontrar o norte de nossa missão. Além do que, aqui há três séculos, há mais de três séculos, realizou-se uma das mais ousadas experiências sociais da história. As missões jesuítas, que foram muito além de um projeto de catequese. O território missionário chegou a se espalhar por partes do que é hoje Paraguai, Uruguai, Argentina, Paraná, Santa Catarina e, é claro, o Rio Grande do Sul, a terra gaúcha (JORNAL NACIONAL, 31/07/2006).

De acordo com Fernandes (2009, p.99), inicialmente o projeto aconteceria por dois meses antes do primeiro turno. Porém, ele terminou ampliado, sendo exibido por 56 dias¹³⁴. Moraes (2009) complementa que a Caravana se estendeu por 76 cidades. Carvalho (2012), em estudo de recepção com moradores de duas das cidades contempladas pela experiência, constatou que os espectadores se sentiram mais conectados ao programa e à própria cidade com a passagem do ônibus especialmente preparado para a empreitada.

Em 15 de novembro de 2008, o Jornal Nacional anunciava desse modo abertura a vitória de Barack Obama para presidente dos Estados Unidos.

¹³² Informações de: <<http://memoriaglobo.globo.com/programas/jornalismo/telejornais/jornal-nacional/caravana-jn-e-desejos-do-brasil.htm>>. Acesso em: 3 mar. 2014.

¹³³ Para ver o vídeo: <<http://globotv.globo.com/rede-globo/memoria-globo/v/eleicoes-presidenciais-2006/2337970/>>. Acesso em: 4 mar. 2014.

¹³⁴ A experiência foi lançada em dois DVDs, por representarem ‘grandes momentos do jornalismo da TV Globo’.

Boa Noite. Existem dias em que o jornalismo registra fatos que, no futuro, serão contados nos livros – e serão guardados por gerações. Nesses dias, o que o jornalismo faz é escrever a história. É um capítulo da história que o Jornal Nacional começa a contar, a partir de agora, ao vivo, de Washington, com William Bonner (BONNER, 2009, p.97).

Do ano de 2010, três situações merecem ser explicitadas. A primeira é a edição de 21 de abril, data em que Brasília completava 50 anos. William Bonner estava na cidade e de lá apresentava o JN. A excepcionalidade da edição pôde ser percebida desde a escalada e a vinheta. Os acordes iniciais do telejornal vieram acompanhados de imagens antigas, em preto-e-branco, da capital do país. Os apresentadores começaram:

Fátima Bernardes: Boa noite! No aniversário de Brasília, é de lá que William Bonner abre esta edição do Jornal Nacional. Boa Noite, William!

William Bonner: Boa noite, Fátima! Boa noite a todos! A capital do Brasil completa hoje 50 anos com a participação do povo daqui. E com a cobertura dos nossos repórteres, como Júlio Mosquera que fala ao vivo, Júlio (JORNAL NACIONAL, 21/04/2010).

O que foi exibido nesta noite não seguiu a estrutura padrão do telejornal. Porém, o deslocamento do apresentador à capital, a inserção de depoimentos de personalidades nascidas na cidade ao final e ao início de cada bloco, a programação visual que incluía selos e vinhetas exclusivos, a maior dinamicidade com a exploração de entradas ao vivo envolvendo vários repórteres, etc., não foi encadeado a um discurso que falasse do jornalismo. Com o que era exibido, os telespectadores puderam novamente ter uma dimensão do que o telejornal era capaz de executar.

Na Copa do Mundo de 2010, Fátima Bernardes acompanhou a seleção brasileira na disputa na África do Sul. De 7 de junho a 2 de junho, ela entrou ao vivo no telejornal. A sincronização entre som e imagem permitiu que os apresentadores dialogassem. Por repetidas vezes, as falas possuíam traços humorísticos, algo até pouco tempo impensável para o Jornal Nacional, sempre seguidor das formalidades que desvelavam para uma imagem de seriedade entrelaçada à sisudez do telejornal de rede mais antigo e mais assistido no país (DINIZ, 2013b).

Em alguns momentos, parecia haver uma conversa familiar. Por quase todas as noites durante 21 dias, William Bonner repetiu a expressão “Onde está você Fátima Bernardes?”. No referido ano, a primeira vez que os telespectadores ouviram essa pergunta foi em 7 de junho. Nela, já se prenunciavam as situações inesperadas que

seriam acompanhadas com o passar dos dias. A seguir, a descrição da fala inicial do programa pronunciada pelo apresentador.

William Bonner: A cada quatro anos, o brasileiro que gosta de futebol entra em sintonia com a Copa do Mundo e quem não gosta também. E quase todo mundo fala disso, todo mundo quer saber das seleções, do país do Mundial. Por isso, a cada quatro anos, a Globo manda uma equipe enorme de profissionais ao país sede. Este ano, foram mais de 200 pra África do Sul. E eu aqui sozinho nessa bancada, me vejo na obrigação de perguntar: onde está você Fátima Bernardes? (JORNAL NACIONAL, 07/06/10).

O discurso demonstra pelo próprio tamanho, acima do comum no JN para a chamada de outro jornalista ao vivo, qual foi o tom que iria marcar os momentos de interação entre os apresentadores. Utilizado em Copas anteriores, o “onde está você Fátima Bernardes” se transformou em um bordão popular a tal ponto que uma das inovações da cobertura da Copa 2010 foi nomear o blog exclusivo da Fátima Bernardes com essa expressão. A iniciativa rende outro estudo, mas por aqui vale ressaltar a utilização do pronome em primeira pessoa e o discurso redigido como um diálogo constante com os internautas. Entre as postagens mais famosas, está o vídeo com a apresentadora mostrando os cachecóis usados por ela no JN, após estes despertarem o interesse da audiência. Também vale salientar a presença de fotos dos bastidores, como as nos estádios e aquelas que mostram o roteiro dos dias de folga, fazendo de Fátima mais uma torcedora e turista na Copa. Bara (2010, p.9) recorda que no mesmo período William Bonner, em sua conta pessoal no microblog *Twitter*, referiu-se a sua esposa e apresentadora em postagens, como “Onde está? Onde?” e “Lá vem a Fátima”.

Por dois dias, Fátima Bernardes não apresentou o jornal por estar de repouso médico em decorrência de uma faringite. A doença já havia se manifestado dias antes. Em 15 de junho de 2010, Bonner com uma entonação diferente da usual, como uma brincadeira, cochichava com a apresentadora.

William Bonner: Olá, boa noite! A ansiedade do jogo de estreia passou e a gente saiu dele com a vitória. Fátima Bernardes, que deve ter gritado muito no estádio, fala com o que restou de voz ao vivo de Joanesburgo. Boa noite, fala baixinho Fátima...

Fátima Bernardes: Boa noite, William! Boa noite a todos! Eu não gritei nada porque eu já fui pra lá rouca. Porque a ansiedade pode ter diminuído, William, mas o frio por aqui só aumentou. Tá assim de congelar pés, mãos, no estádio Ellis Park, de um jeito que há 40 minutos mais ou menos a temperatura lá fora era de menos 1°C. Então, não foi grito não, foi o frio mesmo. Cada vez que falava um pouquinho, o ar gelado, tava prejudicando. Mas vamos seguindo que vai dar pra fazer até o fim (JORNAL, NACIONAL, 15/06/10).

Ao final do programa, os dois se despediram com Fátima Bernardes dizendo que esperava retornar no dia seguinte já recuperada e com William Bonner desejando melhoras para a voz dela e dando votos de um bom descanso. Em dia 30 de junho, ciente de que o foco de atenção do público nos primeiros instantes do Jornal Nacional seria o gorro que a apresentadora usava, Bonner iniciou o noticiário, comentando sobre esse adereço. Ele fez até uma variação no bordão, provocando risos entre ele, a esposa e, certamente, entre os telespectadores.

William Bonner: Olá, boa noite! Vamos pra África do Sul no dia em que parte da equipe da Globo fechou as malas e mudou de cidade. Ontem, a apresentação do Jornal Nacional foi em Joanesburgo e, hoje, com mantô, cachecol e gorrinho, onde está você, Fátima Bernardes? Na Antártica?

Fátima Bernardes: Não, não. Eu estou em Porto Elizabeth, William. Boa noite a todos! Só que eu estou de frente ao Oceano Índico, um vento frio, 10° C, com uma sensação térmica de bem menos. A cidade de Porto Elizabeth é conhecida por seu vento e faz jus completamente ao nome. Até tentei prender o cabelo, mas a orelha não aguentou não (JORNAL NACIONAL, 30/06/10).

Os exemplos dos diálogos, que deixavam mostrar traços de intimidade, desferidos pelos apresentadores Fátima Bernardes e William Bonner durante a Copa 2010 podem ser indícios de que há algo ocorrendo. Mais do que modificações possíveis ao formato, eles são capazes de incutir diferenças na imagem que o telespectador faz do telejornal. Há de se concordar que a produção de sentido de uma apresentação com os dois jornalistas no estúdio, quase sem trocas de turnos de falas entre eles, não é o mesmo que uma apresentação onde há o deslocamento espacial de um dos apresentadores, que trocam turnos de falas semelhantes aos existentes nos gêneros conversacionais.

Acredita-se que a inclusão de diálogos entre os apresentadores, principalmente aqueles que não possuem vinculação direta com nenhum fato ocorrido, faz com que o público sintam-se mais próximo do programa. No Jornal Nacional, se antes era impensável intercalar as notícias com esses bate-papos, visto que isso poderia influir negativamente na credibilidade do noticiário, agora, talvez, esteja sendo verificado como a própria credibilidade pode ser aumentada se os telespectadores se sentirem contemplados por aquilo a que assistem.

Ainda em 2010, devido às eleições majoritárias, o telejornal novamente promoveu outro projeto, o JN no Ar. Desta vez, todo o Brasil seria percorrido não pelas

estradas, mas pelo ar. Antes de sua estreia em 23 de agosto, dedicou-se pouco mais de cinco minutos, para explicá-lo¹³⁵. Abaixo, foram transcritos os dizeres dos apresentadores.

William Bonner: Você vai conhecer agora o projeto especial do Jornal Nacional pras eleições 2010. Você deve lembrar que em 2006 nós tivemos aqui a Caravana JN. A nossa equipe correu o país de ônibus e de barco pra investigar os desejos dos brasileiros naquele momento às vésperas da eleição.

Fátima Bernardes: Este ano uma equipe do Jornal Nacional, comandada por Ernesto Paglia, vai visitar uma cidade de cada estado brasileiro e o distrito federal.

William Bonner: Na noite de 23 de agosto vai decolar o projeto JN no Ar (JORNAL NACIONAL, 08/2010).

Depois desses dizeres, entraram a vinheta do projeto e, na sequência, um vídeo de Ernesto Paglia com imagens do avião sendo preparado e arrumado com os equipamentos da equipe jornalística. Decidiu-se trazer a sua transcrição abaixo porque nele se informa como toda a iniciativa seria possível.

A democracia voa com as asas da informação. E nós vamos decolar Brasil adentro pra ajudar a informar o seu voto. Nas últimas cinco semanas antes da eleição, nossa equipe vai embarcar diariamente neste avião e disparar a jato, a mais de 800 quilômetros por hora para um pedaço do Brasil que o eleitor vai ver em seguida no Jornal Nacional. (passagem com o repórter) ‘Vamos voar pelo menos 55 horas a bordo desse jato executivo de fabricação francesa. As asas do Falcon 2000 são capazes de nos levar a qualquer ponto do território nacional sem escalas. Dá pra cruzar o mapa de Porto Alegre a Rio Branco em pouco mais de três horas’. Na bagagem 700 quilos de equipamento, eletrônicos que serão montados em cada aeroporto para enviar nossas reportagens de qualquer lugar do país e nos conectar ao vivo, toda noite, aos estúdios do Jornal Nacional. Nosso rumo poderá ser uma entre as mais de 400 cidades, nos 26 estados e no distrito federal. A equipe de terra trabalha desde outubro do ano passado num levantamento impressionantes pra me dar suporte em cada cidade onde eu chegar. E, antes de cada reportagem, o telespectador vai ver um retrato do estado, feito com base em dados de pesquisas de instituições respeitadas, como o IBGE. (passagem com o repórter) ‘Mas, e como vai ser decidido o nosso destino de cada noite? Pra onde vamos decolar a bordo de nosso super-jato? Por favor, expliquem isso, William e Fátima (JORNAL NACIONAL, 08/2010).

Retomadas as imagens do estúdio, os apresentadores tornam a falar. Trazem informações de como seriam escolhidas as cidades visitadas pelo projeto:

¹³⁵ Seguir para: <<http://www.youtube.com/watch?v=p0M6KS5L66c>>. Acesso em: 4 mar. 2014.

William Bonner: A cidade de destino do Paglia vai ser decidida aqui durante o Jornal Nacional por sorteio. Antes a gente vai determinar qual será o estado a ser visitado, que é uma forma de garantir que o deslocamento da equipe será feito dentro de um tempo razoável, com segurança, e em condições de realizar em seguida uma reportagem.

Fátima Bernardes: Nesta urna estarão os nomes de municípios com mais de 40 mil habitantes. Em estados onde esses municípios forem raros, nós teremos também cidades menores para ampliar as opções. Todas as cidades estão no máximo a 1h30 de carro ao aeroporto mais próximo. Assim a equipe do Paglia pode chegar na mesma noite e começar a trabalhar na manhã seguinte. A empresa de auditoria PricewaterhouseCoopers vai fiscalizar os sorteios. Vai ser aqui, ao vivo. Só como um exemplo, hoje, essa urna tem cidades de Minas Gerais. A gente vai tirar um papelzinho. Betim, Minas Gerais. Vai mostrar o nome da cidade e contar pro Paglia, que já estará no aeroporto, esperando o resultado do sorteio (JORNAL NACIONAL, 08/2010).

Comprovando o considerável tempo reservado a ação, outro vídeo de Ernesto Paglia seria veiculado. O foco era sobre como se chegaria às localidades, em como todo o trabalho seria empreendido. Mais ao final, inseria-se a pretensão da proposta de ao mesmo tempo fazer um retrato nacional e de auxiliar os telespectadores no seu voto.

As poderosas turbinas do Falcon 2000 são indispensáveis pra quem, como nós, precisa correr o país todo num curto espaço de tempo. Mas elas também impõem algumas limitações. Não é qualquer aeroporto brasileiro que aceita um avião deste porte. E pra muitos lugares não há, sequer, a opção de ir de carro. E, como nós queremos ir ao maior número possível de cidades em todos os estados do país, é preciso ter um plano B. E o nosso é Classe A, um segundo avião, uma espécie de quatro por quatro dos ares, um caravan, um avião capaz de pousar em praticamente qualquer pista brasileira. O caravan é o complemento ideal pra jornada que começa a bordo do jato. E ele já está quase pronto pra missão, inédita para nós e para veteranos como o comandante Guedes, 35 anos que aviação, mais de 20 só na FAB, o piloto nunca encarou um desafio como esta cobertura. (sonora com o comandante). 'Isso tudo vai fazer um quadro bem elucidativo do nosso país que é tão grande, né? As pessoas no sul não estão sabendo nem o que está acontecendo no norte. Consequentemente, vai poder proporcionar um voto mais consciente'. Em cada cidade que visitarmos, vamos buscar respostas. O que pode melhorar? O que o lugar tem de bom para mostrar ao país? O que o Brasil pode aprender com o povo de suas cidades? E vamos falar também daquilo que não aparece nas planilhas. Mas faz o orgulho de cada lugar. O bom humor de seus moradores, suas ruas limpas, sua riqueza de cultura e história. Na edição seguinte do JN nossa jornada se repete, com rapidez, eficiência, tecnologia e investimento. Nenhum estado vai ficar de fora. Em 27 dias no ar, cinco semanas, de segunda a sexta, vamos construir um retrato das riquezas e diferenças deste país. Um voo para ajudar você a escolher melhor quem vai pilotar o Brasil depois da próxima eleição.

William Bonner: Começa em 23 de agosto (JORNAL NACIONAL, 08/2010).

No dia da estreia, como estava virando praxe nos projetos especiais, um dos apresentadores não estava no estúdio.

Fátima Bernardes: Estreia hoje o JN no Ar, que vai apresentar aos brasileiros um retrato do país, os desafios que precisam ser vencidos e das conquistas que devem ser preservadas. William Bonner está no Amapá, em Macapá, e vai explicar pra gente por que. Boa noite, William!

William Bonner: Boa noite, Fátima! Boa noite a todos! Vocês escutam aí a saudação da multidão que nos acompanha na fortaleza de São José, em Macapá. Não tá feia a festa aqui não, Fátima. A gente tá aqui com apoio da TV Amapá, da Rede Amazônica, que é afiliada da Rede Globo aqui no norte do país. A gente lembra que, em 2006, na última eleição presidencial, a Caravana JN começou pelo sul do Brasil. Começou lá no Rio Grande do Sul. Então, dessa vez, nós decidimos inverter o eixo e fazer o nosso avião decolar, do projeto JN no Ar, partindo do norte do Brasil. O Amapá tinha até outro dia a fama de ter o extremo norte do Brasil, o Oiapoque, né? Desde 1998, o extremo norte do Brasil é considerado em Roraima, o Monte Caboraí. Mas, de qualquer maneira, até hoje no Brasil, quando se fala do Oiapoque ao Chuí a ideia de que se tem é de algo que aconteça no Brasil inteiro, né? Então, isso explica em parte o simbolismo de estarmos aqui no Amapá, no início desse projeto do JN no Ar. A capital do Amapá, Macapá, onde estamos, dista 1.791 quilômetros de Brasília e tem aqui meio milhão de habitantes. Nós chegamos aqui no último sábado e tivemos a oportunidade de testemunhar, de comprovar alguns aspectos curiosos e outros muito importantes do estado do Amapá e da capital Macapá. Um deles é o fato de que aqui 91% da cobertura vegetal original do Amapá ainda é preservada. Ainda são preservados 91%. Outro aspecto muito importante que a gente tem na capital do estado do Amapá é essa construção maravilhosa que está aqui atrás. Eu estive lá dentro e a gente vai ver mais ou menos como é que é (JORNAL NACIONAL, 23/08/2010).

O quadro prosseguiu por cinco semanas e foi concluído no Rio Grande do Sul, no município de Rio Grande em 30 de setembro de 2009. No mesmo dia, William Bonner conduziria o debate presidencial do 1º turno das eleições e do estúdio. Do mesmo local onde ocorreria a exposição de ideias entre os candidatos, ele comunicava¹³⁶: “Nesta edição, está terminando o nosso projeto especial pras eleições. A equipe do JN no Ar mostra como foi a visita ao último estado do roteiro”. Entrava aí um resumo do estado visitado e de seus indicadores sociais e hábitos de vida. Depois, Fátima Bernardes dialogava com Ernesto Paglia, que fazia um breve resumo da cidade de Rio Grande, na sequência apresentada em vídeo. Quando este terminou, os profissionais que atuaram nas viagens estavam ao lado do repórter. A todos se desejava um bom voto¹³⁷.

¹³⁶ Ver: < <http://www.youtube.com/watch?v=JPya-q8QZk8>>. Acesso em: 4 mar. 2014.

¹³⁷ No ano seguinte, em maio, as Organizações Globo lançaram o livro Diário de Bordo com relatos do dia a dia dos bastidores das reportagens. Ver: < <http://memoriaglobo.globo.com/programas/jornalismo/telejornais/jornal-nacional/jn-no-ar.htm>>. Acesso em: 4 mar. 2014.

No dia 3, Paglia, tratado como comandante do JN no Ar, foi entrevistado no telejornal. Somente um pequeno trecho da conversa foi localizado¹³⁸:

Fátima Bernardes: Bom, nós vamos conversar agora ao vivo com o comandante de toda essa jornada, o repórter Ernesto Paglia. Boa noite! E eu vou começar logo com uma pergunta que muita gente me fez e é muito melhor você responder. Quê que acontecia a partir do momento em que a gente dizia pra você a cidade pra onde você e toda a equipe tinham que se deslocar? (JORNAL NACIONAL, 03/10/2010).

Depois da votação, confirmada a vitória de Dilma Rousseff em segundo turno, o JN da edição de 1º de novembro de 2010¹³⁹ era basicamente composto por desdobramentos dessa decisão política. William Bonner havia sido deslocado à Brasília para entrevistar a presidente eleita. Antes de o apresentador aparecer, foi rodada a vinheta do JN no Ar a partir da qual se iniciava a narração:

William Bonner: O avião do projeto JN no Ar pousou na capital federal por volta de 1h15 da tarde. Nós viemos mostrar mudanças que vêm por aí com a eleição de Dilma Rousseff. Dilma vai mudar de endereço presidencial e deve ser em janeiro (JORNAL NACIONAL, 01/11/2010).

No restante do vídeo, o jornalista informava a mudança de endereço da presidente eleita. Terminadas as imagens gravadas, Bonner era visto no estúdio da capital federal, de onde faria a chamada de mais reportagens políticas. Em 1º de janeiro de 2011, a posse da presidente fez o jornalista retornar à capital para, desse local, de novo, apresentar o telejornal. Muneiro, Straliotto e Oliveira (2012) discorrem que neste dia a vinheta do programa fora composta por imagens do acontecimento político. Fátima Bernardes, na bancada do telejornal, iniciava o programa com “1º de janeiro de 2011”. A chamada era complementada por William Bonner: “uma mulher assume a presidência do Brasil”. Toda escalada era voltada à posse.

Com a conclusão desta primeira fase do projeto foi editado o livro JN no ar: cruzando o país numa cobertura histórica, de 2011, no qual Ernesto Paglia contava os bastidores da expedição realizada. Além disso, durante toda a experiência, um blog foi alimentado e ainda hoje o seu *link* ainda está *site* do telejornal¹⁴⁰. Nele, é possível assistir às reportagens produzidas e ler. Uma conta no *twitter* também foi criada¹⁴¹.

¹³⁸ Ver: < <http://www.youtube.com/watch?v=xRk1apYwlvU>>. Acesso em: 4 mar. 2014.

¹³⁹ Seguir para: < <http://www.youtube.com/watch?v=8Y9hGxK-LqU>>. Acesso em: 4 mar. 2014.

¹⁴⁰ Seguir: <<http://g1.globo.com/jornal-nacional/jnnoar.html>>. Acesso em: 5 mar. 2014.

¹⁴¹ A sua movimentação pode ser vista em: <<https://twitter.com/JNnoAr>>. Acesso em: 5 mar. 2014.

Ademais das situações já referidas, o avião do projeto, não mais com um mesmo repórter, seria aproveitado em outros momentos. Com ele, os repórteres se dirigiriam a alguns municípios ou por causa de alguma denúncia feita ou em razão de alguma série especial. Em maio de 2011, foi realizada a Blitz na Educação com a visita a cinco cidades, uma de cada região, escolhidas por sorteio.

Fátima Bernardes: E a primeira cidade visitada pela Blitz da Educação foi sorteada ontem à noite no Fantástico. Fica na região sul, tem 239 mil habitantes e é conhecida como a capital do calçado. André Luiz Azevedo, o que foi que vocês encontraram nas escolas de Novo Hamburgo, aí no Rio Grande do Sul? (JORNAL NACIONAL, 24/05/2011).

Antes de serem mostradas as melhores e as piores escolas da cidade, o repórter introduzia ao telespectador, com uso de imagens, o que ele e a equipe enfrentaram logo após a escolha da primeira cidade.

Decolamos embaixo de chuva e 1h40 depois pousamos em Porto Alegre com toda a equipe do JN no Ar. Ainda estava escuro quando saímos em direção a Novo Hamburgo a cerca de 135 quilômetros da capital gaúcha, a primeira cidade sorteada neste novo projeto do JN no Ar (JORNAL NACIONAL, 24/05/2011).

O projeto do JN no Ar seguiria no mesmo mês para Pernambuco para mostrar cidades atingidas pela chuva. Entre 7 a 12 de novembro, o repórter Bruno Laurence fez uma blitz nas cidades que sediariam a Copa das Confederações em 2013. De 30 de outubro a 3 de novembro de 2012, o assunto foi a migração de trabalhadores brasileiros¹⁴². Segundo Marques e Dourado (2011, p. 9), as reportagens exibidas pelo JN no Ar tinham em torno de 5 minutos, três a mais do que as da Caravana JN. O tempo a mais teria permitido uma apuração melhor com mais fontes entrevistadas e uma maior explicitação de dados.

Em 1º de dezembro de 2011, foi divulgada a saída de Fátima Bernardes e a sua substituição por Patrícia Poeta. Na mesma noite, após a realização de uma coletiva de imprensa no turno da tarde, os telespectadores receberam a novidade:

William Bonner: A TV Globo anunciou hoje no Rio de Janeiro novidades na programação. A minha companheira de bancada aqui, Fátima Bernardes, vai comandar um programa novo, né Fátima? Daqui a pouco ela conta.

Fátima Bernardes: Novíssimo!

¹⁴² Informações retiradas de: < <http://memoriaglobo.globo.com/programas/jornalismo/telejornais/jornal-nacional/jn-no-ar.htm>>. Acesso em: 2 mar. 2014.

William Bonner: É um projeto que ela mesma propôs. A partir da semana que vem, a cadeira aqui ao meu lado passará a ser ocupada por Patrícia Poeta, jornalista, nossa colega do Fantástico. E o lugar de Patrícia no Fantástico será de Renata Ceribelli. Renata é quem vai assumir esse lugar. É melhor Fátima explicar.

(entra vídeo com Fátima Bernardes na coletiva de imprensa que anunciou a sua saída)

Fátima Bernardes: William, antes de encerrar, uma curiosidade que eu preciso contar. Eu gravei essa reportagem de despedida hoje com o repórter cinematográfico José de Arimateia. O mesmo cinegrafista que estava comigo na primeira reportagem para o JN. É mais uma coincidência.

William Bonner: Foi uma coincidência.

Fátima Bernardes: Uma coincidência total, absoluta. Comentamos isso quando nos vimos lá e as duas reportagens foram gravadas no mesmo local, um hotel no Leme, na zona sul do Rio. Hoje, para essa coletiva. Naquela época para falar do Réveillon do Rio de Janeiro. Bem, eu ainda estarei aqui amanhã, no sábado e na segunda-feira para um JN Especial com a presença da Patrícia Poeta. Nós vamos conversar aqui sobre as mudanças e os novos desafios de cada uma. E a gente conta com você para nos acompanhar nesse momento importante do Jornal Nacional.

William Bonner: Eu acho que ninguém vai querer perder não. Tem uma curiosidade muito grande sobre o seu programa novo. Vamos ver até onde você pode contar novidades na segunda-feira. A gente vai ter outras notícias logo mais no Jornal da Globo, depois de Amor e Sexo. Boa Noite!

Fátima Bernardes: Uma boa noite pra você e até amanhã! (JORNAL NACIONAL, 01/12/11)

Mesmo transcorridos apenas cinco dias entre o anúncio da novidade e a saída da jornalista, Mourão e Ota (2012) consideram que a Globo dedicou enorme atenção para divulgar a troca de apresentadoras, o que comprovaria a importância do profissional que ocupa esta função. Corroborando com esse ponto de vista, Bara, Vargas e Coutinho (2012) verificaram que, de fato, os telespectadores utilizaram bastante a internet para se manifestar sobre a substituição. Sustos, tristeza, votos de boa sorte à Fátima estiveram entre as reações gerais esboçadas nos dias imediatamente depois do anúncio. Bara (2012) acredita que existe um processo de personificação do programa gerado pelos seus âncoras. Isso ajudaria a entender a mobilização em torno dessa saída.

Como demonstrou Hagen (2004), os apresentadores tornaram-se conhecidos a tal ponto que eles e o programa teriam constituído um só todo.

Ao projetar-se sobre um outro, um 'duplo', o casal impregna o espaço do Jornal Nacional com o 'talento jornalístico e o sucesso pleno na vida', ao mesmo tempo em que se deixa impregnar pelo 'paradigma do telejornal mais famoso do Brasil', não deixando claro onde começa um e termina outro. Bernardes e Bonner são o Jornal Nacional, ao mesmo tempo em que o Jornal é eles (HAGEN, 2004, p. 29).

Assim, em 5 de dezembro de 2011, depois de catorze anos, o telejornal é apresentado pela última vez por Fátima Bernardes. Na escalada da edição do dia William Bonner comunicava a despedida da apresentadora com as boas vindas de Patrícia Poeta. No bloco final da edição, cuja duração passou dos dezessete minutos, Bonner começava de pé para receber Patrícia Poeta, dando as mãos a ela. Bernardes também estava de pé para dar as boas vindas e direcioná-la à cadeira do entrevistado. O diálogo¹⁴³ dos três está no **quadro 29** abaixo.

Último dia de Fátima Bernardes no Jornal Nacional
William Bonner: Você deve estar sabendo, hoje é um dia especial pra história do Jornal Nacional. Fátima Bernardes está fazendo a sua última apresentação porque vai passar a apresentar um programa no ano que vem. E no lugar dela quem assume é Patrícia Poeta. Bem vinda, Patrícia! Patrícia Poeta: Boa noite, Bonner! Boa Noite, Fátima! Fátima Bernardes: Bem vinda! Patrícia Poeta: Brigada! Fátima Bernardes: Hoje você ainda vai sentar ali na posição de entrevistada. William Bonner: Posição de entrevistada. É uma posição de honra no JN. Patrícia Poeta: Participando de uma noite especial, né? William Bonner: Claro! Pergunta, resposta sincera...tá nervosa? Patrícia Poeta: Tô. Com aquele friozinho famoso...aquele friozinho na barriga. Fátima Bernardes: É. William Bonner: É. Então, se ajuda a ficar tranquila, uma vez eu perguntei pro Cid Moreira, que ocupou esta cadeira durante 27 anos, quando foi que ele parou de ficar nervoso para apresentar o JN e ele disse: - nunca! Patrícia Poeta: Então, eu sou normal, Bonner (risadas coletivas). Tá bom! William Bonner: Todo mundo tá um pouco nervoso aqui. Olha, pra essa noite especialíssima do Jornal Nacional, nós procuramos apresentar uma espécie de resumo das carreiras dessas duas grandes jornalistas que estão conosco aqui. Não foi um trabalho muito fácil. Vamos tentar ver o resultado primeiro daquilo que nós separamos de melhor da carreira de Patrícia Poeta. (vídeos da jornalista em sua atuação da TV Globo desde 2000 com narração de Bonner) William Bonner: Bonita também a sua carreira, Patrícia, e foi difícil resumi-la a esses quatro minutos. Agora... Patrícia Poeta: Belo trabalho... William Bonner: Brigado! Agora, você fez um trabalho ainda melhor. Grande competência como editora. Conseguiu resumir a vida inteira em 15 segundos...vamos ver.

¹⁴³ O vídeo está em: <http://www.youtube.com/watch?v=S2HRoILzYIg>. Acesso em: 10 fev. 2014.

(vídeo)

Fátima Bernardes: Agora, Patrícia, eu quero ver se com as muitas experiências que você vai viver aqui no Jornal Nacional se você vai conseguir editar um vídeo de 15 segundos sobre a sua vida...

Patrícia Poeta: É. Ou seja, a tarefa vai ficar mais difícil, né Fátima?

Fátima Bernardes: Bem mais. E como é que você está? Está preparada para a sua estreia amanhã? Qual a sua expectativa?

Patrícia Poeta: São as melhores possíveis. Acho que você conhece bastante essa experiência, né Fátima? Há catorze anos atrás você passou por isso. Mas eu posso dizer que eu me sinto desafiada como se eu tivesse começando num novo emprego, engraçado, né? E ao mesmo tempo animada. Porque eu sei que, assim como eu aprendi durante esses onze anos com os meus colegas aqui, com os nossos colegas, eu sei que eu vou aprender com esses colegas novos. Essa equipe nova, do JN, que parece ser muito unida, muito competente.

Fátima Bernardes: E é mesmo.

William Bonner: E é um lugar que você já frequenta, né Patrícia? Porque a chamada do Fantástico vocês fazem ali, ao vivo, no sábado, né?

Patrícia Poeta: É verdade. A gente fazia a chamada ali. Quer dizer, eu, né? Porque o Zeca e a Renata vão continuar fazendo a chamada ali. Mas eu sempre dava uma olhadinha e achava o pessoal tão simpático assim...e eu falei: bom, agora eu vou poder trabalhar com eles. Que bom!

William Bonner: Zeca, Renata e Tadeu vão continuar lá embaixo, mas você agora tá sentada aqui em cima. Deve ter novas experiências. Experiências pelas quais a Fátima também já passou. Fátima tem catorze anos de Jornal Nacional. Tem 24 anos de TV Globo. Você falou em desafio, Patrícia, imagine o meu desafio, da Cristiana Sousa Cruz, a nossa chefe de produção, de José Carlos Ferreira, o editor, que tivemos que montar esse resuminho que a gente vai ver agora.

(vídeo sobre a atuação de Fátima Bernardes na TV Globo)

William Bonner: E na coletiva de imprensa na semana passada foi uma choradeira dos repórteres vendo isso tudo. Mas é natural que as pessoas se emocionem porque quando a gente revê o trabalho de telejornalismo, na verdade, o que a gente tá fazendo é mexer com a memória emotiva das pessoas. A pessoa fica pensando: - nossa, quando isso aconteceu...

Fátima Bernardes: ...eu estava fazendo alguma coisa...

William Bonner: ...onde eu estava, o que eu estava fazendo exatamente.

Patrícia Poeta: Que marcaram, né?

William Bonner: Agora outra coisa que marcou muito no Jornal Nacional nessa passagem longa da Fátima Bernardes por aqui foi os momentos em que ela estava ausente dessa cadeira e eu ficava aqui sozinho e aí eu perguntava, né? Fazia uma pergunta que virou quase um bordão (risadas coletivas). Então eu vou pedir ao Leo Pena, nosso diretor de TV que divida a tela. Leo, por favor, onde está você no ano que vem, Fátima Bernardes?

Fátima Bernardes: Olá, William! Eu estarei aqui mesmo na tela da Globo. Não mais às oito e meia da noite. Não estarei mais fazendo um telejornal, mas estarei muito feliz porque vou estar com um programa que é meu, um projeto que foi aprovado pela direção geral, o que me deu muito orgulho porque não é fácil. Primeiro, é claro, que teve a decisão que eu queria ter esse programa e depois que, pra ter esse programa, eu teria que deixar o contato aqui, o Jornal Nacional. Mas eu tô muito feliz, eu tenho certeza assim, eu tenho muita confiança de que esse projeto foi aprovado principalmente porque o telespectador tem um respeito muito grande pelo trabalho que eu venho desempenhando e principalmente pelo carinho de cada telespectador do Jornal Nacional destinou a mim. Porque se não fosse isso, mesmo com o projeto

maravilhoso, eu tenho certeza de que ele não seria aprovado. Então assim, eu tenho um orgulho enorme de contar com a sua confiança, com a sua parceria. Hoje, eu tô aqui pra desejar boa sorte, Patrícia! Bem vinda! Você vai receber, realmente, uma equipe maravilhosa, um chefe competente, generoso, uma equipe técnica também maravilhosa que tá sempre aqui pra nos ajudar. Eu não tô me sentindo me despedindo. Eu tô sentindo que eu estou dizendo um até breve, espero que você amanhã, dê um ótimo até amanhã pro nosso público, porque o Jornal Nacional com a sua chegada vai permanecer o mesmo.

William Bonner: Exato.

Fátima Bernardes: É o telejornal da família brasileira...

William Bonner: Exato.

Fátima Bernardes: E há 42 anos lidera a nossa audiência. É um orgulho enorme passar esse microfone pra você.

Patrícia Poeta: Fátima, olha, quanta responsabilidade, quanta honra. Eu acho que, eu quero dizer pra você o que todos os brasileiros que estão nos assistindo neste momento gostariam de dizer se estivessem sentados aqui nessa cadeira. A gente vai estar contando os dias pra sua estreia, pra ver o seu novo programa, pra receber você na nossa casa, dizendo bom dia, boa tarde, boa noite. Sucesso pra você!

Fátima Bernardes: Eu ainda não posso dizer, mas logo, logo, a gente vai estar junto dizendo.

Patrícia Poeta: Sucesso pra você. Que você seja muito feliz nesse início de um novo caminho.

Fátima Bernardes: Pra todos nós!

William Bonner: Então, tá bom. Patrícia Poeta a partir de amanhã nesta cadeira. Fátima Bernardes se dedicando ao seu novo programa, que estreia no ano que vem. Eu estarei aqui e quero que você saiba que ainda está noite teremos mais notícias na Globo. Você tem o Jornal da Globo logo depois de Tela Quente. Nós estaremos de volta aqui a partir de amanhã. Uma boa noite pra você!

Fátima Bernardes: Uma boa noite. E até breve!

William Bonner: Patrícia...

Patrícia Poeta: Até amanhã!

William Bonner: É isso aí.

Quadro 29 – Despedida de Fátima Bernardes

Em 2 de dezembro de 2013¹⁴⁴, Bonner comunicava uma novidade. As imagens em HD, vistas em telenovelas e programas de entretenimento, chegara ao telejornalismo. Afora anunciar o uso da tecnologia, o apresentador chamou uma reportagem, que cuidadosamente explanaria como no JN se preparou para isso. Há a devida identificação do repórter encarregado de desenvolvê-la e a especificação de que seriam vistas imagens de seus bastidores:

William Bonner: Essa segunda-feira marca um momento importante pra todos nós da Rede Globo, que, de hoje em diante, todos os programas do jornalismo passam a ser exibidos com a tecnologia HD. Ou seja, em alta

¹⁴⁴ Para acompanhar o vídeo, seguir para: < <https://www.youtube.com/watch?v=AZyvYWknkxE>>. Acesso em: 2 mar. 2014.

definição. O repórter Pedro Bassan mostra como foram os preparativos dessa mudança no Jornal Nacional.

(Entra reportagem. Nela, são mostradas cenas de bastidores do telejornal. Enfatiza-se o tempo, o trabalho, os equipamentos e todas as adequações necessárias para que a tecnologia pudesse ser utilizada. Ao final, o repórter dizia: “Das primeiras imagens aéreas ao Globocop em alta definição, o Jornal Nacional não para, sempre perseguindo a melhor forma de relatar os fatos, contar histórias e fazer parte da vida de cada um. E, pela primeira vez na edição de hoje, em alta definição”)

Patrícia Poeta: Um dia histórico! (JORNAL NACIONAL, 02/12/2013).

Para concluir a descrição, segue-se com as comemorações de aniversário. Nos seus 35 anos, foram veiculadas reportagens especiais, todas com mais de seis minutos, que mesclavam cenas antigas do JN e uma narração que balanceava a rememoração da presença do telejornal em determinados fatos e como se versara sobre eles. Todos os vídeos se centravam em alguma temática. Infelizmente, eles não podem ser assistidos na página do programa. Nela, há apenas algumas das transcrições, nem todas bem explicadas, do que foi dito.

Examinando-se o calendário de suas edições, pode-se inferir que o JN se dedicara a tratar de suas três décadas e meia a partir de 30 de agosto de 2004. No dia 31, um dos apresentadores, não se sabe qual, falou: “O Jornal Nacional inicia hoje uma série de reportagens comemorando 35 anos de história. Na primeira delas, o repórter Tônico Ferreira mostra os movimentos da nossa economia nessas três décadas e meia”¹⁴⁵. Em 1º de setembro, o assunto foi o fim da ditadura. Neste dia, os dizeres transcritos começam já pela reportagem¹⁴⁶. Em 2 de setembro, se tratou das modificações políticas no país. O vídeo está disponível no youtube¹⁴⁷. Em sua introdução:

Fátima Bernardes: O Jornal Nacional está celebrando os seus 35 anos com um olhar para o passado, uma série especial de reportagens.

William Bonner: Hoje, o repórter Heraldo Pereira mostra o caminho cheio de solavancos do Brasil na volta para a democracia.

Fátima Bernardes: Da Nova República até a eleição de Lula.

(exibição do vídeo)

¹⁴⁵ A narrativa completa pode ser consultada em: < <http://jornalnacional.globo.com/Telejornais/JN/0,,MUL556004-10406,00-JN+ANOS+MOVIMENTOS+DA+NOSSA+ECONOMIA.html>>. Acesso em: 2 mar. 2014.

¹⁴⁶ Conferir em: <<http://jornalnacional.globo.com/Telejornais/JN/0,,MUL556054-10406,00-JN+ANOS+A+FORMA+DE+PERCEBERMOS+O+MEIO+AMBIENTE+MUDOU+MUITO.html>> . Acesso em: 2 mar. 2014.

¹⁴⁷ Ver: < <http://www.youtube.com/watch?v=IHOa67w58tw>>. Acesso em: 2 mar. 2014.

William Bonner: Amanhã, as mudanças nos costumes e no comportamento nesses 35 anos (JORNAL NACIONAL, 02/09/2004).

Conforme antecipado acima, no dia 3 de setembro, abria-se espaço para contrapor características dos brasileiros e da sociedade de quando o telejornal estreou em 1969 até a atualidade¹⁴⁸. No sábado, 4, o assunto foram as condições ambientais. Um dos apresentadores apresentou a temática assim: “O meio ambiente é um dos temas da reportagem da série que comemora os 35 anos do Jornal Nacional. É o repórter Francisco José quem mostra as mudanças registradas neste período na relação do homem com a natureza”. No dia 6, apesar de na página do JN não ser indicada nenhuma reportagem especial, ela tematizou sobre a desigualdade no Brasil, uma vez que foi encontrado o seu vídeo no *youtube*¹⁴⁹, iniciado da seguinte maneira:

Fátima Bernardes: O tema de hoje na série especial dos 35 anos do Jornal Nacional é a desigualdade. O repórter Marcelo Canellas traz situações simbólicas da má distribuição de riquezas mundo afora. No caso do Brasil, o resultado de mais de 500 anos de história.

No dia 7 e no dia 8, os assuntos respectivamente foram os avanços tecnológicos e o futebol. No dia 9, abordou-se o esporte¹⁵⁰. Em 10 de setembro, tratou-se do fim da Guerra Fria. No sábado, 11, Chico Pinheiro trazia o último vídeo da série, dedicado ao terrorismo¹⁵¹.

Chico Pinheiro: Na última reportagem da série dos 35 anos do Jornal Nacional, o correspondente de Nova York, Luiz Carlos Azenha, mostra como o terrorismo se transformou e ganhou a dimensão de conflito mundial (JORNAL NACIONAL, 11/09/2004).

O aniversário do Jornal Nacional foi novamente lembrado dois anos depois nos seus 37 anos. No encerramento da edição, os apresentadores fizeram um breve comentário:

Fátima Bernardes: E neste 1º de setembro todos nós do jornalismo da Globo comemoramos o aniversário do Jornal Nacional.

¹⁴⁸ Na página do JN, há: < <http://jornalnacional.globo.com/Telejornais/JN/0,,MUL556041-10406,00-JN+ANOS+MUDANCAS+NOS+COSTUMES+DOS+BRASILEIROS.html>>. Acesso em: 2 mar. 2014.

¹⁴⁹ Pode ser visto em: < http://www.youtube.com/watch?v=d609_R-MRFQ>. Acesso em: 2 mar. 2014.

¹⁵⁰ Esta reportagem pode ser conferida em: < <http://www.youtube.com/watch?v=28PBMM5qx20>>. Acesso em: 2 mar. 2014.

¹⁵¹ Ver: < <http://www.youtube.com/watch?v=l-QwflnJG6E>>. Acesso em: 2 mar. 2014.

William Bonner: 37 anos levando a você os assuntos mais importantes do dia no Brasil e no mundo. Em nome de todos os profissionais que fazem e fizeram o JN, nós dizemos um muito obrigado. Um boa noite e um bom fim de semana.

Fátima Bernardes: Boa noite pra você! (JORNAL NACIONAL, 01/09/2006)

Em 31 de agosto de 2009, em razão de seus 40 anos,¹⁵², a produção começou de modo surpreendente. Mostrava-se aos telespectadores o que nunca lhes havia sido mostrado durante a sua exibição. Por causa de uma reforma, Fátima Bernardes estava na redação e contava como o plano de fundo desse cenário poderia ser modificado de acordo com a temática das reportagens. Enquanto a apresentadora se dirigia à bancada, William Bonner expunha, de pé, o que fora introduzido aí. Depois, com os dois já tendo tomado assento na frente do público, iniciava-se o telejornal, pois ele “não pode parar”.

Ainda devido às quatro décadas, os apresentadores receberam para serem entrevistados ao vivo na bancada os repórteres Ernesto Paglia, Isabela Scalabrini, Heraldo Pereira, Sandra Passarinho e Francisco José para que eles contassem a sua trajetória. A justificativa é que, a partir desses, seriam agraciados os demais repórteres. Em 30 de agosto de 2009, a última notícia da escalada, na voz de Fátima Bernardes, era: “E na semana em que o Jornal Nacional completa 40 anos, nós vamos receber aqui os repórteres que há mais tempo estão conosco”¹⁵³. Nos sites do Memória Globo e do Jornal Nacional não se publicou os vídeos de todos os participantes. O que está disponível é um com Ernesto Paglia¹⁵⁴. Antes de se iniciar a conversa com ele, foi veiculada uma vinheta com imagens de vários repórteres, seguida por:

William Bonner: Nesta semana de aniversário, o JN vai fazer uma homenagem especial a todos esses colegas que trazem as informações das ruas. Porque não existe jornalismo de qualidade sem o trabalho de um repórter.

Fátima Bernardes: A gente vai conversar aqui com os cinco repórteres de mais tempo de Jornal Nacional. E o primeiro deles representa a nossa equipe de São Paulo. É Ernesto Paglia. Boa Noite! (JORNAL NACIONAL, 30/08/2009).

¹⁵²Em: <<http://memoriaglobo.globo.com/programas/jornalismo/telejornais/jornal-nacional/redacao-como-cenario.htm>>. Acesso em: 6 fev. 2014.

¹⁵³Retirada do vídeo: <<http://www.youtube.com/watch?v=PqgJxttROKw>>. Acesso em: 5 jan. 2014.

¹⁵⁴Disponível em: <<http://memoriaglobo.globo.com/programas/jornalismo/telejornais/jornal-nacional/jornal-nacional-40-anos.htm>>. Acesso em: 5 jan. 2014.

O entrevistado do dia foi perguntado sobre o início da carreira, sobre o que significava emplacar uma reportagem no Jornal Nacional, sobre as primeiras reportagens, sobre os desafios enfrentados. Imagens de arquivo com o repórter foram exibidas e comentadas. Outra entrevista localizada é a de Sandra Passarinho¹⁵⁵:

William Bonner: O Jornal Nacional faz 40 anos hoje. Pra ser mais exato, são oito e cinquenta, faz quarenta anos e cinquenta e quatro minutos neste momento. Durante toda essa semana de aniversário, nós vamos conversar ao vivo, aqui na nossa bancada, com repórteres que aparecem há mais tempo aqui no JN.

Fátima Bernardes: A convidada desta noite é Sandra Passarinho, que representa a nossa equipe da Globo Rio. Sandra, boa noite! É um prazer ter você aqui com a gente. Muito bom a gente poder ter essa conversa. Vou contar para o nosso público que você foi a primeira correspondente da Globo. A gente queria que você lembrasse esse início de carreira nessa área internacional lá em Londres (JORNAL NACIONAL, 01/09/2009).

Em razão do aniversário também foram veiculadas reportagens, apresentando as redações de outros estados, descrevendo as suas cinco emissoras e 122 afiliadas, rememorando algumas coberturas, tratando de aspectos de seu trabalho. Afora os repórteres que foram à bancada, outros profissionais foram homenageados, como o cinegrafista Newton Quilichini, que entrou ao vivo de São Paulo¹⁵⁶, depois da exibição de cenas marcantes capturadas por ele.

Fátima Bernardes: Todas essas imagens que a gente acabou de ver foram registradas nos últimos quarenta anos por um mesmo autor. Hoje você vai conhecer a imagem dele próprio porque nós temos o prazer de apresentar o repórter Newton Quilichini da Globo São Paulo. Boa Noite, Newton! Bem-vindo!(JORNAL NACIONAL, 09/2009)¹⁵⁷.

É preciso acrescentar que, além desses enunciados, o Jornal Nacional serve de porta-voz das Organizações Globo, quando esta decide veicular um comunicado oficial. Quando faz isso, embora o telejornal não atue exatamente em seu nome, emite dizeres que inevitavelmente ecoam nele. Por isso, decidiu-se inclui-los como manifestações discursivas do telejornal. No período compreendido no *corpus*, foram identificadas duas

¹⁵⁵ No youtube em: <<https://www.youtube.com/watch?v=PqgJxttROKw>>. Acesso em 5 jan. 2014.

¹⁵⁶ Ver:< <https://www.youtube.com/watch?v=zdAQvocV2UY>>. Acesso em: 5 fev. 2014.

¹⁵⁷ Não se sabe precisar a data.

situações absolutamente significativas para o jornalismo da emissora e, consequentemente, para a produção estudada¹⁵⁸.

Em 6 de agosto de 2011, com quase quatro minutos e meio, os apresentadores sintetizaram os princípios editoriais então adotados pela empresa¹⁵⁹. Acredita-se que a redução do documento, embora tenha sido feita de modo a contemplar os seus pontos mais importantes (**quadro 30**), traz a perspectiva do telejornal sobre a sua conduta.

Princípios editoriais das Organizações Globo no JN
William Bonner: As organizações Globo divulgaram hoje um documento com os princípios editoriais em vigor nos seus produtos jornalísticos, presentes em todas as mídias.
Fátima Bernardes: Ele descreve as condutas que os profissionais do grupo devem seguir para que seja cumprido o compromisso de oferecer um jornalismo de qualidade.
William Bonner: Uma carta do presidente das Organizações Globo (aparece na tela o documento), Roberto Irineu Marinho, e dos vices, João Roberto e José Roberto Marinho, apresenta o documento. “Eles observam que desde a fundação do jornal O Globo, em 1925, por Irineu Marinho, as empresas jornalísticas do grupo, comandadas por Roberto Marinho por quase oitenta anos, praticaram de forma intuitiva esses princípios”. E acrescentam.
Fátima Bernardes: “Certamente houve erros, mas a posição de sucesso em que se encontram hoje mostra que os acertos foram em maior número” (leitura da carta). Na carta os acionistas afirmam que, com a possibilidade muito positiva de todos os indivíduos publicarem as suas ideias e opiniões na internet, há hoje uma certa confusão sobre o que é ou não jornalismo. Eles dizem que, por esse motivo, é preciso tornar claros os princípios editoriais das empresas, que se dedicam a fazer jornalismo profissionalmente. E explicam (volta imagem da carta): “o objetivo é não somente diferenciar-se, mas facilitar o julgamento do público sobre o trabalho dos veículos, permitindo, de forma transparente, que qualquer um verifique se a prática é condizente com a crença”.
William Bonner: O documento apresenta a definição de jornalismo adotada pelo grupo. É um texto longo, mas aqui, de forma bem resumida, pode-se dizer que jornalismo é “um conjunto de atividades que, seguindo certas regras e princípios, produz um primeiro conhecimento sobre fatos e pessoas”. As regras e os princípios permitem que esse primeiro conhecimento atinja o maior grau possível de precisão no momento da publicação.
Fátima Bernardes: O documento destaca de forma bem minuciosa os três atributos da informação jornalística de qualidade e como atingi-los. Aqui na televisão, só é possível apresentar as linhas gerais. William Bonner: (com quadro resumido) O primeiro deles é a isenção. O documento expõe as posturas e os procedimentos exigidos dos profissionais e dos produtos jornalísticos do grupo pra que o material publicado como notícia se afaste ao máximo de subjetivismos, de opiniões pessoais e ofereça vários ângulos dos acontecimentos.
Fátima Bernardes: O segundo atributo é a correção. Os princípios editoriais enumeram procedimentos que levam a uma informação mais correta. Por exemplo, não apenas a checagem minuciosa dos fatos, mas também a consulta a especialistas e a atenção máxima às observações vindas do público, positivas e negativas. O documento adverte: “não há fórmula, nem jamais haverá, que torne o jornalismo imune a erros. Quando eles acontecem, é obrigação do veículo corrigi-los de maneira transparente, sem subterfúgios”.

¹⁵⁸ No programa Vem aí 2014, exibido em 3 de abril de 2014, que deveria anunciar as novidades na programação da TV Globo, no vídeo sobre o jornalismo, escutam-se trechos dos documentos oficiais lidos na voz de William Bonner.

¹⁵⁹ O documento completo está em uma das sete abas do site do JN: <<http://g1.globo.com/principios-editoriais-das-organizacoes-globo.html>>. Acesso em: 2 mar. 2014.

William Bonner: O terceiro atributo é a agilidade, de que forma conseguir a busca da informação exclusiva, o furo, no jargão profissional, mas sem abrir mão da isenção e da correção.

Fátima Bernardes: Os princípios editoriais também contemplam as relações dos jornalistas com suas fontes, com o público, com os colegas e com o veículo para o qual trabalham. São normas de conduta ética, essenciais para preservar os atributos defendidos no documento.

William Bonner: Por fim, as Organizações Globo destacam o compromisso com a defesa intransigente de valores sem os quais a sociedade não pode se desenvolver plenamente (há outro quadro resumido). A democracia, as liberdades individuais, a livre iniciativa, os direitos humanos, a República, o avanço da ciência e a preservação da natureza. O documento afirma: “o que se quer é frisar que todas as ações que possam ameaçá-los devem merecer atenção especial, devem ter uma cobertura capaz de jogar luz sobre elas. Não haverá, contudo, apriorismos. Essas ações devem ser retratadas com espírito isento e pluralista, acolhendo-se amplamente o contraditório”.

Fátima Bernardes: As organizações Globo publicam os seus princípios editoriais neste sábado na revista Época e no G1, seu portal de notícias, nas edições de domingo dos jornais O Globo, Extra e Expresso e ao longo da semana e do mês em todas as revistas do grupo.

William Bonner: Esse documento está disponível também nos sites jornalísticos das publicações. Por exemplo, na página do Jornal Nacional g1.com.br/jn. Vale a pena ler!

Quadro 30 – Comunicado dos princípios editoriais da Globo no JN

Em 3 de setembro de 2013, o JN novamente se referia a um comunicado emitido pelas Organizações Globo. Dessa vez, o assunto era o reconhecimento de que o apoio ao golpe militar fora um erro¹⁶⁰. Tal interpretação se deu primeiro no site de O Globo.

William Bonner: Neste fim de semana, o jornal O Globo inaugurou na internet um site em que revisita a sua própria história com um olhar crítico. Num trabalho de dez meses, o site traz filmes e depoimentos sobre a história do jornal. Trata também de acusações dirigidas a O Globo, muitas delas fantasiosas. E há também o reconhecimento de erros como o apoio editorial ao golpe militar de 1964. (imagem do site) A introdução ao texto do site observa que o apoio de O Globo ao golpe é visto internamente nas Organizações Globo como um erro há anos e que a feitura do site era a melhor oportunidade para explicitar essa avaliação. E conclui: reafirmando-se o apego incondicional e perene aos valores democráticos. O site lembra que os principais órgãos da imprensa brasileira também apoiaram os militares em 64 por temerem que a democracia fosse atropelada pelo próprio presidente João Goulart com o apoio de sindicatos e de alguns segmentos das Forças Armadas. Mas a intervenção militar pra eliminar aquela ameaça e reconduzir o Brasil à democracia só devolveu à presidência um civil 21 anos depois e numa eleição sem o voto popular. Em 84, portanto, um ano antes do fim do regime militar, num editorial de primeira página, o jornalista Roberto Marinho afirmava que o jornal O Globo permanecia fiel aos objetivos iniciais do que chamava de Revolução de 64. Mas revelava conflitos com os que se esqueceram que os acontecimentos haviam se iniciado por exigência do povo brasileiro. O editorial alertava: “sem povo não haveria revolução, mas apenas um ‘pronunciamento’ ou ‘golpe’ com o qual não estaríamos solidários”. Em defesa de uma visão com perspectiva histórica, o site que foi ao ar ontem afirma que em 64 aos que dirigiam o jornal O Globo o apoio ao golpe parecia a atitude certa para o bem do país,

¹⁶⁰ Para assistir: < https://www.youtube.com/watch?v=-ks_I-qrLFY>. Acesso em: 2 mar. 2014.

mas que hoje não há porque não reconhecer explicitamente que, à luz da história, foi um erro. O site afirma que se aprende com os erros e se enriquece aos reconhecê-los. E conclui: “A democracia é um valor absoluto. E, quando em risco, ela só pode ser salva por si mesma”.

William Bonner: (volta à bancada) Na página do Jornal Nacional na internet (aparece o endereço g1.com.br/jn) você tem acesso à íntegra do texto do site Memória O Globo (JORNAL NACIONAL, 02/09/2013).

No **quadro 31**, as situações detalhadas foram resumidas na mesma ordem cronológica em que ocorreram. As situações ocorridas em várias edições, mas ligadas a uma só situação, estão sintetizadas em uma só linha.

Jornal Nacional – De 1º de janeiro de 2001 a 31 de dezembro de 2013	
Situação de enunciabilidade	Topoi
Morte de Tim Lopes (02/06/02)	- Após reportagem de quase nove minutos, William Bonner lê um texto em homenagem ao jornalista assassinado. Há a promessa de que a sua voz será ecoada pelos colegas de profissão. Em vez do silêncio, para encerrar o telejornal, o apresentador pede uma salva de palmas, seguida por todos da redação
Eleições presidenciais 2002	- Em decisão inédita, em julho, durante uma semana, candidatos à presidência foram entrevistados ao vivo na bancada. Antes e depois da conversa foram feitas explicações sobre o seu funcionamento
Edição vitória de Lula (28/10/02)	- William Bonner estava em São Paulo com o novo presidente. Esta edição do JN é caracterizada como especial. O apresentador fica até de pé para receber o político
Aniversário de 35 anos (2004)	- É veiculada uma série de reportagens. Os vídeos abordaram: as características dos brasileiros e da sociedade de 1969 à atualidade; as mudanças nas relações do homem com a natureza; os movimentos da economia da Nova República até a democracia; as desigualdades no país; os avanços tecnológicos; o futebol; os demais esportes; a Guerra Fria; e o terrorismo
Aniversário de 37 anos (01/09/06)	- No final do telejornal, os apresentadores disseram que o telejornalismo da Globo estava em comemoração. O JN completava 37 anos levando aos telespectadores “os assuntos mais importantes do Brasil e do mundo”. Por fim, agradece-se ao público
Eleições presidenciais 2006	- Os candidatos foram arguidos na bancada - Houve a execução do projeto Caravana JN, que percorreu todos os estados brasileiros de julho a outubro para mapear os desejos dos brasileiros. Pedro Bial conduz a maior parte e, a cada quinze dias, um dos apresentadores ancora o noticiário de uma localidade. Todos os dias, foi estabelecido um link ao vivo para que os jornalistas pudessem dialogar - No primeiro dia do projeto, os apresentadores explicaram o seu planejamento

Aniversário de 40 anos (31/08/09)	- JN troca de cenário. Surpreendentemente, o programa começa com Fátima Bernardes na redação para mostrar como em uma parede de fundo poderiam ser trocadas imagens ilustrativas das reportagens. Enquanto a apresentadora se dirigia ao estúdio, William Bonner, já lá, mostrava de pé detalhes do cenário - Por uma semana, os repórteres Ernesto Paglia, Isabela Scalabrini, Heraldo Pereira, Sandra Passarinho e Francisco José foram entrevistados na bancada com a exibição de imagens de arquivo com eles. O intuito disso era homenagear os repórteres, uma vez que são essenciais ao jornalismo de qualidade - Reportagens apresentaram as 5 emissoras e as 122 afiliadas da Rede Globo com rememoração de coberturas realizadas por elas. Alguns profissionais envolvidos nesses fatos também estiveram na bancada
Vitória de Barack Obama nos EUA (15/11/09)	- William Bonner estava em Washington para acompanhar um capítulo da história
50 anos de Brasília (21/04/2010)	- O JN, desde a escalada, vinha diferente. William Bonner estava em Brasília e dialogava, ao vivo, com Fátima Bernardes e outros jornalistas espalhados pela capital
Copa de 2010	- Fátima Bernardes acompanhou o evento na África do Sul. Entre 7 de junho a 2 de julho, entrou ao vivo no JN. As informações jornalísticas foram permeadas por diálogos descontraídos entre a jornalista e William Bonner, que repetiu o bordão “Onde está você Fátima Bernardes?”
Eleições presidenciais 2010	- Execução do projeto JN no Ar. Com auxílio de um avião adquirido e preparado à empreitada, todo o Brasil foi percorrido. Tudo foi conduzido por Ernesto Paglia - Antes de o projeto estreiar, os apresentadores dedicaram mais de cinco minutos a explicações sobre o seu funcionamento. As localidades foram escolhidas por sorteio, mediante regras - Em vídeo, Paglia explicava o projeto, enfatizou com números os deslocamentos que seriam feitos. Com isso, abordava-se a capacidade de o JN ir, de fato, a todos os lugares - Na estreia, em 23/08, Fátima Bernardes abriu o telejornal comunicando que o JN no Ar apresentaria um retrato do país. William Bonner estava em Macapá, em meio a uma multidão, e trazia informações sobre a história do Amapá - O fim da primeira fase do JN no Ar ocorreu em 30/09 em Rio Grande, Rio Grande do Sul. No mesmo dia, William Bonner apareceu em um outro estúdio de onde conduziria um debate com candidatos a presidente - Em 03/10, Ernesto Paglia foi recebido na bancada do JN para contar a sua experiência no JN no Ar. A ele foi perguntado sobre os bastidores da iniciativa
Vitória de Dilma Rousseff (01/11/10)	- William Bonner vai a Brasília em avião do JN no Ar. Antes de entrevistá-la no estúdio da emissora na capital, foi exibida reportagem sobre as

	mudanças que viriam com as eleições - O avião do JN no Ar foi utilizado em coberturas esporádicas para que se visitassem localidades distantes, denunciadas por possuírem algum problema - Em maio, a série especial Blitz na Educação, novamente por sorteio, mostrou a melhor e a pior escola de cinco cidades das regiões do país. Na apresentação do repórter, foram ser vistas cenas da chegada da equipe aos municípios e de seu deslocamento - Em maio, foram mostradas as cidades atingidas pelas chuvas em PE - Em novembro, foram percorridas as capitais que sediaram a Copa das Confederações - No final de outubro, foi exibida série especial sobre migração de trabalhadores brasileiros
JN no Ar em 2011	
Princípios editoriais da Rede Globo	- O documento traz condutas aos profissionais para que se tenha um jornalismo de qualidade. Ele foi publicado porque com a internet haveria uma confusão sobre o que é jornalismo. É afirmado que, com ele, qualquer um poderia verificar se a prática no telejornal é condizente com suas crenças - Definição do jornalismo: atividade que, segundo regras e princípios, produz um primeiro conhecimento sobre fatos e pessoas - Há três atributos para a informação: isenção, correção e agilidade. Eles afastam subjetivismos e opiniões pessoais, permitem vários ângulos aos acontecimentos, cobram a checagem dos dados e permitem o furo - No material, haveria explanações para que pudessem ser estabelecidas relações éticas do jornalismo com as fontes - Assume-se o compromisso de que os valores preconizados seriam defendidos com intransigência para o desenvolvimento da sociedade - Há chamada para o telespectador conhecer o documento no site
Saída de Fátima Bernardes (01/12/11)	- William Bonner anuncia que a Rede Globo teria novidades. Uma delas é que a sua companheira de bancada sairia para ter um programa próprio - A reportagem de despedida de Fátima Bernardes foi feita na coletiva de imprensa na qual se informou sobre as alterações - Antes de o telejornal encerrar, os apresentadores dialogam e comunicam o JN especial na segunda-feira seguinte com a presença de Patrícia Poeta
Saída de Fátima Bernardes (05/12/11)	- No bloco final, que durou mais de dezessete minutos, Patrícia Poeta esteve na bancada na posição de entrevistada. William Bonner e Fátima Bernardes a receberam de pé - A edição é definida como especial para a história do telejornal. São exibidos vídeos com o resumo da atuação das duas jornalistas na Globo. Para Patrícia Poeta, pergunta-se sobre o nervosismo de apresentar o JN, as expectativas de assumir o novo posto e como ficaria o Fantástico com a sua saída - William Bonner faz comentários trazendo

	informações de bastidores - Fátima Bernardes fala de sua felicidade com o novo projeto e deseja boa sorte à nova apresentadora - O JN é vendido como o telejornal da família brasileira, líder de audiência há 42 anos
O apoio ao golpe militar fora um erro	- Menciona-se que o jornal O Globo revisita a sua história e, nesse esforço, reconhece o erro de ficar ao lado da 'Revolução'. Dois editoriais são citados, um de 1964 e outro de 1984, em ambos a empresa teria ficado ao lado do governo dos militares - Há chamada para o telespectador seguir para o <i>site</i>
JN em HD (02/12/13)	- Anuncia-se que todos os telejornais da Rede Globo começam a ser exibidos em HD. Em reportagem de Pedro Bassan, é mostrado como o JN foi adequado à tecnologia. Há cenas de bastidores

Quadro 31 – Jornal Nacional nos anos 2000

5.2 A condução do jornalismo

Mais uma vez, a tendência da grande imprensa a se expor prosseguiu. Com isso, é possível afirmar que a engrenagem de dominação exercida com o reforço enunciativo de suas instituições segue atuando. Pelo que foi descrito, mesmo com as necessidades do contexto atual, os veículos permanecem formando os seus enunciados jornalísticos e autorreferenciais pelos mecanismos de regramento fixados em 1980 e 1990.

No entanto, tal constatação não invalida a manifestação das enunciabilidades com contornos diferenciados. Pela linha de argumentação defendida, de acordo com as circunstâncias, variações podem ser incitadas dependendo de como as enunciações são acionadas taticamente. Na investigação, enxerga-se que isso se dá sempre em torno do movimento estratégico de fortalecimento, uma vez que nas três fases observadas o objeto age para ampliar seus poderes.

Nos anos 2000, verifica-se a repetição de gestos em comum e também de comportamentos distintos, que podem ser interpretados como consequências da atuação tática de Folha, Veja e JN. No primeiro caso, deve ser realçada a característica, cada vez mais forte, de eles explicarem o que fazem. Para isso, por exemplo, trazem informações de seus bastidores e de seu trabalho, que agora está em outras mídias. Existe, então, um investimento na transparência não só como algo que se busca no relato de fatos e de acontecimentos. A promessa de transparência foi incorporada na própria exposição de si.

Tratando das diferenças, o jornal impresso é o que mais faz considerações sobre os desafios enfrentados. Ao mesmo tempo, continuamente, replica o seu próprio nome, que se insurge tanto para se autoafirmar e valorizar seu trabalho quanto aparece em denominações de premiação e até de peça de música clássica. Ainda é o que mais se propõe a esclarecer as alterações no seu funcionamento. No entanto, as elucidações de sua feitura se concentram em dizeres sobre a logística de produção e de distribuição. Nunca são repercutidas as implicações disso no ofício de seus profissionais.

Por isso, há a tendência de trazer as modificações de forma instrumental. Daí porque provavelmente não exista incômodo em se dispor alguns dos números do periódico, nem de tratar de seus investimentos. Vende-se a ideia de que a Folha, fora a banca de revista, pode ser encontrada em vários lugares. Talvez por agir desse modo, ela mesma esboce que a mudança é a sua razão de ser. Todavia, isso não a impede de enfatizar a sua história, nem de deixá-la acessível em seu acervo. Igualmente, não é impeditivo para que receba homenagens e deferências de outras instituições, particularmente do poder público.

Quanto à revista semanal, pode-se afirmar que ela não modificou em demasia a maneira de se expor. As inserções que a interligam a outras formas de acesso é o aspecto diferencial mais marcante. Veja aos poucos inclui a informação de que possui um *site* e de que pode ser acessada por *tablets* e celulares. Deve-se acrescentar que isso ocorre em paralelo aos anúncios sobre a possibilidade de a sua assinatura ser digital. Cabe dizer que nas plataformas móveis o conteúdo é idêntico ao de sua versão impressa. Mas, diferentemente da Folha, o semanário não enfatiza que ele acompanha as mudanças em curso. Discursivamente, a impressão é que Veja, mais conservadora, compete para continuar a ser a Veja. Talvez por isso tenha tanto interesse em defender os seus princípios. Honestidade, verdade, coragem, liberdade, progresso são alguns dos conceitos que tenta aliar ao seu ofício.

Fazendo uma analogia com outros momentos, são vistas mais Cartas do Editor. Ademais, dedica-se uma quantidade crescente a capas e a reportagens com assuntos diretamente voltados à publicação. Com relação às Cartas ao Leitor, elas insistem na defesa dos rumos do país e no argumento de que a revista colabora para a sua melhoria. Um diferencial é que esses espaços dirigem um tratamento mais afetuoso para os seus leitores. Fala-se bastante dos jornalistas, porém nada de novo é acrescentado sobre o seu ofício. Breves comunicados sobre como as coberturas foram desenvolvidas, como a informação de realização de viagens, seguem sendo motivos de publicização. Uma

novidade é o aparecimento de comentários de seus profissionais sobre um texto ou assunto e a inclusão de dados sobre a vida pessoal deles. Por conseguinte, as falas da Veja têm misturadas a apelos que rememoram a sua força e a invocações, mais sentimentais, que incitam uma maior ligação do público a ela.

O Jornal Nacional, até por causa de sua mídia principal, é o que mais se volta à audiência. Da mesma forma, é o que mais dá visibilidade aos seus bastidores. É o único a trazer seus próprios jornalistas à bancada para serem entrevistados ao vivo. Além disso, como nenhum outro, tem mostrado a sua história e o seu trabalho em livros e DVDs, que contam as suas experiências e oferecem lições sobre as suas práticas. Por isso, dos três é o que apresenta a sua rotina e a si mesmo com mais detalhes. Em nenhuma outra época, ele procurou tanto se explicar. Essa disposição é refletida até nas narrações que instruem sobre o início de um projeto e de uma série especial. As transcrições trazidas apontam ainda que nos momentos atípicos um tom menos formal e íntimo é adotado.

A fim de indicar uma proposição geral para o que foi encontrado, pode-se introduzir que, em meio às várias exigências da atualidade, a tática da Folha tem sido deixar claro que ela se adapta às novas exigências. A da Veja está calcada nos dizeres que procuram garantir a sua firmeza e a imutabilidade de seus valores, há muito solidificados. A do Jornal Nacional tem sido fornecer dados sobre o seu funcionamento certamente porque acredite que, suprimindo a curiosidade dos telespectadores, possa conservar o interesse acerca dele.

Caso tivessem sido acompanhados apenas os dizeres do século XXI, certamente se chegaria a essa mesma identificação. Porém, ela não poderia ser julgada como pertencente a um curso geral de entrelaçamento de saberes e poderes, existente desde o nascimento dos veículos. Igualmente, sem o acompanhamento desenvolvido torna-se impraticável a identificação de futuras modificações nas estratégias e nas táticas no tipo de discurso observado. Retomando Foucault (1988):

É justamente no discurso que vem a se articular poder e saber. E, por essa mesma razão, deve-se conceber o discurso como uma série de segmentos descontínuos, cuja função tática não é uniforme nem estável. Mais precisamente, não se deve imaginar um mundo do discurso dividido entre o discurso admitido e o discurso excluído, ou entre discurso dominante e dominado; mas, ao contrário, como uma multiplicidade de elementos discursivos que podem entrar em estratégias diferentes. É essa distribuição que é preciso recompor, com o que admite em coisas ditas e ocultas, em enunciações exigidas e interditas; com o que se supõe de variantes e de efeitos diferentes segundo quem fala, na posição de poder, o contexto

institucional em que se encontra; com o que se comporta de deslocamentos e de reutilizações de fórmulas idênticas, objetivos opostos. Os discursos, como os silêncios são submetidos de uma vez por todas ao poder, nem opostos a ele (FOUCAULT, 1988, p.111).

Na mesma linha de pensamento, continua-se:

Os discursos são elementos ou blocos táticos no campo das correlações de força; podem existir discursos diferentes e mesmo contraditórios dentro de uma mesma estratégia; podem, ao contrário, circular sem mudar de forma entre estratégias opostas. (...). Mas, ao contrário, cumpre interroga-los nos dois níveis, o de sua produtividade tática (que efeitos recíprocos de poder e saber proporcionam) e o de sua integração estratégica (que conjuntura e que correlação de forças torna necessária sua utilização em tal ou qual episódio dos diversos confrontos produzidos) (FOUCAULT, 1988, p.112).

Ou seja, mesmo que possam estar ocorrendo acionamentos táticos não percebidos neste estudo, isso não impede a validade do que está sendo apontado, já que toda a análise decorreu do entendimento de qual é a posição de quem fala.

No capítulo a seguir, os aspectos vislumbrados na análise das manifestações discursivas de Folha, Veja e JN são refletidos em uma dimensão alargada. Pensa-se sobre a como eles tracejaram uma rede de coerção discursiva que provoca consequências para o jornalismo. Alega-se que a imprensa não apenas atua para fiscalizar o cumprimento da soberania do corpo social como ela mesma desenvolve os seus próprios nós na trama das coerções disciplinares. Afinal, “Um direito da soberania e uma mecânica da disciplina: é entre esses dois limites, creio eu, que se pratica o exercício do poder” (FOUCAULT, 2005, p 44).

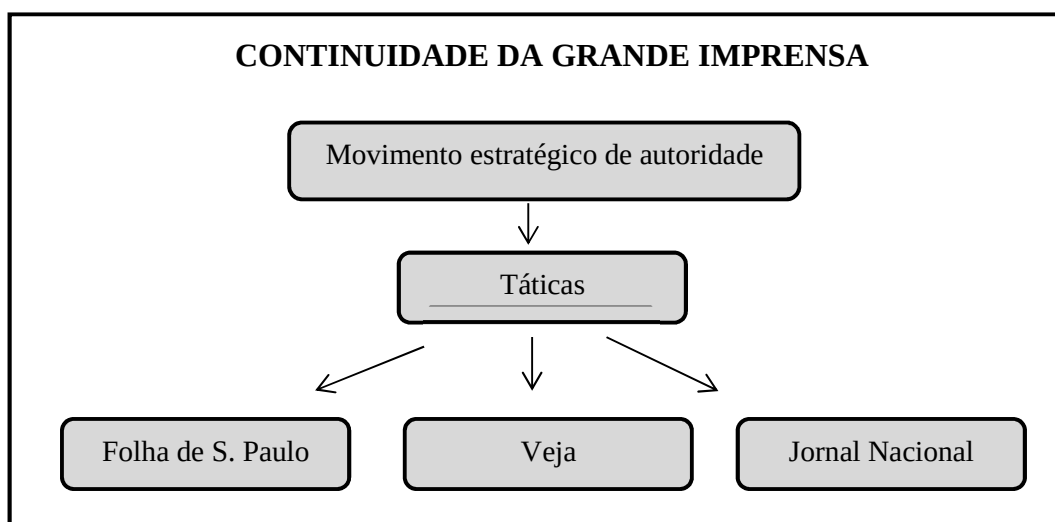


Figura 4– Esquema de resumo do capítulo 5

6. A REDE DE COERÇÃO DISCURSIVA DA GRANDE IMPRENSA X OS ARRANJOS NO JORNALISMO

Neste capítulo, a partir das enunciações observadas, desdobra-se o funcionamento discursivo da grande imprensa brasileira. Com esse intuito, retrocede-se ao que foi desenvolvido até aqui a fim de ser inserida a ideia de rede de coerção discursiva. Faz-se isso, aliando-se as constatações observadas nos exemplos, principalmente do capítulo anterior, ao contexto da atualidade.

Dentre o que foi coletado, há uma grande profusão de enunciados que, com a simples intenção de apresentar o conteúdo de alguma edição, serviram lentamente para reforçar a instituição que os expunham. Nessas ocorrências, o discurso autorreferencial veio quase sempre composto por sentenças estruturadas de modo semelhante na voz ativa com sujeito, verbo transitivo e objeto direto, como se vê em: “X mostra (...)”, “X apresenta (...)”, etc. Esse tipo de enunciação apareceu nos três componentes do objeto principalmente quando esses traziam algo de maior valor jornalístico.

No entanto, as falas sobre si não surgiram apenas para introduzir os materiais produzidos. Foi possível perceber que, década após década, foram externados dizeres, com uma estrutura mais complexa, cada vez mais autocentrados. Embora desde o início tenham sido vislumbrados, a sua quantidade aumentou com a institucionalização crescente das produções.

Apesar de o que foi observado ter sido recolhido em circunstâncias específicas, deve ser colocado que os elementos da grande imprensa brasileira em todas as fases falam muito pouco sobre as mudanças na comunicação e no jornalismo e menos ainda sobre as implantações que executaram. Diante do que vem ocorrendo nessas áreas, a verbalização de quaisquer adaptações empreendidas é sempre contida.

Dos três, Folha é o que mais exhibe os seus rearranjos. Ademais, diferentemente do que foi visto na primeira etapa analisada, Folha e JN neste século XXI tecem mais explicações sobre quem são. Esses dois, com superficialidade, também inserem um maior número de tópicos relacionados à tecnologia que empregam. Por causa dos lançamentos de livros e DVDs, o telejornal é o que tem um maior quantitativo de informações de seus bastidores. Nesses produtos o JN desvela o interesse em discorrer sobre a sua rotina diária e em disponibilizar depoimentos de seus profissionais.

A propósito, o jornalismo é um assunto versado com mais atenção quando as edições das mídias analisadas alardeiam situações de perigo ao país, às empresas sob as quais estão fundados e a atividade que desenvolvem. O jornalismo é também assunto

nos momentos de anúncio de uma nova diretriz, reforma ou alteração. É importante frisar que, em todas as ocasiões dessas mobilizações, segue-se insistindo na defesa da liberdade de imprensa, da esfera pública, da democracia, o que demonstra a conservação desses valores. Como já observou Moretzsohn (2002).

Os princípios clássicos do jornalismo baseiam-se na ideia de ‘esclarecer os cidadãos’, relacionada a critérios de objetividade que dizem respeito ao suposto poder de ‘verdade’ contido nos próprios fatos. Embora muito criticada, essa ideia sobrevive até hoje, não apenas nos manuais de redação, nas declarações de princípios dos jornais e mesmo em alguns estudos acadêmicos (MORETZSOHN, 2002, p.55).

Confrontando na linha do tempo o discurso jornalístico com o discurso autorreferencial, mesmo que esses dois sejam em muitos casos inevitavelmente misturados, pode ser dito que na última década o segundo vem predominando. Tal característica não é exclusiva do objeto analisado. Para Fausto Neto (2007):

A intensificação dos processos de autonomia do campo das mídias, de sua cultura e suas operações, se expande sobre regimes discursivos dos demais campos, produzindo complexa mudança sobre a natureza do próprio trabalho codificador das práticas discursivas jornalísticas. Convertido numa espécie de ‘sistema autônomo’, cujas operações dependem largamente de sua própria competência tecno-simbólica, o jornalismo desenvolve, hoje, nova forma de contato, segundo ‘contratos de leituras’ assentados em operações de auto-referencialidades. Ou seja, fala cada vez mais para o âmbito público de suas próprias operações, enquanto regras privadas de realidade de construção do que, necessariamente, da construção da realidade. Ou seja, produz a ‘enunciação da enunciação’ (FAUSTO NETO, 2007a, p.1).

De acordo com ele, com esse novo contrato de leitura:

O campo jornalístico diminui a ênfase sobre as suas operações de heteroreferência (falar do mundo externo, por exemplo), deslocando-se para aquelas de auto-referência, cujo foco é a auto descrição dos seus ‘próprios processos de codificação de realidade’. A ênfase da enunciação é voltada para a descrição das regras propriamente ditas que envolvem o trabalho da realidade da construção. A problemática do discurso de auto-referencialidade já vem se manifestando na mídia, através de diferentes expedientes, como aquele que se caracteriza pela atorização da produção jornalística, como o destaque dado ‘ao lugar das celebridades’. Funcionários da mídia, e suas vidas privadas, são transformados em assuntos e temas de interesse público, quando enquadrados nas primeiras páginas de publicações de variados gêneros (FAUSTO NETO, 2007b, p.15).

Ao investigar a cobertura do processo de *impeachment* do ex-presidente Fernando Collor de Mello, o autor observou que a autorreferenciação neste

acontecimento incitou um dispositivo enunciativo que legitimou o próprio trabalho jornalístico.

O dispositivo de enunciação não só cuida de referenciar o papel do discurso jornalístico como um lugar de observações e de acompanhamento do que se passa no cenário da política, mas também de exaltar o papel ativo que o campo mediático, de uma maneira geral, empenhou no processo de construção do *impeachment* do presidente Collor. Os enunciados dizem, de um lado, claramente, que sem a intervenção dos *media*, não teríamos o processo e seu consequente desfecho (FAUSTO NETO, 1995, p.23).

Por essas características, na ambiência atual estaria ocorrendo um esmaecimento da autoria na atividade discursiva, uma desprotagonização do ofício jornalístico, um investimento no eu-centrismo.

A circulação deixa de ser um elemento ‘invisível’ ou ‘insondável’ e é, graças a um trabalho complexo de linguagem e técnica, segundo operações de dispositivos, que pela sua ‘atividade construcionista’ complexifica o processo de comunicação, gerando pistas, instituindo novos objetos e, ao mesmo tempo, procedimentos analíticos que ensejem a inteligibilidade do seu funcionamento (FAUSTO NETO E ET AL., 2010).

Para Marcondes Filho (1993), o excesso de autorreferência nos meios de comunicação tem por consequência a limitação da realidade em uma segregação que é bastante negativa. Em sua definição, a autorreferência é:

O mesmo que fechamento de círculo: os meios de comunicação falam de si mesmos, criam as notícias que de fato deveriam ser buscadas exteriormente, mantêm-se num procedimento de se citarem mutuamente, em suma, constroem um universo para si próprios e o colocam no lugar do mundo externo, de todo mundo. Como filosofia do ‘eu me basto’, a autorreferência é um processo que se vê em muitos outros campos da sociedade (as comunidades fechadas, as seitas, as igrejinhas intelectuais), em suma, em tudo o que é associado à construção de mundos paralelos (MARCONDES FILHO, 1993, p.41).

As matérias ou séries de matérias sobre si mesmos na TV e na imprensa fazem com que eles se olhem “como espelhos narcísicos, passando para o público algo que só teria a ver – quando muito – com a economia interna de cada empresa” (Ibid., p.104).

Não deixa de ser intrigante que esses fenômenos estejam se passando nas últimas duas décadas, quando, com as tecnologias interativas, o sujeito é novamente uma preocupação. Pensando sobre o audiovisual, Comolli (2008) julga que os espectadores teriam deixado de desejar ver somente o “verdadeiro” e a “realidade”. Por

isso, eles têm preferido a falsa ilusão de poderem controlar o que veem. Daí a popularização de *reality shows* e de jogos interativos.

Lasch (1984) sugere que está ocorrendo a passagem de uma sociedade masculina para uma sociedade feminina. No jornalismo, essa troca estaria sendo vislumbrada no crescimento do entretenimento vendido como notícia, no aumento de pautas frias, de reportagens de serviços e de tudo mais que seja de utilidade imediata. Todas elas fazem o sujeito consumidor das mídias sentir-se cada vez mais próximo de si mesmo.

Contudo, a completude obtida com esse consumo possui uma dimensão meramente psicológica, pois o sujeito continua dependente do Estado, da corporação e de outras burocracias. Ele se satisfaz com uma segurança momentânea. O seu vazio interior é suprido pela espetacularização das coisas, pelas diversas formas de ocupar o tempo com entretenimento, enfim, pela teatralização da vida”. “Para o narcisista o mundo é um espelho, ao passo que o individualista áspero via como um deserto vazio, o ser modelado segundo os seus próprios desígnios” (LASCH, 1983, p.31).

Ao ser verificado que o jornalismo, além de criar iniciativas de participação que reforçam o egocentrismo de seus consumidores, vem trazendo nele mesmo essa característica podem ser abertas várias vertentes de discussão. Porém, neste momento, interessa somente a observação de que a disseminação de atributos por aqueles que têm poder é inevitavelmente um auxílio para o seu fortalecimento. Se os veículos são egocêntricos, isso favorece aos seus mecanismos de controle.

6.1 As mutações em meio aos dispositivos de controle

Parte da dificuldade em tecer afirmações sobre o que mudou na enunciação dos veículos se deve ao fato de não ter existido uma interrupção abrupta das enunciabilidades. As adulterações no sistema que as promovem se deram antes de Folha, Veja e JN completarem uma década. Depois de atingirem esse tempo de funcionamento, ainda que tivessem conferido mais força a uma enunciabilidade e menos força a outra dependendo da situação, eles organizaram o seu discurso sempre ao redor das mesmas formações, que vêm sendo mantidas há pelo menos trinta anos.

Assim, na linha de raciocínio destrinchada, embora se reconheçam as transformações no campo midiático e os novos investimentos em operações discursivas (SANCHONETE, FAUSTO NETO, 2009, p.29), a grande imprensa brasileira vem se expressando nos textos institucionais com o uso das mesmas marcações. A conservação

inalterável dessas condições evidentemente limita os dizeres. Mas, não de forma redutora com a simples eliminação do que pode ou não ser enunciado.

A reprodução de certos termos não impediu a variação das maneiras para ela se descrever. Ao contrário, o reforço disso fez com que as novidades fossem, de algum jeito, sempre amparadas na ordem constituída. É nessa capacidade de filtrar o que é inserido, de replicar alguns termos, de não colocar quase nunca as novidades ou ainda de colocá-las imperceptivelmente de maneira o menos brusca possível, que a rede de coerção discursiva se assentou.

Colombo (2005, p.23) explica que a coerção é definida pelos dicionários como um constrangimento, repreensão, restrição de direitos, limitação ou agir forçando uma atitude. Juridicamente, é definida como uma força que emana da soberania do Estado e é capaz de impor o respeito à norma legal.

Assim, a rede de coerção discursiva possui essa propriedade de ser uma força que corrobora a soberania da imprensa brasileira. Isso porque reaviva preceitos, mesmo que esses possam variar; e faz a inserção do novo nos pilares já estabelecidos. Com essa habilidade equilibrista expande o seu domínio.

Deve-se pontuar Foucault não se utiliza da expressão rede de coerção discursiva. Entretanto, o vocábulo rede emerge em diferentes momentos em sua obra, nunca como algo bem acabado. Nesse estudo, utiliza-se a ideia de rede vinculando-a ao que é desempenhado na relação saber-poder. Em *A Ordem do Discurso*, o referido autor aponta a existência de coações discursivas que limitam a inserção dos poderes e condicionam a formulação dos enunciados (FOUCAULT, 1996).

Ou seja, a proposta de rede de coerção discursiva tem a intenção de juntar as metodologias arqueológica e genealógica. Com ela, entende-se que “não há o exercício do poder sem uma certa economia dos discursos de verdade que funcionam nesse poder, a partir e através dele” (FOUCAULT, 2005, p.28)

A tarefa da genealogia consiste exatamente em descrever a história da emergência das diferentes interpretações, detectando as forças dominantes no momento em que elas se impõem. À genealogia não cabe antecipar quais os sentidos que podem decorrer de um acontecimento. O que lhe interessa é prenunciar o jogo causal das dominações.

A história ‘efetiva’ faz ressurgir o acontecimento no que ele pode ter de único e agudo. É preciso entender por acontecimento não uma decisão, um tratado, um reino, ou uma batalha, mas uma relação de forças que se investe,

um poder confiscado, um vocabulário retomado e voltado contra seus utilizadores, uma dominação que se enfraquece, se distende, se envenena e uma outra que faz sua entrada mascarada. As forças que se encontram em jogo na história não obedecem nem a uma destinação, nem a uma mecânica, mas ao acaso da luta (FOUCAULT, 1985, p.28).

Em uma de suas tentativas de definir a genealogia, Foucault disse que ela era cinza, meticulosa e pacientemente documentária. Trabalharia com pergaminhos embaralhados, riscados, várias vezes reescritos.

A genealogia exige, portanto, a minúcia do saber, um grande número de materiais acumulados, exige paciência. Ela deve construir seus ‘monumentos ciclópicos’ não a golpes de ‘grandes erros benfazejos’ mas de ‘pequenas verdades inaparentes estabelecidas por um método severo’ (FOUCAULT, 1985, p.15).

Falou-se do poder em uma perspectiva foucaultiana, mas há outros entendimentos circulantes sobre esse assunto. Marcondes Filho (2009a, p.168) chega a propor uma leitura do poder, como diz, diferenciada da empregada por Foucault. Para ele, o poder do final do século XX não poderia mais ser interpretado como algo associado a posições hierárquicas ou a situações topograficamente diferenciadas. Oscilante, ele poderia advir de qualquer relação, circular por diversas instituições. E exatamente por se associar de forma imprevisível que ele não poderia ser instrumentalizado, nem ter o seu futuro administrado. No entanto, o autor considera haver espaços preferenciais à sua circulação.

Um jornal, por exemplo, pode numa certa hora tornar-se politicamente muito poderoso por conseguir captar uma certa aspiração popular (difusa, dispersa, desorganizada, mas real) e com participação de um grande contingente de pessoas. O fato de esse jornal conseguir captar essas aspirações, desejos políticos, anseios populares é acidental; não há fórmulas prévias para tanto e o resultado ou os lucros políticos e econômicos daí derivados são também de sobrevivência imprevisível (MARCONDES FILHO, 2009a, p.169).

A imprensa teria assumido um ‘poder moderador’, que se equilibra entre o questionamento da validade das políticas do Estado e as posições adotadas pela população. Ela seria uma espécie de ‘superego geral da sociedade’. “Neste final de século, a imprensa tornou-se inegavelmente uma instituição de forte concentração e prestígio e de potência política” (Ibid., p.173). Isso porque o jornalismo é uma forma de realizar a luta pelo poder.

6.2 Preservação x crise

O momento atual não parece ser muito favorável para as produções analisadas. Recentemente, foi divulgado que o Jornal Nacional teria atingido o seu recorde negativo. Se nos anos de 1980, a sua audiência era de 70%, ela chegou a diminutos 18%¹⁶¹ em 11 de abril do ano corrente¹⁶². As revistas impressas também têm sofrido queda no país. Em 2013, o setor sofreu uma diminuição de 3,1% na circulação média, mesmo índice de crescimento do consumo de edições digitais.

No caso específico da Veja as suas vendas, desde 2010, têm estacionado em um patamar aquém de 1,1 milhão de exemplares vendidos semanalmente. Entre 2010 e 2012, a sua circulação média por semana caiu 1,35%¹⁶³. Na tabela de circulação geral da Abril, referente à última semana de junho, foram consumidos 1.028.513 exemplares¹⁶⁴, 18.526 revistas a menos que no primeiro quadrimestre do ano passado, o que não representa uma diminuição significativa.

A Folha de S. Paulo, consoante o seu investimento nas versões digitais, tem contado a sua inserção no mercado pela sua circulação total, com a contabilização tanto de seu formato impresso quanto digital. Por isso, até comemora o seu crescimento. Em janeiro de 2014, com a utilização de uma nova metodologia do IVC, ela estava na liderança nacional com 332.354 exemplares impressos e digitais, 11% a mais que O Globo e 13% que o *Super Notícias*¹⁶⁵. De acordo com o Grupo Folha, em março teriam sido comercializados 117.721 exemplares via internet e 223.832 edições impressas¹⁶⁶. Embora não se diga, esse último número é 25% abaixo da circulação geral de 2012.

Por causa desses e de outros números, as condições de sobrevivência do jornalismo vem sendo um tópico de abordagem das investigações do jornalismo.

A propalada crise do jornalismo estremece as formas de financiamento dos sistemas de informação, reposiciona empresas e profissionais diante de um cenário de comunicação total, e alimenta uma discussão em torno do papel do jornalismo nas sociedades contemporâneas. É uma crise do negócio, da

¹⁶¹ O índice foi recolhido em: <<http://www.pragmatismopolitico.com.br/2014/04/jornal-nacional-atinge-pior-audiencia-da-historia.html>>. Acesso em: 20 jun. 2014.

¹⁶² A notícia foi dada em: <<http://f5.folha.uol.com.br/televisao/2014/04/1439663-jornal-nacional-marca-pior-media-de-audiencia-de-sua-historia-na-previa.shtml>>. Acesso em: 20 jun. 2014.

¹⁶³ Para mais informações: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/circulacao_das_revistas_em_queda>. Acesso em: 20 jun. 2014.

¹⁶⁴ Ver: <<http://www.publiabril.com.br/tabelas-gerais/revistas/circulacao-geral/imprimir>>. Acesso em: 26 jun. 2014.

¹⁶⁵ Verificar: <<http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2014/02/1417947-instituto-ajusta-criterios-para-aferrar-circulacao-de-jornais-folha-e-lider-nacional.shtml>>. Acesso em: 26 jun. 2014.

¹⁶⁶ Para acessar: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/poder/158930-maior-jornal-do-brasil-folha-e-lider-em-diferentes-plataformas.shtml>>. Acesso em: 26 jun. 2014.

legitimidade e de confiança que se convencionou depositar sobre uma prática de poucos séculos de existência, mas que tem sido bastante relevante para o desenvolvimento das democracias e das sociedades. Mas uma crise não se decreta (CHRISTOFOLETTI, 2011, p.2).

Briggs e Burke (2004, p.276) apontam que concomitante à explosão da informação, que nos Estados Unidos começa a ser percebida como uma realidade concreta na segunda metade dos anos de 1970, o termo crise também começa a aparecer. Em um cenário de acirramento das competições, ele era utilizado para se referir tanto às finanças quanto, mais genericamente, à autoridade. Com o desenvolvimento de redes de comunicação capazes de levar qualquer tipo de dado a todos os cantos do mundo, a partir da instalação de cabos e satélites, as empresas firmemente estabelecidas precisavam se adequar. Os correios da América do Norte foram uma das primeiras instituições a entrar em crise por sofrer uma considerável perda financeira. Desse modo:

Enfrentar momentos críticos parece ser uma constante para as organizações do setor e para os seus profissionais, seja pelas tensões que o Jornalismo estabelece com os poderes constituídos, pelas adequações a que se submete a cada nova adoção tecnológica ou pelos solavancos econômicos do mercado. O Jornalismo transita pelos planos; político, social, tecnológico, econômico e cultural, tentando manter seu curso apesar das zonas de atrito que insistem em descaracterizá-lo, e a desmoralizá-lo (KARAM; CHRISTOFOLETTI, 2001, p.88).

Ao se verificar o comportamento da grande imprensa, adentra-se a essa discussão com a argumentação de que o debate não pode ignorar o que foi construído pelas instituições desse setor. Essas, ao conseguirem envolver a população em torno de um modelo de prática jornalística, podem ter contribuído para a normalização do público.

A questão da normalidade é discutida principalmente na área médica e possui parâmetros difíceis para ser estabelecida. Canguilhem (2002) acreditava que a visão do normal na sociedade foi assentada no século XIX a partir da exigência da racionalização e a consequente adoção de algumas atitudes à prática diária. “Portanto, o normal é, ao mesmo tempo, a extensão e a exibição da norma. Ele multiplica a regra, ao mesmo tempo em que a indica” (CANGUILHEM, 2002, P.211).

Foucault (2008b) infere que o padrão de normalidade começa a ser estabelecido pelo Estado em decorrência de sua atuação em favor da vida. Ele se concretiza com

cálculos estatísticos, pois por meio da efetivação de um sistema de normas e de leis se estipularia a medida do normal.

Dessa maneira, se os elementos da grande imprensa desenvolveram um conjunto de normas e com elas estabeleceu a sua relação com o público, fatalmente introduziram um padrão de normalidade para o jornalismo brasileiro. Com a sua repetição anos a fio, dentro de uma economia de poder, fizeram com que um discurso do verdadeiro fosse incorporado. Ao ser aceito com as suas regras pela população, esse pôde por ser tomado como normal.

Ao mesmo tempo em que grandes veículos lançavam questões sobre como o jornalismo devia ser feito, eles construíram aos poucos uma interpretação própria de tudo isso. Com ela, valores antes defendidos até puderam ser negados. Contudo, em um trabalho constante de preservação, sempre se colocou algo em seu lugar.

Simultaneamente, se ao jornalismo da contemporaneidade é exigido que ele seja convergente, transmidiático, participativo e interativo, essas características são vistas em Folha de S. Paulo, Veja e Jornal Nacional sem muito aprofundamento. O **quadro 32** indica a presença desses quatro aspectos neste século XXI. A lacuna convergência foi assinalada quando se encontrou alguma citação de integração nas produções. A lacuna transmidiação foi marcada na existência de dizeres que anunciem narrativas, como parte de um mesmo todo, desenvolvidas para progredir em diferentes suportes. A participação do público, que poderia estar incluída na transmidiação, veio em separado para se sublinhar a ocorrência de convocações para colaborações. O espaço interação foi marcado na existência de informes sobre algum canal, não voltado às colaborações, que servisse ao relacionamento da população com o veículo.

Exigências do jornalismo da atualidade				
	Convergência	Transmidiação	Participação do público	Interação
Folha de S. Paulo	X	-	X	X
Veja	X	-	X	X
Jornal Nacional	X	-	X	X

Quadro 32 – Marcas de exigências do jornalismo atual em Folha de S. Paulo, Veja e JN

Dos quatro pontos, apenas a transmidiação foi a única que não apareceu, nem de forma ligeira. Isso certamente demonstra uma certa resistência em dispor de narrativas que estejam espalhadas em diferentes mídias. Os outros três pontos surgiram, como foi

visto nas descrições, sem muito alarde. Ainda que essas mutações sejam superficiais, pode-se dizer, então, que há algo em andamento no sistema de controle. Para os próximos anos, deve haver um esforço para compreender quais enunciados serão capazes de provocar uma desestabilização.

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nesta tese foi tracejada uma história do jornalismo brasileiro da segunda metade do século XX até hoje com a exposição e a análise de enunciados de veículos que chegaram à liderança em seu campo, aí se estabilizaram e, há muito, são categorizados como a grande imprensa do país. Isso foi feito porque se queria discutir as transformações no jornalismo, agregando outro olhar às bastante atuais reflexões sobre o impacto das tecnologias nas redações, o consumo de informações na sociedade midiaticizada, a profissão de jornalista, a sobrevivência das velhas mídias.

Em toda a execução do estudo foram assumidas duas arriscadas opções. A primeira foi manejar ao mesmo tempo três veículos que normalmente são tratados separadamente como um só objeto. A segunda foi acompanhar as suas enunciações desde que elas foram iniciadas há mais de quatro décadas até o presente. Como resultado, chegou-se a um rol de observações cujo alcance não se limita às explicações aqui desenvolvidas.

Reconhece-se que são muitos os desdobramentos possíveis utilizando-se os dados recolhidos em Folha de S. Paulo, Veja e JN. Por eles terem sido compreendidos como elementos integrados de mesma mecânica, muitas ponderações de seus comportamentos isolados, incluindo diferenças nas textualidades, terminaram excluídas.

A insistência em perceber os três componentes como uma unidade, a despeito de todas as desigualdades entre eles, se deveu por um lado a impressão de que há uma lacuna no tratamento do que é a grande imprensa. Apesar do uso corriqueiro desta expressão, faltam explicações sobre a sua definição, o seu funcionamento e a atuação de seu poder. No entanto, ainda que tenha se investido nisso, as iniciativas não foram entendidas como máquinas que se ajustam com perfeição aos mecanismos de controle evidenciados. Aliás, é muito provável que nem elas mesmas tenham uma consciência firme do que enunciaram anos atrás e do que insistem em replicar, muito embora compartilhem da evidente racionalidade de sempre falarem bem, de sempre falarem o melhor de si.

A separação das fases e as enunciabilidades delineadas não devem ser encaradas como as únicas possibilidades de vislumbrar uma homogeneidade para as situações temporais e enunciativas. É bem provável que enunciações relevantes para perceber os ajustes feitos possam ter escapado da observação, seja pelo cumprimento ao recorte, seja pela ignorância do que poderia ser incorporado a ele. Ainda assim, isso não retira a

contribuição do que foi trazido à explanação dos dizeres. Mesmo que existam outros controles em jogo, a explicitação do domínio enunciativo escolhido pôs a mostra como os veículos verbalizam a atividade jornalística, o jornalismo e a si mesmos para o público. Não custa lembrar, isso foi feito para que se conseguisse mensurar se e como as formulações sobre novidades, mudanças, alterações e transformações são trazidas.

O viés proposto para entender esses dizeres foi assimilar toda a atuação como parte de um sistema dotado de regramentos. Já em sua primeira meia década de vida, os elementos observados demonstraram possuir características, que paulatinamente, eram repetidas. Durante muitos anos, essa reiteração limitou o que era enunciado do mesmo modo que serviu para fortalecer os veículos.

Embora cada um dos três tivesse marcas particulares para agir, eles foram associados, com auxílio dos métodos arqueológico e genealógico de Michel Foucault, a dois movimentos comuns. O primeiro, de imposição de uma ordem discursiva, pelo qual seus saberes foram manifestados. E o segundo de promoção de relações de poderes. A existência de ambos foi a chave para enxergar a engrenagem de dominação exercida, bem como a rede de coerção discursiva que por ela foi estabelecida.

Acrescenta-se que a preferência por estudar algo com tamanha dimensão também se deveu, por outro lado, à possibilidade de obter, como consequência, informações capazes de facilitar a captação de tendências. Entre outros aspectos, foi visto que muitos enunciados estão inevitavelmente agarrados ao seu passado, apesar do seu uso ter variado e recebido novos efeitos.

Quando se escolheu utilizar o discurso como substância, respondeu-se também ao desejo de tecer afirmações ancorando-as em dados efetivamente evidenciados. A opção de se voltar para eles foi motivada desde o início pela possibilidade de comprovar a existência dos acontecimentos com a sua sinalização. Em virtude dessa obstinação em autenticar o que era ou não visto, as descrições podem ter sido, em alguns momentos, extenuantes. Não obstante, porque as exposições foram feitas, características apontadas por outras pesquisas puderam ser reafirmadas e observações inéditas puderam ser trazidas.

Com o olhar sobre o discurso autorreferencial e o discurso sobre o jornalismo do principal jornal diário, revista semanal e telejornal do país, pôde ser verificado como eles se desenvolveram como instituições que, para se fortalecerem, comemoravam o quantitativo de vendas, a disseminação de seu produto pelo país, a compra de um novo equipamento, a reformulação da redação. Desde os seus primeiros anos, os três vendem

a imagem de um produto bem acabado, igualmente utilizam os dizeres selecionados para propagar o jornalismo que desenvolvem como exemplar.

No período mais recente, pôde ser confirmado que os dizeres atuam bastante para fomentar vínculos com o público. Isso ocorre com demonstrações de afetividade e de intimidade aparentes em inserções simples, como o uso do pronome você, cada vez mais crescentes. Recentemente foram acionados com profusão enunciados que remetem ao quantitativo de anos possuídos pelas mídias avaliadas e ao acervo que elas acumularam. Em acréscimo, a tematização do jornalismo como algo em transformação não foi vista com frequência. Mesmo quando ocorre, ela é quase sempre uma oportunidade para os veículos valorizarem quais adaptações empreenderam.

Portanto, Folha de S. Paulo, Veja e Jornal Nacional atuam para seguir entrelaçando os fios da rede de coerção discursiva tecidas por eles, à qual ininterruptamente se dedicam. Se os acionamentos táticos promovidos na atualidade funcionam ou não ou se contribuirão para um maior empoderamento das produções nos anos vindouros, são discussões que precisam ser desdobradas, investigando-se melhor o arranjo do campo jornalístico nacional e verificando não só o comportamento de consumo do público, mas como esses identificam, entendem, significam o jornalismo.

A guisa de conclusão pode-se inserir que das três hipóteses aventadas, apenas uma não foi suficientemente comprovada. Verificou-se que a rede de coerção discursiva não é igual para cada um dos componentes do objeto. Ela tampouco atua com fixidez sobre as manifestações, uma vez que a passagem dos anos incitou a sua variação. Somente a influência da rede de coerção para além dos veículos é que não pôde ser investigada com a metodologia utilizada ao longo de todo o estudo. Ainda assim, mantém-se a visão de que o que foi investigado toca em como o jornalismo foi formado, foi delineado e de uma maneira ou de outra é preservado no país. Até que outra engrenagem seja esboçada, as produções observadas seguem um passo a frente a sua continuidade. Para os próximos anos, o seu comportamento deve permanecer sendo alvo de atenção a fim de que seja observada a sucessão de seu controle.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

15 ANOS DE HISTÓRIA. Rio de Janeiro: Primor, 1984.

ABRAMO, Claudio. **A regra do jogo.** São Paulo: Companhia das Letras, 1999.

ABREU, Alzira Alves de. **A modernização da imprensa (1970-2000).** Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.

ADGHIRNI, Zélia; RIBEIRO, Gilson de Souza Nunes Ribeiro. **Jornalismo online e identidade profissional do jornalista.** X Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação - Compós. Brasília, jun. 2001. Disponível em: <http://www.compos.org.br/data/biblioteca_1214.pdf>. Acesso: 12 set. 2013.

ALBUQUERQUE, Afonso; HOLZBACH, Ariane. Metamorfoses do contrato representativo: jornalismo, democracia e os manuais de redação da Folha de S. Paulo. **Revista Comunicação, mídia e consumo**, São Paulo, v.5, n.14, 2008. Disponível em: <<http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/comunicacaomidiaconsumo/article/viewArticle/6832>>. Acesso em: 9 jul. 2013.

_____. Em nome do público: jornalismo e política nas entrevistas dos presidentiáveis ao Jornal Nacional. **Revista E-Compós** - Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, Brasília, v.16, n.2, maio/ago 2013. Disponível em: <<http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/813/661>>. Acesso em: 3 mar. 2014.

ALMEIDA, Tania Silva de. **Opiniões e sentenças em capas de Veja sobre o primeiro governo Lula (Brasil, 2002 a 2006).** Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação), Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2008. Disponível em: <<http://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/14949>>. Acesso em: 2 mar. 2014.

ALSINA, Miguel Rodrigo. **La construcción de la noticia.** Barcelona: Paidós, 1996.

ALVES, José Eustáquio Diniz. **As características dos domicílios brasileiros entre 1960 e 2000.** Rio de Janeiro: IBGE, 2004. Disponível em: <<http://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv3124.pdf>>. Acesso em: 20 nov. 2013.

ALVES, Calmon Rosental. Jornalismo digital: dez anos de web...e a revolução continua. **Revista Comunicação e Sociedade**, v.9-10, 2006. Disponível em: <<http://lasics.uminho.pt/ojs/index.php/comsoc/article/viewFile/1157/1100>>. Acesso em: 12 out. 2013.

ALZAMORA, Geane; TÁRCIA, Lorena. Convergência e transmídia: galáxias semânticas e narrativas emergentes em jornalismo. **Revista Brazilian Journalism Research**, v.8, n.1, 2012. Disponível em: <<http://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/401/370>>. Acesso em: 11 fev. 2014.

AMOSSY, Ruth (Org.). **Imagens de si no discurso: a construção do ethos.** São Paulo: Contexto, 2005.

ARRUDA, Laércio Pires de. **Nabantino Ramos, o modernizador da imprensa paulista.** Tese (Doutorado em Comunicação), Universidade Metodista de São Paulo, São Paulo, 2007. Disponível em: <[http://ibict.metodista.br/tedeSimplificado/tde_busca/processaPesquisa.php?listaDetalhes\[\]=337&processar=Processar](http://ibict.metodista.br/tedeSimplificado/tde_busca/processaPesquisa.php?listaDetalhes[]=337&processar=Processar)>. Acesso em 8 jul. 2013.

AUGUSTI, Alexandre Rossato. **Jornalismo e comportamento**: os valores presentes no discurso da revista Veja. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação), Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2005. Disponível em: <<http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/5528/000516356.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 15 mar. 2014.

ÁVILA, Jânio Tomé Matias de. **Veja, os anos oitenta em revista**: leitura e memória cultural. Dissertação (Mestrado em Literatura). Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2005. Disponível em: <<https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/101793>>. Acesso em: 17 nov. 2013.

BARA, Gilze. **Apresentadores de telejornais e diálogo com o público**: muito além da TV. Anais XXXIII Congresso Brasileiro de Comunicação da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação - Intercom. Caxias do Sul, set. 2010. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/resumos/R5-1832-1.pdf>>. Acesso em: 6 mar. 2014.

_____. **Para ‘Além do Boa Noite’**: os apresentadores de telejornais e o processo de identificação com o público. Dissertação (Mestrado em Comunicação), Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2012. Disponível em: <http://www.ufjf.br/ppgcom/files/2013/08/Gilze_Bara.pdf>. Acesso em: 10 fev. 2014.

_____; VARGAS, Renata; COUTINHO, Iluska. **Apresentadores de telejornais e vínculos com o público**: as primeiras impressões dos telespectadores sobre a saída de Fátima Bernardes do Jornal Nacional. Anais XXXV Congresso Brasileiro de Comunicação da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação - Intercom. Fortaleza, set. 2012. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2012/resumos/R7-2207-1.pdf>>. Acesso em: 5 mar. 2014.

BAKHTIN, Mikhail. **Marxismo e filosofia da linguagem**: problemas fundamentais do método sociológico na ciência da linguagem. 10. ed. São Paulo: Hucitec, 2002.

BARBOSA, Marialva. **História cultural da imprensa**: Brasil 1900-2000. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007a.

BARBOSA, Suzana. **Jornalismo digital em base de dados (JDBD)**: um paradigma para produtos jornalísticos digitais dinâmicos. Tese (Comunicação), Universidade Federal da Bahia, 2007b. Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/tese_suzana_barbosa.pdf>. Acesso em: 12 fev. 2014.

_____. **Jornalismo digital de terceira geração**. Covilhã: Labcom, 2007c. Disponível em: <http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20110824barbosa_suzana_jornalismo_digital_terceira_geracao.pdf>. Acesso em: 10 jan. 2014.

_____. Jornalismo convergente e continuum multimídia na quinta geração do jornalismo nas redes sociais. In: CANAVILHAS, João (Org.). **Notícias e mobilidade**: jornalismo na era dos dispositivos móveis. Covilhã: Labcom, 2013. Disponível em: <http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20130404201301_joacanavilha_noticiasmobilidade.pdf>. Acesso em: 13 jan. 2014.

BARREIROS, Tomás Eon; AMOROSO, Danilo. Jornalismo estrábico: Veja e Carta Capital na cobertura do escândalo do mensalão. **Revista Perspectivas de la Comunicación**, Temuco/Chile, v.1, n. 1, 2008. Disponível em: <http://www.perspectivasdelacomunicacion.cl/wpcontent/uploads/2013/04/Perspectivas_1_1_2008.pdf#page=121>. Acesso em: 6 mar. 2014.

BECKER, Beatriz. Hommer Simpson: o protagonista (in)visível dos 35 anos do Jornal Nacional. **Revista Estudos em Jornalismo e Mídia**, Florianópolis, v.2, n.1, 2005. Disponível em: < <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1887>>. Acesso em: 2 mar. 2014.

BENETTI, Marcia. A ironia como estratégia discursiva da revista Veja. **Revista Líbero**, São Paulo, v.10, n.20, 2007. Disponível em: < <http://revistas.univerciencia.org/index.php/libero/article/view/4644/4368>>. Acesso em: 10 mar. 2014.

_____. Análise do discurso em jornalismo: estudo de vozes e sentidos. In: LAGO, Cláudia; BENETTI, Marcia (Orgs.). **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. 2 ed. Petrópolis: Vozes, 2008.

_____; HAGEN, Sean. Jornalismo e imagem de si: o discurso institucional das revistas semanais. **Revista Estudos em Jornalismo**, Florianópolis, v.7, n.1, 2010. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2010v7n1p123>>. Acesso em: 10 out. 2013.

BENETTI, Marcia; JACKS, Nilda. **O discurso jornalístico**. Anais X Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação - Compós. Brasília, jun. 2001. Disponível em: < http://www.compos.org.br/data/biblioteca_1217.pdf>. Acesso em: 10 out. 2013.

BENVENISTE, Èmile. **Problemas de linguística geral II**. Madri: Gallimard, 1977.

BERGER, Christa. **Campos em confronto: jornalismo e movimentos sociais**. As relações entre o movimento Sem Terra e a Zero Hora. Tese (Doutorado em Comunicação). Universidade de São Paulo, São Paulo, 1996. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/berger-christa-campos-1.html>>. Acesso em: 10 fev. 2014.

_____. Jornalismo na comunicação. In: WEBER, Maria Helena; BENTZ, Ione; HOHLFELD, Antonio (Orgs.). **Tensões e objetos da pesquisa em comunicação**. Porto Alegre: Sulina, 2002.

_____; MAROCCO, Beatriz (Orgs.). **A era glacial do jornalismo: teorias sociais da imprensa**. Porto Alegre: Sulina, 2008. v.2.

BERGER, Peter L.; LUCKMANN, Thomas. **Modernidade, pluralismo e crise de sentido: a orientação do homem moderno**. Petrópolis: Vozes, 2004.

BERTASSO, Daiane. **O ethos discursivo no jornalismo**: as ‘imagens de si’ das revistas semanais de informação brasileiras por meio de suas capas. Anais X Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo da Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo - SBPJOR. Curitiba, nov., 2012. Disponível em: <<http://soac.bce.unb.br/index.php/ENPJOR/XENPJOR/paper/view/1874/145>>. Acesso em: 10 mar. 2014.

BONNER, William. **Jornal Nacional: modo de fazer**. Rio de Janeiro: Globo, 2009.

BORELLI, Silvia H. Simões; PRIOLLI, Gabriel (Orgs.). **A Deusa Ferida: por que a Globo não é mais campeã absoluta de audiência?**. 2 ed. São Paulo: Summus, 2000.

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

_____. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2003.

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

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

_____. **A produção da crença:** contribuição para uma teoria dos bens simbólicos. 3 ed. Porto Alegre: Zark, 2008.

BRAMBILLA, Ana Maria. **Jornalismo open source em busca da credibilidade.** Anais XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares em Comunicação - Intercom, Rio de Janeiro, 2005. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/limc/participativo/pdf/credibilidade.pdf>>. Acesso em: 23 jan. 2014.

_____. **Jornalismo open source:** discussão e experimentação Ohmynews Internacional. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2006. Disponível em: <<http://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/8457>>. Acesso em: 23 jan. 2014.

BRIGGS, Mark. **Jornalismo 2.0:** como sobreviver e prosperar. Um guia de cultura digital na era da informação. Austin: Knight Center of Journalism, 2007. Disponível em: <http://knightcenter.utexas.edu/Jornalismo_20.pdf>. Acesso em: 2 jun. 2014.

BRIGGS, Asa; BURKE, Peter. **Uma história social da mídia:** de Gutenberg à internet. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

BRUCK, Mozahir Salomão. Jornalistas e teorias: uma conciliação possível? **Revista Intexto**, Porto Alegre, v.2, n.25, dez. 2011. Disponível em: <http://seer.ufrgs.br/intexto/article/viewFile/22928/14479>. Acesso em: 10 maio 2013.

BRUNS, Axel. Gatekeeping, gatewatching, realimentação em tempo real: novos desafios para o jornalismo. **Revista Brazilian Journalism Research**, v. 7, n.2, 2011. Disponível em: <<http://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/342>>. Acesso em: 10 jan. 2013.

CANAVILHAS, João. Ensino do jornalismo: o digital como oportunidade. In: QUADROS, Cláudia; CAETANO, Kati; LARANGEIRA, Álvaro (Orgs.). **Jornalismo e convergência:** ensino e práticas profissionais. Covilhã: Labcom, 2011. Disponível em: <http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20110315claudia_quadros_jornalismo_e_convergencia.pdf>. Acesso em: 13 maio 2014.

_____. Da remediação à convergência: um olhar sobre os media portugueses. **Revista Brazilian Journalism Research**, v.8, n.1, 2012. Disponível em: <<http://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/369/362>>. Acesso em: 12 maio 2014.

CANDIOTTO, Cesar. **Foucault:** e a crítica da verdade. Belo Horizonte/Curitiba: Autêntica/Champagnat, 2010.

CANGUILHEM, Georges. **O normal e o patológico.** 4 ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2002.

CARDOSO, Jaqueline da Silva Torres. **A participação das fontes que representam o sistema jurídico na construção do caso Isabella:** uma análise das revistas Época, Veja e Istoé. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação), Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, 2010. Disponível em: <<http://biblioteca.asav.org.br/vinculos/tede/JaquelineTorresComunicacao.pdf>>. Acesso em: 15 mar. 2014.

CARVALHO, Maria Paula. Construção e reconstrução da realidade: um estudo de caso a partir da recepção dos entrevistados pela Caravana do Jornal Nacional. In: STRELOW, Aline; COUTINHO, Iluska; ASSIS, Francisco de; FILHA, Elza de Oliveira; PENA, Felipe (Orgs.). **Jornalismo: história, teorias, gêneros e práticas**. São Paulo: Intercom, 2012. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/ebooks/arquivos/c08f8f8e35ee9ec0172_b8c2b95f6e20c.pdf>. Acesso em: 13 nov. 2013.

CASTELLS, MANUEL. **A sociedade em rede**. 2 ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CASTRO, Edgardo Castro. **El vocabulario de Michel Foucault**. Buenos Aires: Prometeo, 2004.

CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano: artes de fazer**. 3 ed. Petrópolis: Vozes, 1998.

CHANON, Jean; BONVILLE, Jean. **Nature et transformations du journalisme: théorie et recherches empiriques**. Lavral: Presse de l'université Lavral, 2004.

CHAPARRO, Manuel Carlos. **Pragmática do jornalismo: buscas práticas para uma teoria da ação jornalística**. São Paulo: Summus, 1994.

CHRISTOFOLETTI, Rogério. **Valores, ordenamentos de conduta e subsistência do jornalismo**. Anais XX Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação – Compós. Porto Alegre, jun. 2011. Disponível em: <<http://www.compos.org.br/biblioteca.php>>. Acesso em: 10 out.2013.

COLLING, Leandro. **O 'estado da arte' dos estudos sobre mídia e eleições presidenciais de 1989 a 2002**. Anais XVI Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação – Compós, Curitiba, jun. 2007. Disponível em: <http://www.compos.org.br/data/biblioteca_42.pdf>. Acesso em: 10 dez. 2013.

COLOMBO, Irineu. A linguagem do poder: o fenômeno histórico-social da coerção. **Revista de Filosofia**, Curitiba, v.18, n.21, 2005. Disponível em: <<http://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CCoQFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww2.pucpr.br%2Ffreol%2Findex.php%2FRF%3Fdd1%3D62%26dd99%3Dpdf&ei=zEhEU9nNGfDNsQTm1oCQCg&usq=AFQjCNGGLvBA48Frv18suHBvz5wTDQBrLQ&bvm=bv.64367178,d.cWc>>. Acesso em: 5 abr. 2014.

COMOLLI, Jean-Louis. **Ver e poder**. A inocência perdida: cinema ficção, documentário. Belo Horizonte: UFMG, 2008.

CONTI, Mario Sergio. **Notícias do planalto: a imprensa e Fernando Collor**. São Paulo: Companhia das Letras, 1999.

CORREIA, João Carlos. A construção social da realidade e o jornalismo como profissão especializada. In: CUNHA, Isabel Ferin; CABRERA, Ana; SOUSA, Jorge Pedro (Orgs.). **Pesquisa em mídia e jornalismo: homenagem a Nelson Traquina**. Covilhã: CIMJ, 2012. Disponível em: <<http://www.livrosabcom.ubi.pt/book/90>>. Acesso em: 14 dez. 2013.

COUTINHO, Iluska. **Um público para chamar de seu: a construção da audiência no discurso do Jornal Nacional**. Anais XIX Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação – Compós. Rio de Janeiro, jun. 2010. Disponível em: <<http://www.compos.org.br/biblioteca.php>>. Acesso em: 23 set. 2013.

CRISTÓVÃO, Assunção. **Fazendo gênero em jornalismo: os projetos editoriais da Folha de S. Paulo em perspectiva dialógica**. São Paulo: Cultura acadêmica, 2012. Disponível em:

<https://www.fasul.edu.br/portal/app/webroot/files/links/comunicacao/Fazendo_genero_em_jornalismo-WEB.pdf> . Acesso em: 7 mar. 2014.

DALMONTE, Edson; ORTIZ, Júnia. Os bastidores da realidade e a realidade dos bastidores: efeitos de real no site JN Especial. **Revista Matrizes**, São Paulo, v.5, n.2, 2012. Disponível em: <<http://www.matrizes.usp.br/index.php/matrizes/article/view/243/pdf>>. Acesso em: 5 mar. 2014.

DEFLEUR, Melvin; BALL-ROKEACH, Sandra. **Teorias da comunicação de massa**. 5 ed. Rio de Janeiro: Zahar, 1993.

DELEUZE, Gilles. **Foucault**. São Paulo: Brasiliense, 2005.

DENT, Chris. Journalists are the confessors of the public, says one Foucaultian. **Journalism**, n. 9, p. 200-219, 2008. Disponível em: <http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1443518##>. Acesso em: 6 mar. 2014.

DIJK, Van. News, discourse and ideology. In: WAHL-JORGENSEN, Karin; HANITZSCH, Thomas. **The handbook of journalism studies**. Nova Iorque/Londres: Taylor & Francis e-library, 2009. Disponível em: < <http://www.rasaneh.org/Images/News/AttachFile/30-9-1390/FILE634600594129473750.pdf>>. Acesso em: 12 jul. 2013.

DINES, Alberto. **O papel do jornal**. 6 ed. São Paulo: Summus, 1986.

DINIZ, Talita Rampazzo. **Mecanismos de proximidade**: tendências atuais na enunciação de telejornais globais. Anais XXXIII Congresso Brasileiro de Comunicação da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação- Intercom. Caxias do Sul, set. 2010. Disponível em: < <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/resumos/R5-2477-1.pdf>>. Acesso em: 10 mar. 2014.

_____. Então, no que se transformou o jornalismo? In: PRYSTHON, Angela; SALCEDO, Diego; Diniz, Talita Rampazzo (Orgs.). **Comunicação e sociedade**: transformações midiáticas no contemporâneo. Recife: Editora Universitária, 2012. Disponível em: <http://www.ufpe.br/editora/ufpebooks/serie_extensao/outros/comunicacao_sociedade/data/search.xml?rand=937>. Acesso em: 10 jan. 2014.

_____. Evolução e queda dos superlativos musicais brasileiros nas capas da Veja. **Revista Rumores**, São Paulo, v.7, n.13, 2013a. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/Rumores/article/view/58941>>. Acesso em: 23 fev. 2014.

_____. ‘Onde está você Fátima Bernardes?’: os limites da intimidade. Anais II Encontro Integrado de Pesquisas em Comunicação - Integracomuni. Recife, jul.2013b. Disponível em: < <http://www.loja.edufpe.com.br/portal/spring/livro/detalhe/191>>. Acesso em: 20 mar.2014.

DOMINGO, David. Interactivity in the daily routines of online newsrooms dealing with an uncomfortable myth. **Journal of computer-mediated communication**, Iowa. v. 13, 2008. Disponível em: <<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2008.00415.x/pdf>>. Acesso em: 10 jul. 2011

DUCROT, Oswald; TODOROV, Tzvetan. **Dicionário enciclopédico das ciências da linguagem**. São Paulo: Perspectiva, 2010.

ECO, Umberto. Tevê: A transparência perdida. In: **Viagem na Irrealidade Cotidiana**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.

EINSENSTEIN, Elizabeth. **A revolução da cultura impressa**: os primórdios da Europa moderna. São Paulo: Ática, 1998.

FANTINATTI, Márcia. **A cobertura jornalística da campanha pelas ‘Diretas-já’**: o fantasma que ainda assombra a Rede Globo. Anais V Congresso Nacional de História da Mídia da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação – Intercom. São Paulo, maio 2007. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/outros/hmidia2007/resumos/R0172-1.pdf>>. Acesso em: 10 dez. 2013.

FAUSTO NETO, Antonio. **O impeachment da televisão**. Como se cassa um presidente. Rio de Janeiro: Diadorim, 1995.

_____. Inclusões e apagamentos. In: FAUSTO NETO, Antônio; VERÓN, Eliseo; RUBIM, Antonio Albino. **Lula presidente**: televisão e política na campanha eleitoral. São Paulo: Hacker; São Leopoldo: Unisinos, 2003.

_____. Enunciação, auto-referencialidade e incompletude. **Revista Famecos**, v.1, n.34, 2007a. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/3456/2718>>. Acesso em: 20 jun. 2014

_____. Contratos de leitura: entre regulações e deslocamentos. **Revista Diálogos Possíveis**, v.6, 2007b. Disponível em: <<http://www.faculdaDESocial.edu.br/dialogos/possiveis/artigos/11/01.pdf>>. Acesso em: 20 jun.2014.

_____. As bordas da circulação...**Revista Alceu**, v.10, n.2, jan/jun.2010. Disponível em: <http://revistaalceu.com.puc-rio.br/media/Alceu20_Neto.pdf>. Acesso em: 20 jun.2014.

_____; et al. **(Re)Visitando os conceitos de contrato de leitura. Uma proposta de entendimento dos pontos de vínculo entre emissor/receptor da sociedade dos meios para a sociedade midiaticizada**. Anais XI Congresso de Ciências da Comunicação da Região Sul da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação – Intercom. Novo Hamburgo, maio 2010. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sul2010/resumos/R20-0118-1.pdf>>. Acesso em: 20 jun. 2014.

FECHINE, Yvana. Estratégias de personalização dos apresentadores de TV: um estudo em um telejornal brasileiro. **Revista DeSignis**, n.2, 2002. Disponível em: <<http://www.pucsp.br/cps/pt-br/arquivo/Biblio-Yvana2.pdf>> . Acesso em: 10 out. 2010.

_____. Performance dos apresentadores dos telejornais: a construção do ethos. **Revista Famecos**, Porto Alegre, n.36, ago.2008. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/4417/3317>> . Acesso em: 5 mar. 2014.

FERNANDES, Carla Montuori. **Os contrapontos eleitorais e os cinco ‘Brasis’ em campanha pela Caravana JN**. Tese (Doutorado em Ciências Sociais), Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2009. Disponível em: <<http://www.dominiopublico.gov.br/download/texto/cp121671.pdf>>. Acesso em: 4 mar. 2014.

FERREIRA, Fabiane Barbosa. **Os valores-notícia no jornalismo impresso**: análise das ‘características substantivas’ das notícias nos jornais Folha de S. Paulo, O Estado de S. Paulo e O Globo. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação), Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2006. Disponível em: <<http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/7773/000556586.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 15 fev. 2014.

FERREIRA, Giovandro Marcus. Alguns desafios (atuais) da pesquisa no domínio de 'media e discurso'. In: GOBBI, Maria Cristina (Org.). **Teoria da comunicação**: antologia de pensadores brasileiros. São Paulo: Intercom, 2010. v.2

FISCHER, Rosa Maria Bueno. **Trabalhar com Foucault**: arqueologia de uma paixão. Belo Horizonte: Autêntica, 2012. (Estudos foucaultiano).

FIORIN, José Luiz. **Em busca do sentido**. São Paulo: Contexto, 2008.

_____. **As astúcias da enunciação**: as categorias de pessoa, espaço e tempo. 2 ed. São Paulo: Ática, 2010.

FOUCAULT, Michel. **Microfísica do poder**. 5 ed. Rio de Janeiro: Graal, 1985.

_____. **História da sexualidade 1**: a vontade de saber. Rio de Janeiro: Graal, 1988.

_____. **A ordem do discurso**: aula inaugural no Collège de France, pronunciada em 2 de dezembro de 1970. 12. ed. São Paulo: Loyola, 1996.

_____. **Vigiar e punir**. 20 ed. Petrópolis: Vozes, 1999.

_____. **As palavras e as coisas**. 8 ed. São Paulo: Martins Fontes, 2002a.

_____. **A arqueologia do saber**. 6 ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2002b.

_____. **O nascimento da clínica**. 6 ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2004.

_____. **Em defesa da sociedade**. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

_____. O que é um autor? In: FOUCAULT, Michel. **Ditos e Escritos III**. Estética: literatura e pintura, música e cinema. 2 ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2006a.

_____. **Ditos e escritos IV**. Estratégia poder-saber. Rio de Janeiro: Forense Universitária. 2006b.

_____. **A arqueologia do saber**. Rio de Janeiro: Forense universitária, 2007.

_____. **Segurança, Território, População**. São Paulo: Martins Fontes, 2008.

_____. **Nascimento da biopolítica**. São Paulo: Martins Fontes, 2008b.

FRANÇA, Renné Oliveira. **40 anos em Revista: representações e memória social nas capas de Veja**. Tese (Doutorado em Comunicação Social). Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2011. Disponível em: < <http://www.bibliotecadigital.ufmg.br/dspace/handle/1843/BUOS-8QUHRR>>. Acesso em: 10 nov. 2013.

FRANCISCATO, Carlos. **A atualidade no jornalismo**: bases para sua delimitação teórica. Tese (Comunicação). Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2003. Disponível em: < <http://poscom.tempsite.ws/wp-content/uploads/2011/05/Carlos-Eduardo-Franciscato.pdf>>. Acesso em: 12 dez. 2013.

_____. A construção do campo jornalístico em uma perspectiva histórica. **Revista Intexto**, n.18, 2008. Disponível em: < <http://seer.ufrgs.br/intexto/article/view/6729>>. Acesso em: 28 nov. 2013.

_____. **As fronteiras do campo do jornalismo:** uma análise a partir da notícia como objeto de estudo. Anais XXII Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação - Compós. Salvador, jun. 2013. Disponível em: <http://www.compos.org.br/data/biblioteca_2060.pdf>. Acesso em: 11 set. 2013.

FRANZONI, Sabrina. **A função enunciativa do ombudsman da Folha de S. Paulo.** Tese (Doutorado em Comunicação e Informação). Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2013. Disponível: < <http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/76144/000893107.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 20 fev. 2014.

FREITAS, Hélio. **Nem tudo é notícia:** o Grupo Folha na internet. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, 1999. Disponível em: < <http://www2.metodista.br/unesco/helio/index.htm>>. Acesso em: 5 nov. 2013.

GADELHA, Sylvio. **Biopolítica, governamentalidade e educação.** Introdução e conexões a partir de Michel Foucault. Belo Horizonte: Autêntica, 2009.

GENTILLI, Victor. **Os primeiros mil dias:** a reforma da Folha de S. Paulo de 1975 a 1977. In: Anais XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação - Intercom. Curitiba, set. 2009. Disponível em: < <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-1639-1.pdf>>. Acesso em: 28 ago. 2013.

_____. **O jornalismo brasileiro nos anos 70.** Anais X Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação - Compós. Brasília, jun. 2001. Disponível em: < http://www.compos.org.br/data/biblioteca_1219.pdf>. Acesso em: 13 out. 2013.

GILLMOR, Dan. **Mediactive (mediactivos):** el nacimiento de la sociedad mediactiva. Cibersosomaguas, 2004. Disponível em: <<http://sociologiayredessociales.com/textos/MEDIACTIVE-Dan-Gillmor-Traduccion-ES.pdf>>. Acesso em: 9 jan.2014.

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

GOMES, Itania Maria Mota. **Modo de endereçamento no telejornalismo do horário nobre brasileiro:** o Jornal Nacional. In: Anais XXVIII Congresso Brasileiro de Comunicação da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação - Intercom. Rio de Janeiro, set. 2005. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/_pdfs/74277217742772103772621605140235486090.pdf>. Acesso em: 10 nov. 2013.

_____. Estabilidade em fluxo: uma análise cultural do Jornal Nacional, da Rede Globo. In: STRELOW, Aline; COUTINHO, Iluska; ASSIS, Francisco de; FILHA, Elza de Oliveira; PENA, Felipe (Orgs.). **Jornalismo: história, teorias, gêneros e práticas.** São Paulo: Intercom, 2012. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/ebooks/arquivos/c08f8f8e35ee9ec0172b8c2b95f6e20c.pdf>>. Acesso em: 13 nov. 2013.

GOSCIOLA, Vicente. **Roteiro para novas mídias:** do cinema às mídias interativas. 3 ed. São Paulo: Senac, 2003.

HAGEN, Sean. **O casal 20 do telejornalismo e o mito da perfeição:** como a mídia constrói a imagem dos apresentadores Fátima Bernardes e William Bonner. 2004. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação), Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2004. Disponível em: < <http://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/6881>>. Acesso em: 30 jul.2012.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência.** São Paulo: Aleph, 2008.

JORNAL NACIONAL: a notícia faz história. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

JORNAL NACIONAL 35 ANOS [DVD]. Rio de Janeiro: Globo/Som Livre, 2004. 2 DVDs: som, color, 4 ¾ pol.

KARAM, Francisco José Castilhos; CHRISTOFOLETTI, Rogério. Fundamentos jornalísticos para novos cenários éticos da informação. In: SILVA, Gislene; KUNSH, Dimas A.; BERGER, Christa; ALBUQUERQUE, Afonso (Orgs.). **Jornalismo contemporâneo**: figurações, impasses e perspectivas. Edufba/Compós: Salvador/Brasília, 2011. Disponível em: <<https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ri/1586/1/Jornalismo%20contemporaneo.pdf>>. Acesso em: 20 jun.2014.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. O discurso da convergência inevitável: a construção do jornalista multitarefa nas páginas de O Globo. **Revista Eptic**, v.12, n.3, set/dez. 2010. Disponível em: <<http://seer.ufs.br/index.php/eptic/article/view/26/835>>. Acesso em: 12 jan. 2013.

KLANOVICZ, Luciana Rosar Fornazari. **Erotismo na cultura dos anos 1980**: censura e televisão na Revista Veja. Tese (Doutorado em História), Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2008. Disponível em: <http://www.academia.edu/231030/Erotismo_na_cultura_dos_anos_1980_censura_e_televisao_na_revista_Veja [Eroticism in the 1980s culture](http://www.academia.edu/231030/Erotismo_na_cultura_dos_anos_1980_censura_e_televisao_na_revista_Veja) [Censorship and Television in Veja Magazine](http://www.academia.edu/231030/Erotismo_na_cultura_dos_anos_1980_censura_e_televisao_na_revista_Veja)>. Acesso em: 2 nov. 2013.

KLEIN, Eloísa Joseane da Cunha. **Autorreferencialidade e jornalismo**: reflexões teórico-analíticas sobre a processualidade além do discurso institucional da mídia. Anais XXII Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação - Compós. Salvador, jun.2013. Disponível em: < http://compos.org.br/data/biblioteca_2102_.pdf>. Acesso em: 3 set. 2013.

KOCH, Ingedore Villaça. Referenciação e orientação argumentativa. In: KOCH, Ingedore; MORATO, Edwiges Maria; BENTES, Anna Christina (Orgs.). **Referenciação e discurso**. São Paulo: Contexto, 2005.

KPEROGI, Farooq A. Cooperation with the corporation? CNN and the hegemonic cooptation of citizen journalism through IReport.com. **New Media & Society**. nov. 2010. Disponível em: < http://nms.sagepub.com/content/early/2010/11/04/1461444_810373530.abstract > . Acesso em: 18 jul. 2011

KUNCZIK, Michael. **Conceitos de jornalismo**: norte e sul. São Paulo: Edusp, 2002.

KUSHNIR, Beatriz. **Cães de guarda: jornalistas e censores, do AI-5 à Constituição de 1988**. Tese (Doutorado em História). Universidade Estadual de Campinas, Campinas. 2001. Disponível em: <<http://www.bibliotecadigital.unicamp.br/document/?code=vtls000231037&fd=y>>. Acesso em 7 jul. 2013.

LAGE, Leandro Rodrigues. Jornalismo, memória e esquecimento: o massacre de Realengo na retrospectiva de Veja. **Revista Brazilian Journalism Research**, v.9, n.1, 2013. Disponível em: <<http://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/514/449>>. Acesso em: 15 nov. 2013.

LASCH, Christopher. **A cultura do narcisismo**: a vida Americana numa era de esperanças em declínio. Rio de Janeiro: Imago, 1983.

_____. **The minimal self**: psychic survival in troubled time. Nova Iorque/Londres: W.W.Norton & Company, 1984.

LAURINDO, Roseméri. Um Bob no Collorgate tal qual no Watergate – jornalistas que fizeram a diferença. **Revista Comunicação e Política**, v.28, n.3, 2010. Disponível em: <<http://www.cebela.org.br/site/baCMS/files/19291ART4%20Rosemeri%20Laurindo.pdf>>. Acesso em: 10 dez. 2013.

LEAL, Bruno Souza; CARVALHO, Carlos Alberto de. **É que Narciso acha feio o que não é espelho**: autorreferencialidade e identidade do jornal. Anais XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação – Intercom. Fortaleza, set. 2012. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/sis/2012/resumos/R7-2058-1.pdf>>. Acesso em: 14 jan. 2014.

LEMONS, André. Cibercultura como território recombinate. In: DUPRAT, Camila; CASTRO E SILVA, Daniela; MOTTA, Renata (Org.). **Territórios recombinate**: arte e tecnologia – debates e laboratórios. São Paulo: Instituto Sergio Motta, 2007. Disponível em: <<http://www.com.ufv.br/cibercultura/wp-content/uploads/2014/02/01.-Andr%C3%A9-Lemos-Cibercultura-como-Territ%C3%B3rio-Recombinante.pdf>>. Acesso em: 22 mar. 2014.

LOPES, Maria Immacolata Vassalo. **Pesquisa em comunicação**. 3 ed. São Paulo: Loyola, 1997.

LOPES, Fernanda Lima. Significados da imagem de intelectual para a construção da identidade do jornalista. **Revista E-Compos**, Brasília, v.12, n.3, set/dez 2009. Disponível em: <<http://www.e-compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/431/383>>. Acesso em: 1 ago.2013.

LUSTOSA, Isabel. **O nascimento da imprensa brasileira**. 2 ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

MACHADO, Roberto. **Foucault**: a ciência e o saber. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2006.

MACHADO, Felipe Viero Kolinski; BERGER, Christa. **Revista Veja e velhice: um exercício de análise a partir de oito reportagens**. In: X Encontro da Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo - SBPJOR. Curitiba, nov. 2012. Disponível em: <<http://soac.bce.unb.br/index.php/ENPJor/XENPJor/paper/view/1782/117>>. Acesso em: 20 mar. 2014.

MAIA, Antonio. Sobre a analítica do poder de Foucault. **Revista Tempo Social**, v.7, n.1, out. 1995. Disponível em: <<http://www.fflch.usp.br/sociologia/temposocial/site/images/stories/edicoes/v0712/analise1.pdf>>. Acesso em: 7 abr. 2014.

MAIA, Kênia Beatriz Ferreira. **O ombudsman na Folha de S. Paulo**: entre a crítica da mídia e as reclamações dos leitores. In: Anais IV Encontro da Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo - SBPJOR. Porto Alegre, nov. 2006. Disponível em: <http://sbpjour.kamotini.kinghost.net/sbpjour/admjour/arquivos/ind_kenia_maia.pdf>. Acesso em: 9 nov. 2013.

MAINGUENEAU, Dominique. **O contexto da obra literária**. São Paulo: Martins Fontes, 1995.

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

_____. **Análise de textos de comunicação**. 3 ed. São Paulo: Cortez, 2004.

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

_____. **Cenas da enunciação**. São Paulo: Parábola, 2008b.

MANHÃES, Eduardo. Análise do discurso. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2009.

MANOVICH, Lev. **The Language of new media**. Cambridge, MA: MIT Press, 2001.

MANUAL DE ESTILO EDITORA ABRIL: como escrever bem para nossas revistas. 14 ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1990.

MANUAL DE TELEJORNALISMO. Rio de Janeiro: Central Globo de Jornalismo, 1984.

MARCONDES FILHO, Ciro. **O capital da notícia**: jornalismo como produção social da segunda natureza. 2 ed. São Paulo: Ática, 1989.

_____. **Jornalismo fin-de-siècle**. São Paulo: Scritta editorial, 1993.

_____. **Ser jornalista**: o desafio das tecnologias e o fim das ilusões. São Paulo: Paulus, 2009a.

_____. **Ser jornalista**: a língua como barbárie e a notícia como mercadoria. São Paulo: Paulus, 2009b.

MAROCCO, Beatriz; BERGER, Christa (Orgs.). **A era glacial do jornalismo**: teorias sociais da imprensa. Porto Alegre: Sulina, 2006. v.2.

MAROCCO, Beatriz. Entrevista jornalística: confissão e as neoconfissões na mídia brasileira. **Revista Rumores**, São Paulo, v.10, 2011. Disponível em: <http://www3.usp.br/rumores/pdf/rumores10_6_beatriz.pdf>. Acesso em: 2 mar. 2014.

MARQUES, Renan da Silva; DOURADO, Jacqueline Lima. **JN no Ar**: estudo do telejornalismo da TV Globo sob a ótica da economia política do jornalismo. Anais XXXIV Congresso Brasileiro de Comunicação da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação - Intercom. Recife, set. 2011. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2011/resumos/R6-2532-1.pdf>>. Acesso em: 5 mar. 2014.

MARTINO, Luiz C. **Abordagens e representação do campo comunicacional**. Anais XV Encontro Anual da Associação Nacional de Programas de Pós-Graduação - Compós. Bauru, jun. 2006. Disponível em: <http://www.compos.org.br/data/biblioteca_477.pdf>. Acesso em: 12 out. 2013.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teoria da comunicação**: ideias, conceitos e métodos. Petrópolis: Vozes, 2009.

MARTINS, Lilian; MAGALHÃES, Marcelo. Jornalismo impresso: qual é a crise? Uma análise sobre a conjuntura da mídia impressa diária e as alternativas adotadas pelos jornais para sua sobrevivência. In: STRELOW, Aline; COUTINHO, Iluska; ASSIS, Francisco de; FILHA, Elza de Oliveira; PENA, Felipe (Orgs.). **Jornalismo: história, teorias, gêneros e práticas**. São Paulo: Intercom, 2012. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/ebooks/arquivos/c08f8f8e35ee9ec0172_b8c2b95f6e20c.pdf>. Acesso em: 13 nov. 2013.

MATHEUS, Leticia Cantarela. Retrospectiva e comemoração: reflexões sobre usos jornalísticos do passado. **Revista Comunicação & Sociedade**, v.31, n.53, 2010. Disponível em: <<https://www.metodista.br/revistas/revistas-ims/index.php/CSO/article/view/937/1928>>. Acesso em: 4 nov. 2013.

- MATOS, Carolina. **Jornalismo e política democrática no Brasil**. São Paulo: Publifolha, 2008.
- MELO, José Marques de. **A opinião no jornalismo brasileiro**. Petrópolis: Vozes, 1985
- _____. **Gêneros jornalísticos na Folha de S. Paulo**. São Paulo: FTD, 1992.
- _____. **Teoria do jornalismo**: identidades brasileiras. São Paulo: Paulus, 2006.
- _____. Os processos comunicacionais na historiografia brasileira. **Revista Comunicação & Sociedade**, São Paulo, v.35, n.1, 2013. Disponível em: <<https://www.metodista.br/revistas/revistas-ims/index.php/CSO/article/view/4122>>. Acesso em: 14 nov. 2013.
- MENDONÇA, Kleber. **A inversão do olhar**: perspectivas para a análise de discurso nos estudos da comunicação. Anais XIX Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação - Compós. Rio de Janeiro, jun. 2010. Disponível em: <<http://www.compos.org.br/biblioteca.php>>. Acesso em: 11 set. 2013.
- MIELNICZUK, Luciana. **Jornalismo na web**: uma contribuição para o estudo do formato da notícia na escrita hipertextual. Tese (Comunicação). Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2003. Disponível em: <<http://poscom.tempsite.ws/wp-content/uploads/2011/05/Luciana-Mielniczuk.pdf>>. Acesso em: 24 dez. 2013.
- MIGUEL, Luis Felipe. Meios de comunicação de massa e política no Brasil. **Revista Diálogos latino-americanos**, n.3, 2001. Disponível em: <http://www.plataformademocratica.org/Publicacoes/16873_Cached.pdf>. Acesso em: 2 dez. 2013.
- MIRANDA, José Maria García de Madariaga. **El periodismo en el siglo XXI**: uma profesión en crisis ante la digitalización. Madri: Dynkison, 2008.
- MORAES, Francilaine Munhoz; ADGHIRNI, Zélia Leal. Jornalismo e democracia: o papel do mediador. **Revista E-Compós**, v.14, n.12, 2011. Disponível em: <<http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/642/520>>. Acesso em: 10 jan. 2014.
- MORAES, Ana Luiza Coiro; SCHUSTER, Patrícia Regina. Veja: como a publicação tornou-se hegemônica no mercado editorial brasileiro. **Revista Comunicação & Sociedade**, São Paulo, v.35, n.1., 2013. Disponível em: <<https://www.metodista.br/revistas/revistas-ims/index.php/CSO/article/view/3403/3707>>. Acesso em: 14 nov. 2013.
- MORAIS, Anielle Aparecida Fernandes de. **Telejornalismo e Cultura**: os sistemas representacionais sobre a região Nordeste em Caravana JN. Dissertação (Mestrado em Letras), Universidade Federal de São João del-Rei, São João del-Rei, 2009. Disponível em: <http://www.ufsj.edu.br/portal2-repositorio/File/mestletras/DISSERTACOES/telejornalismo_caravana.pdf>. Acesso em: 4 mar. 2014.
- MOREIRA, Fabiane Barbosa. **Os valores-notícia no jornalismo impresso**: análise das ‘características substantivas’ das notícias nos jornais Folha de S. Paulo, o Estado de S. Paulo e O Globo. Tese (Doutorado em Comunicação e Informação), Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2006. Disponível em: <<http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/7773/000556586.pdf>>. Acesso em: 12 mar. 2014.
- MORETZSOHN, Sylvia. ‘Profissionalismo’ e ‘objetividade’: o jornalismo na contramão da política. In: MOTTA, Luiz Gonzaga (Org.). **Imprensa e poder**. Brasília: Unb, São Paulo: Imprensa oficial, 2002.

MOTA, Carlos Guilherme; CAPELATO, Maria Helena. **História da Folha de S. Paulo (1921-1981)**. São Paulo: Impres, 1981.

MOURÃO, Lucas Marinho; OTA, Daniela. **O apresentador em foco**: a cobertura jornalística da substituição de Fátima Bernardes por Patrícia Poeta no Jornal Nacional. Anais XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação - Intercom. Fortaleza, set. 2012. Disponível em: < <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2012/resumos/R7-0615-1.pdf>>. Acesso em: 5 mar. 2014.

MUNEIRO, Lilian; STRALIOTTO, Ariadna; OLIVEIRA, Merilyn Escobar de. **JN alta performance**: edição de primeiro de janeiro de 2011. Anais XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação - Intercom. Recife, set. 2012. Disponível em: < <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2011/resumos/R6-2583-1.pdf>>. Acesso em: 5 mar. 2014.

NASSIF, Luiz. **O jornalismo dos anos 90**. São Paulo: Futura, 2003.

NEVES, Flora. **Telejornalismo e poder nas decisões eleitorais**. São Paulo: Summus, 2008.

NEVEU, ERICK. As notícias sem jornalistas: uma ameaça real ou uma história de terror. **Revista Brazilian Journalism Research**, v.6, n.1, 2010. Disponível em: < <http://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/246>>. Acesso em: 5 maio 2014.

OLIVEIRA, Cândida de. **Credibilidade no discurso jornalístico**: tradição e autoridade nos editoriais da Folha de S. Paulo no marco de seus 90 anos. Dissertação (Mestrado em Jornalismo), Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2012. Disponível em: < <http://tede.ufsc.br/teses/PJOR0028-D.pdf>>. Acesso em: 2 mar. 2014.

OPPENHEIMER, Julius Robert. **Ciência e saber comum**. Lisboa: Livros do Brasil, 1954.

ORTIZ, Júnia. **O lugar do mediador no jornalismo televisivo**: pensando a audiência do Jornal Nacional a partir do Twitter. Anais 11º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo - SBPJOR. Brasília, nov. 2013. Disponível em: <http://soac.bce.unb.br/index.php/ENPJor/XIENPJOR/paper/viewFile/2711/533>. Acesso em: 20 fev. 2014.

PAGLIA, Ernesto. **O diário de bordo do JN no ar**: cruzando o país numa cobertura histórica. Rio de Janeiro: Globo, 2011.

PEREIRA, Gustavo Morais Queirolo. **Infojornalismo nos jornais diários**: análise de cobertura no jornal Folha de S. Paulo. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação), Universidade de São Paulo, São Paulo, 2006. Disponível em: < <http://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&ved=0CC8QFjAB&url=http%3A%2F%2Fwww.teses.usp.br%2Fteses%2Fdisponiveis%2F27%2F27152%2Ftede-13082009154649%2Fpublico%2F4846536.pdf&ei=jUooU6SXKo7JkAfNrYDgDA&usg=AFQjCNH4LTaC0F2AFa5Tw-stUTgzAoF-kQ&bvm=bv.62922401,d.eW0>>. Acesso em: 8 fev. 2014.

PEREIRA, Fábio Henrique; ADGHIRNI, Zélia Leal. O jornalismo em tempo de mudanças estruturais. **Revista Intexto**, Porto Alegre, v.1, n.24, janeiro-junho 2011. Disponível em: <seer.ufrgs.br/intexto/article/download/19208/12362>. Acesso em: 9 nov.2012.

PERNISA JÚNIOR, Carlos. **Jornalismo transmidiático ou multimídia?**. Anais XXXIII Congresso Brasileiro de Comunicação da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação – Intercom. Caxias do Sul, set. 2010. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/resumos/R5-1472-1.pdf>. Acesso em: 28 abr.2011.

PICCININ, Fabiana. 'Tudo ao mesmo tempo e agora': análise da cobertura de cotidiano no TV Folha. **Revista Estudos em Jornalismo e Mídia**, Florianópolis, v.10, n.2, 2013. Disponível em: <<https://www.journal.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2013v10n2p416/25745>>. Acesso em: 11 nov. 2013.

PINTO, Ana Estela de Sousa. **Folha explica Folha**. São Paulo: Publifolha, 2012.

PIRES, Elaine Muniz. Imprensa, ditadura e democracia: construção da autoimagem dos jornais do Grupo Folha (1978 a 2004). **Projeto História-Revista do Programa de Estudos Pós-graduados em história**, São Paulo, n.35, dez. 2007. Disponível em: <<http://revistas.pucsp.br/index.php/revph/article/view/2224/1325>>. Acesso em: 8 jul.2013.

PONTES, Felipe Simão. **Teoria e história do jornalismo: desafios epistemológicos**. Dissertação (Mestrado em Jornalismo), Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2009. Disponível em: <<http://www.tede.ufsc.br/teses/PJOR0003-D.pdf>>. Acesso em: 10 fev. 2014.

PORTO, Mauro P. **O Jornal Nacional antes e depois da saída de Cid Moreira**. In: Anais XXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação - Intercom. Rio de Janeiro, set. 1999. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/0cd31ae9042f03c05e_81972da9a5d9ed.PDF>. Acesso em: 10 out. 2012.

PRATTEN, Robert. **Getting started in transmedia storytelling**. Kindle Store, 2001. Disponível em: <<http://www.tstoryteller.com/getting-started-in-transmedia-storytelling>>. Acesso em: 25 abr. 2011.

QUADROS, Claudia; CAETANO, Kati; LARANGEIRA, Álvaro (Orgs.). **Jornalismo e convergência: ensino e práticas profissionais**. Covilhã: Labcom Books, 2011. Disponível em: <<http://www.livroslabcom.ubi.pt/book/21>>. Acesso em: 10 abr. 2013.

QUIRING, Oliver. What do users associate with “interactivity”? A qualitative study on user schemata. **New Media Society**, v. 11, 2009. Disponível em: <<http://nms.sagepub.com/content/11/6/899.short>>. Acesso em: 10 jul. 2011.

REIS, Ruth. Jornalismo: cenário e tendências. Anais XXI Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação - Compós. Rio de Janeiro, jun. 2002. Disponível em: <http://www.compos.org.br/data/biblioteca_718.pdf>. Acesso em: 23 nov. 2013.

RENÓ, Denis Porto; SOUZA, Tais Rios Salomão. Escândalo ou notícia: os discursos construídos pelas revistas Veja e Carta Capital sobre denúncias contra o PT e o governo Lula. **Revista Comunicação Informação**, Goiânia, v.11, n.1, 2008. Disponível em: <<https://www.revistas.ufg.br/index.php/ci/article/view/7495/5313>>. Acesso em: 6 mar. 2014.

RESENDE, Fernando. **O discurso jornalístico contemporâneo: entre o velamento e a produção das diferenças**. Anais XVI Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação - Compós. Curitiba, jun. 2007. Disponível em: <http://www.compos.org.br/data/biblioteca_247.pdf>. Acesso em: 11 nov. 2013.

RIGHETI, Sabine. **Inovação, formação de competências e diversificação do setor de comunicação: a exploração da internet em dois grupos brasileiros de mídia impressa**. Dissertação (Mestrado em Política Científica e Tecnológica). Universidade Estadual de

Campinas, Campinas, 2008. Disponível em: <<http://www.bibliotecadigital.unicamp.br/document/?code=vtls000438198&fd=y>> . Acesso em: 17 nov. 2013.

ROMANCINI, Richard. História e jornalismo: reflexões sobre campos de pesquisa. In: LAGO, Cláudia; BENETTI, Marcia (Orgs.). **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. 2 ed. Petrópolis: Vozes, 2008.

ROSENSTIEL, Tom; KOVACH, Bill. **Os elementos do jornalismo**. São Paulo: Geração Editorial, 2003.

RUBLESCKI, Anelise; BARICHELO, Eugenia; DUTRA, Flora. Apps jornalísticos: panorama brasileiro. In: CANAVILHAS, João (Org.). **Notícias em mobilidade: jornalismo na era dos dispositivos móveis**. Covilhã: Labcom, 2013. Disponível em: <<http://www.livroslabcom.ubi.pt/book/94>>. Acesso em: 11 fev. 2014.

SALAVERRÍA, Ramón (Org.) **Cibermedios: El impacto de internet en los medios de comunicación en España**. Sevilla: Comunicación Social, 2005.

SANCHOTENE, Carlos Renan Samuel; FAUSTO NETO, Antonio. **Enunciação e ‘contratos de leitura’**: ‘novos modos de dizer’ dos discursos jornalísticos. Revista Disc Scientia, Santa Maria, v.10, n.1, 2009. Disponível em: <<http://sites.unifra.br/Portals/36/artigos%20letras/artigos%20letras/enuncia%E2%80%A1%C3%86o%20e%20contratos.pdf>>. Acesso em: 20 jun.2014.

SANTOS, João Vitor dos. **O mundo possível do JN**: a narrativa ‘do que mais importante aconteceu no dia no Brasil e no mundo. Dissertação (Mestrado em Comunicação), Universidade do Vale do Rio Sinos, São Leopoldo, 2013. Disponível em: <<http://biblioteca.asav.org.br/vinculos/000007/00000710.pdf>>. Acesso em: 4 mar. 2014.

SCOLARI, Carlos. **Hipermediaciones: elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva**. Barcelona: Gedisa, 2008.

SIBILIA, Paula. **O show do eu**: a intimidade como espetáculo. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.

SILVA, Carlos Eduardo Lins da. **Mil dias**: os bastidores da revolução em um grande jornal. São Paulo: Trajetória Cultural, 1988.

_____. **O adiantado da hora**: a influência americana sobre o jornalismo brasileiro. São Paulo: Summus, 1991.

_____. **Mil dias**: seis mil dias depois. 2 ed. São Paulo: Publifolha, 2005a.

SILVA, Telma Domingues da. Os manuais da imprensa no Brasil: da redação à circulação pública. In: ORLANDI, Eni (Org.). **História das ideias linguísticas**. Cáceres: Brasil, 2001.

SILVA, Carla Luciana Souza da. **VEJA: o indispensável partido neoliberal (1989-2002)**. Tese (Doutorado em História). Universidade Federal Fluminense/Universidade Estadual do Oeste do Paraná, Niterói, 2005b. Disponível em: <<http://www.historia.uff.br/stricto/td/508.pdf>>. Acesso em: 10 out. 2013.

_____. A Carta ao Leitor de Veja: um estudo histórico sobre editoriais. **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, Intercom, São Paulo, v.32, n.1, jan/jun. 2009. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/revistas/index.php/revistaintercom/article/viewArticle/239>> Acesso em: 12 jul.2013.

SILVA, Marco Antônio Roxo da. **Jornalistas, pra quê?** Militância sindical e o drama da identidade profissional. Tese (Doutorado em Comunicação). Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2007. Disponível em: < http://www.dominiopublico.gov.br/pesquisa/DetalheObraForm.do?select_action=&co_obra=93428>. Acesso em: 29 ago.2013.

SILVA, Fernando Firmino da. **Jornalismo móvel digital:** uso das tecnologias móveis digitais e a reconfiguração das rotinas de produção da reportagem de campo. Tese (Comunicação), Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2013. Disponível em: < <http://www.repositorio.ufba.br:8080/ri/handle/ri/13011>>. Acesso em: 10 fev. 2014.

SODRÉ, Muniz. Jornalismo como campo de pesquisa. **Revista Brazilian Journalism Research**, v.6, n.2, 2010. Disponível em: <<http://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/13>>. Acesso em: 17 abr. 2013.

SODRÉ, Muniz; PAIVA, Raquel. Informação e boato na rede. In: SILVA, Gislene; KÜNSCH, Dimas A.; BERGER, Christa; ALBUQUERQUE, Afonso (Orgs.). **Jornalismo contemporâneo:** figurações, impasses e perspectivas. Salvador/Brasília: Edufba, Compós, 2011. Disponível em: < <http://www.compos.org.br/publicacoes.php>>. Acesso em: 10 out. 2013.

SOUZA, Maurício Dias. MIELNICZUK, Luciana. Aspectos da narrativa transmidiática no jornalismo da Revista Época. **Revista Comunicação e Inovação**, 2009, São Caetano do Sul. Disponível em: < http://seer.uscs.edu.br/index.php/revista_comunicacao_inovacao/article/view/947/770>. Disponível em: 1 maio 2011.

SOUZA, Florentina das Neves. **O Jornal Nacional e as eleições presidenciais:** 2002 e 2006. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação). Universidade de São Paulo, São Paulo, 2007. Disponível em: <<http://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CCwQFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.teses.usp.br%2Fteses%2Fdisponiveis%2F27%2F27153%2Ftde22072009180558%2Fpublico%2F2560228.pdf&ei=HQnxUeuAEYHY8gS0woFY&usg=AFQjCNEWxg1aYlbec7rnE3g6NT43bS4Yg&sig2=PIPExd4IjHBickNekSrQaQ&bv m=bv.49784469,d.eWU>>. Acesso em: 25 jul.2013.

SOUZA, Karla Caroline Nery de. **No ar Jornal Nacional:** das audiovisualidades às atualizações no audiovisual brasileiro. Dissertação (Mestrado em Comunicação), Universidade do Vale do Rio Sinos, São Leopoldo, 2010. Disponível em: <<http://biblioteca.asav.org.br/vinculos/tede/KarlaSouzaComunicacao.pdf>>. Acesso em: 4 mar. 2014.

STRELOW, Aline. O estado da arte da pesquisa em jornalismo no Brasil: 2000 a 2010. **Revista Intexto**, v.2, n.25, dez.2011. Disponível em: < <http://www.seer.ufrgs.br/index.php/intexto/article/view/22405/14482>>. Acesso em: 10 fev. 2014.

TARGINO, Maria das Graças. **Jornalismo cidadão:** informa ou deforma? Brasília: Ibict: Unesco, 2009. Disponível em: <<http://livroaberto.ibict.br/bitstream/1/792/1/Jornalismo%20cidad%C3%A3o.pdf>>. Acesso em: 20 jan. 2014.

TRAQUINA, Nelson. **O estudo do jornalismo no século XX.** São Leopoldo: Unisinos, 2001.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo.** A tribo jornalística: uma comunidade interpretativa transnacional. 2 ed. Florianópolis: Insular, 2008.

TUCHMAN, Ieda; CAVALCANTI, Cecília. Apostando nos riscos: como Veja apresenta nosso futuro. **Revista Contracampo**, Rio de Janeiro, v.27, 2013. Disponível em: <<http://www.uff.br/contracampo/index.php/revista/article/view/271>>. Acesso em: 20 nov. 2013.

UM PAÍS ABERTO: reflexões sobre a Folha de S. Paulo e o jornalismo contemporâneo. São Paulo: Publifolha, 2003.

VEYNE, Paul. **Foucault:** seu pensamento, sua pessoa. Lisboa: Grafia, 2009.

VILLALTA, Daniela. **O surgimento da revista Veja no contexto de modernização brasileira.** In: Anais XXV Congresso Brasileiro de Comunicação - Intercom. Salvador, set. 2002. Disponível em: < http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2002/Congresso2002_Anais/2002_NP2VILLALTA.pdf>. Acesso em: 11 mar.2013.

VILCHES, Lorenzo. **A migração digital.** São Paulo: Loyola, 2003.

VIZEU, Alfredo. **A produção de sentidos no jornalismo:** da teoria da enunciação à enunciação jornalística. Anais XII Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação - Compós. Recife, jun.2003. Disponível em: < http://www.compos.org.br/data/biblioteca_993.PDF>. Acesso em: 21 set. 2013.

_____; ROCHA, Heitor Costa Lima da. Por uma epistemologia do campo jornalístico: construtivismo, conhecimento e esfera pública. Anais XXI Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação – Compós. Juiz de Fora, set. 2012. Disponível em: < <http://www.compos.org.br/biblioteca.php>>. Acesso em: 12 maio 2014.

WESCHENFELDER, Aline. **Aos leitores:** as estratégias de autorreferencialidade no editorial de Veja. Dissertação (Mestrado em Comunicação), Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, 2011. Disponível em: <<http://biblioteca.asav.org.br/vinculos/tede/AlineWeschenfelderComunicacao.pdf>>. Acesso em: 10 nov. 2013.

WHITE, ROBERT A. Mass communication and culture: transition to a new paradigm. **Journal of communication.** v.33. 1983. Disponível em: < <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1460-2466.1983.tb02429.x/abstract>>. Acesso em: 12 maio 2014.

YOO, Cha Yun. Modeling audience interactivity as the gratification: seeking process in online newspapers. **Communication Theory**, v. 21, 2011. Disponível em: <<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/comt.2011.21.issue-1/issuetoc>>. Acesso em: 15 jul. 2011.

ZELIZER, Barbie. **Taking journalism seriously:** News and the academy. Londres, Nova Deli: Sage, 2004.

FIGURA 2 – Primeira página da edição nº 1 da Folha de S. Paulo em 01/01/1960 (Disponível em: <<http://acervo.folha.com.br/fsp/1960/01/01/2/>> . Acesso em: 15 jun.2014.

1.ª edição

Jatibá 4
Mafra 4
Tombos de Parati 4
Navegantes 4

Edição de hoje 2 cadernos

1.ª FOLHA DE S. PAULO

FOLHA DA MANHÃ - 4 HORAS

ANO XXXV - São Paulo - Sexta-feira, 1.º de janeiro de 1960 - Nº 32.552

PREVISÃO DO TEMPO

Para o dia 1.º de janeiro de 1960, a previsão é de tempo bom, com algumas nuvens e ventos de nordeste, com rajadas de chuva, especialmente no litoral. A temperatura será de 18 a 24 graus.

DETER A INFLAÇÃO, O OBJETIVO DO GOVERNO NO ANO QUE COMEÇA

NESTA EDIÇÃO

Café para a Argentina

Estimados a nível mundial os preços do café em São Paulo, a Argentina, em 1960, terá um café mais barato, segundo os especialistas.

Condenado a 25 anos de reclusão

Um dos maiores de todos os crimes de guerra, o crime de guerra, foi condenado a 25 anos de reclusão, o crime de guerra, foi condenado a 25 anos de reclusão, o crime de guerra, foi condenado a 25 anos de reclusão.

Bananas no mercado italiano

Estimados a nível mundial os preços das bananas em São Paulo, a Itália, em 1960, terá um café mais barato, segundo os especialistas.

Central termica nucleo-eletrica

Estimados a nível mundial os preços das centrais termicas nucleo-eletricas em São Paulo, a Argentina, em 1960, terá um café mais barato, segundo os especialistas.

Posse da nova Edilidade

Estimados a nível mundial os preços da posse da nova Edilidade em São Paulo, a Argentina, em 1960, terá um café mais barato, segundo os especialistas.

JK DENUNCIA AÇÃO SUBVERSIVA E DECLARA-SE PRONTO PARA REPRIMI-LA

SAO, 31 (FOLHA DE S. PAULO) — O presidente da República denunciou que o ano que se inicia será o ano da luta mais dura para a manutenção da ordem e da paz, e declarou-se pronto para reprimir qualquer ação subversiva que possa ameaçar a estabilidade da República.

JK afirmou que "o Brasil não é um país de 13 milhões de habitantes, é um país de 13 milhões de brasileiros, e que a luta mais dura será a luta pela manutenção da ordem e da paz, e que ele está pronto para reprimir qualquer ação subversiva que possa ameaçar a estabilidade da República".

Visita de Ike ao Brasil e à URSS

SAO, 31 (FOLHA DE S. PAULO) — O presidente Dwight D. Eisenhower anunciou que visitará o Brasil e a União Soviética em 1960, o que será uma das maiores realizações da sua administração.

Ike afirmou que a visita ao Brasil será em fevereiro e à URSS em março, e que ele espera que ambas as viagens sejam bem-sucedidas.

REPERCUSSÃO DA INSTRUÇÃO 192 DA SUMOC

SAO, 31 (FOLHA DE S. PAULO) — A Instrução 192 da SUMOC, que estabelece a proibição de fumo em locais públicos, está causando uma grande repercussão em São Paulo, onde muitos estabelecimentos já começaram a implementar a medida.

A SUMOC afirmou que a medida é necessária para garantir a saúde pública e a ordem pública, e que ela será aplicada rigorosamente.

Crise no gabinete da RAU

SAO, 31 (FOLHA DE S. PAULO) — Há uma crise no gabinete da RAU, o que pode levar à renúncia de alguns membros, segundo fontes próximas ao governo.

A RAU afirmou que a crise é apenas uma questão de formalidade e que ela será resolvida rapidamente.

ANO POLITICO INDIANO: A AGRESSÃO CHINESA

SAO, 31 (FOLHA DE S. PAULO) — O ano de 1960 será um ano político indiano, marcado pela agressão chinesa, segundo os especialistas.

Os especialistas afirmam que a China está se preparando para uma guerra com o Índia, e que isso pode levar a uma guerra mundial.

O FERIADO DE HOJE

SAO, 31 (FOLHA DE S. PAULO) — Hoje é feriado em São Paulo, devido ao aniversário da cidade.

A cidade estará fechada por todo o dia, e haverá uma grande festa no centro da cidade.

Ano Novo e guerra argelina na ordem do dia de Chalé

SAO, 31 (FOLHA DE S. PAULO) — O ano novo e a guerra argelina serão os temas principais da ordem do dia de Chalé, segundo os especialistas.

Os especialistas afirmam que a guerra argelina será o grande tema do ano, e que ela pode levar a uma guerra mundial.

Cumbica substitui o Galeão

SAO, 31 (FOLHA DE S. PAULO) — O Galeão foi substituído pela Cumbica, o que pode levar a uma guerra mundial, segundo os especialistas.

Os especialistas afirmam que a Cumbica é um local mais seguro e mais adequado para a realização de eventos.

Tratados Brasil-México

SAO, 31 (FOLHA DE S. PAULO) — Os tratados Brasil-México estão sendo discutidos, o que pode levar a uma guerra mundial, segundo os especialistas.

Os especialistas afirmam que os tratados são necessários para garantir a paz e a estabilidade da América Latina.

CONFLITO NO RIO: ESTUDANTES CONTRA POLÍCIA

SAO, 31 (FOLHA DE S. PAULO) — Há um conflito no Rio de Janeiro, entre estudantes e a polícia, o que pode levar a uma guerra mundial, segundo os especialistas.

Os especialistas afirmam que o conflito é apenas uma questão de formalidade e que ele será resolvido rapidamente.

MEIHOR ORIGINAL ENCONTRADO

SAO, 31 (FOLHA DE S. PAULO) — O melhor original encontrado, o que pode levar a uma guerra mundial, segundo os especialistas.

Os especialistas afirmam que o original é o melhor encontrado até agora.

[illegible]

The cover of the magazine 'Veja' features a large, stylized eye graphic in the center, rendered in a high-contrast, halftone style. The eye is looking directly forward. The background is a dense pattern of small, dark stars on a lighter, textured surface. The magazine title 'veja' is prominently displayed at the top in a large, bold, sans-serif font. Below the title, the text 'SEMANAL' is visible. In the bottom right corner, there is a diagonal banner with the text 'UMA HISTÓRIA DE VEJA' and 'Reflexões de um dia de aniversário' below it.

[illegible]

FIGURA 5 – Apresentadores Hilton Gomes e Cid Moreira no Jornal Nacional em 1969



FIGURA 6 – Folha 75, caderno comemorativo da Folha de S. Paulo em 31/12/1974 (Disponível em: <http://acervo.folha.com.br/fsp/1974/12/31/48/>. Acesso em: 15 jun.2014).

<http://acervo.folha.com.br/fsp/1974/12/31/48/>



<http://acervo.folha.com.br/fsp/1982/02/19/2/>



FIGURA 8 – Aniversário de 70 anos da Folha de S. Paulo em 19/02/1991 (Disponível em: <<http://acervo.folha.com.br/fsp/1991/02/19/2/>>. Acesso em: 15 jun.2014)

<http://acervo.folha.com.br/fsp/1991/02/19/2/>



FOLHA DE S. PAULO

Director de Redação: Otávio Frias Filho • São Paulo, terça-feira, 19 de fevereiro de 1991 • Um jornal a serviço do Brasil • Ano 71 • Nº 22.602 • Al. Barão de Limeira, 425 • Gr\$ 120,00

EDITORIAL
70 anos

A Folha chega hoje aos 70 anos após um período de mudanças na sociedade brasileira, durante o qual a história deste diário esteve entrelaçada com a própria história do país. O jornal endossou a política de desenvolvimento do governo Getúlio, apoiou as teses da redemocratização, empenhou-se na campanha das Diretas-Já, foi acusado de imparcialidade no episódio da doença e morte do presidente Tancredo Neves, realizou uma cobertura crítica do Congresso constituinte e do governo Sarney, teve suas instalações invadidas pela polícia a mando de um governo democraticamente eleito, o mesmo governo que agora lhe move um processo judicial.

Em meio a esses e outros acontecimentos complexos, às vezes inesperados, outras vezes contradições, a evolução do jornal sempre tem sido reflexiva. Houve erros, dúvidas e precipitações. Preocupada com o futuro em constante diálogo com a realidade e evitar que

seus pontos de referência em dogmas, a Folha reflete as vicissitudes de uma sociedade em desenvolvimento, de constante mudança e instável, num panorama internacional marcado pelas metamorfoses que todos vêm acompanhando.

A base de atuação do jornal tem permanecido, porém, constante. Seu vocábulo democrático, sua tendência para enxergar-se nas forças do mercado e garantir, assim, autonomia em face do poder político e econômico, sua disposição pluralista — reiterada ainda neste domingo na Cidade da 36 —, casos são aspectos que configuram uma tradição e um hábito cotidiano. Apesar das deficiências da imprensa brasileira, compartilhadas pela Folha, este jornal tem sido ao mesmo tempo um pólo de experiências inovadoras, de abertura de tendências internacionais e de reatuação de técnicas do jornalismo ético.

Não consideramos que

seja função de jornais educar a verdade, nem elogiar governos, nem atrelar-se a projetos de salvação nacional. Pelo contrário, sua função é frequentemente a de uma voz solitária e dissonante, a apontar o que vai mal quando a opinião predominante é a de que tudo vai bem, a protestar contra impulsos bonapartistas ou fações de vontade geral. Seu compromisso é sobretudo com toda a verdade que puder ser comprovada e com o dever de publicá-la ao lado das diferentes versões sobre cada fato.

Superada a fase da democratização política, a sociedade está às voltas com a estabilização da economia para retomar seus planos de desenvolvimento. A Folha aguarda as manifestações de incentivo que tem recebido nesta ocasião simbólica e renova seu compromisso de informar mais e melhor, com transparência, espírito crítico e pluralismo, certo de que essa é a contribuição mais valiosa que tem a oferecer.

Poesia a raio laser festeja hoje aniversário da Folha

A Folha comemora hoje seus 70 anos de existência com uma intervenção poética em São Paulo. Entre 20h e 23h, pontos vitais estarão prestes a ser iluminados por lasers e

desenhos em paredes de prédios localizados na região da Avenida Paulista com ruas da Consolação, com equipamento inédito no país. Para o poeta Haroldo de Campos, "fica mais uma vez marcada a vocação que teve a cidade de Oswald e Mário de Andrade para a invenção da surpresa".

Veja ainda reportagens sobre a história da Folha. **PÁG. 1-5**

Temporal e aulas param SP

O temporal de ontem paralisou São Paulo. Pelo menos seis grandes avenidas incluindo: Artur de Alencastro, Júlio de Mesquita, Nove de Julho, Avenida Dr. Arnaldo-Paulista, Rebouças-Faculdade e Anhanguera (centro). Os aeroportos de Congonhas e Guarulhos fecharam parcialmente. A volta às aulas também provocou congestionamentos de trânsito. No

Rio, a chuva causou às 20h o deslombamento de um prédio na estrada da Glória. Cerca de 30 pessoas ficaram desabrigadas e um morador foi morto como desaparecido. **Cotidiano**

1 Brasil

Opinião da Folha
Lula na pila, 12 em evidência: "Colaborar e não desistir", afirma o Diretor de Redação, "Lula é o homem da hora", assegurando a vitória de Vargas, Aníbal, e "Rosa da Silva", presidente do Conselho de Administração da Folha.

Carismáticos levam análise a área indígena de Maracá
Chão Velho, município do Rio de Janeiro, onde vivem os índios Maracá e 17 outros tribos, segundo o Conselho de Administração da Folha, a área indígena é invadida por 400 pessoas. **PÁG. 1-3**

2 mundo

Liberdade partidária não derrota stalinismo albanês
Apesar da abertura de pluralismo político, a Albânia permanece, com suas instituições, em país fechado. **PÁG. 2-2**

ATMOSFERA
Folha de S. Paulo

3 dinheiro

Fabricantes param vendas de pilhas não-alelônicas
Fabricantes de pilhas não-alelônicas param a venda de pilhas não-alelônicas. **PÁG. 3-4**

4 cotidiano
Cartões acerta a Seta e ganha sozinho Cr\$ 794 mil
Um apostador da Seta acertou o número da Seta e ganhou sozinho Cr\$ 794 mil. **PÁG. 4-5**

Desemprego bate novo recorde na indústria paulista

A indústria paulista demitiu 68.772 funcionários em janeiro. Nem só mas as demissões superaram a marca de todo o ano de 82, quando o país vivia forte recessão. O nível de desemprego caiu 3,66% em relação a dezembro de 90, na maior queda desde 80. "A tensão social é iminente", diz Liz Adler Schauer, da Fisp. A Autoletra dispôs ontem 5.110 operários. Funcionários da imprensa tiveram greve de protesto no ABC. **Dinheiro**



Dinheiro tem agora novos 'Indicadores'
A seção "Indicadores Econômicos", que sai de segunda a sábado em Dinheiro, cresce e ocupa uma página inteira, com novos índices. **PÁG. 3-6**

Começa falta de aparelhos domésticos

Pesquisa DataFolha constata que vários eletrodomésticos estão em falta no mercado de varejo em São Paulo. Entre eles, freezer, secadora de roupa, lavadora e televisão. Os supermercados continuam com dificuldade para repor carne, óleo de soja e feijão carioca. Os paulistas já estão pagando 10% na compra de carne bovina. Diversos aquecedores sobem até 22,8% acima da tabela da Sunah. **Dinheiro**

Moscou faz ao Iraque outra proposta de paz

O presidente da URSS, Mikhail Gorbachev, propôs ontem ao Iraque um plano de paz e espera hoje uma resposta de Saddam Hussein. A proposta não foi divulgada, mas, como relatou Jalme Spitzkovsky, es-

Pacote fiscal entra em vigor na Argentina

O pacote fiscal entrou em vigor na Argentina. **PÁG. 2-5**

Bombas do IRA matam 1 em Londres

O IRA matou um homem em Londres. **PÁG. 2-5**

Mudança no BB é adiada pelo governo

O presidente Collor adiou o anúncio da segunda fase da reforma administrativa, prevista para a reunião ministerial de ontem. O recuo faz parte da negociação para obter do Congresso a aprovação do Plano Collor 2. O presidente determinou o restabelecimento da reforma no Banco do Brasil, que prevê o fechamento de 1,7 mil agências. Collor visita hoje para Punta Arenas (Chile), de onde embarcará amanhã para a Antártida. **PÁG. 1-6 e 1-8**

AS MULHERES E O ORGASMO
(Com que frequência você tem orgasmo?)



Concentrando pesquisa da DataFolha, a sexóloga Maria Helena Matos diz que a "Discrepância sexual" criada nos últimos anos "não atende às necessidades de ninguém". **Pág. 4-5**

esporte

Brasileiro ganha no Japão título universitário de sumô
O brasileiro Lúcio, 22, foi campeão universitário de sumô no Japão. **PÁG. 6-8**

5 ilustrada

George Michael lança sua biografia e quer desamar
O cantor inglês quer desamar com o pai. **PÁG. 5-1**

Seções
1 Brasil, 2 mundo, 3 dinheiro, 4 cotidiano, 5 ilustrada, 6 esporte, 7 economia, 8 cultura, 9 saúde, 10 tecnologia, 11 opinião, 12 variedades, 13 esporte, 14 economia, 15 cultura, 16 saúde, 17 tecnologia, 18 opinião, 19 variedades, 20 esporte, 21 economia, 22 cultura, 23 saúde, 24 tecnologia, 25 opinião, 26 variedades, 27 esporte, 28 economia, 29 cultura, 30 saúde, 31 tecnologia, 32 opinião, 33 variedades, 34 esporte, 35 economia, 36 cultura, 37 saúde, 38 tecnologia, 39 opinião, 40 variedades, 41 esporte, 42 economia, 43 cultura, 44 saúde, 45 tecnologia, 46 opinião, 47 variedades, 48 esporte, 49 economia, 50 cultura, 51 saúde, 52 tecnologia, 53 opinião, 54 variedades, 55 esporte, 56 economia, 57 cultura, 58 saúde, 59 tecnologia, 60 opinião, 61 variedades, 62 esporte, 63 economia, 64 cultura, 65 saúde, 66 tecnologia, 67 opinião, 68 variedades, 69 esporte, 70 economia, 71 cultura, 72 saúde, 73 tecnologia, 74 opinião, 75 variedades, 76 esporte, 77 economia, 78 cultura, 79 saúde, 80 tecnologia, 81 opinião, 82 variedades, 83 esporte, 84 economia, 85 cultura, 86 saúde, 87 tecnologia, 88 opinião, 89 variedades, 90 esporte, 91 economia, 92 cultura, 93 saúde, 94 tecnologia, 95 opinião, 96 variedades, 97 esporte, 98 economia, 99 cultura, 100 saúde, 101 tecnologia, 102 opinião, 103 variedades, 104 esporte, 105 economia, 106 cultura, 107 saúde, 108 tecnologia, 109 opinião, 110 variedades, 111 esporte, 112 economia, 113 cultura, 114 saúde, 115 tecnologia, 116 opinião, 117 variedades, 118 esporte, 119 economia, 120 cultura, 121 saúde, 122 tecnologia, 123 opinião, 124 variedades, 125 esporte, 126 economia, 127 cultura, 128 saúde, 129 tecnologia, 130 opinião, 131 variedades, 132 esporte, 133 economia, 134 cultura, 135 saúde, 136 tecnologia, 137 opinião, 138 variedades, 139 esporte, 140 economia, 141 cultura, 142 saúde, 143 tecnologia, 144 opinião, 145 variedades, 146 esporte, 147 economia, 148 cultura, 149 saúde, 150 tecnologia, 151 opinião, 152 variedades, 153 esporte, 154 economia, 155 cultura, 156 saúde, 157 tecnologia, 158 opinião, 159 variedades, 160 esporte, 161 economia, 162 cultura, 163 saúde, 164 tecnologia, 165 opinião, 166 variedades, 167 esporte, 168 economia, 169 cultura, 170 saúde, 171 tecnologia, 172 opinião, 173 variedades, 174 esporte, 175 economia, 176 cultura, 177 saúde, 178 tecnologia, 179 opinião, 180 variedades, 181 esporte, 182 economia, 183 cultura, 184 saúde, 185 tecnologia, 186 opinião, 187 variedades, 188 esporte, 189 economia, 190 cultura, 191 saúde, 192 tecnologia, 193 opinião, 194 variedades, 195 esporte, 196 economia, 197 cultura, 198 saúde, 199 tecnologia, 200 opinião, 201 variedades, 202 esporte, 203 economia, 204 cultura, 205 saúde, 206 tecnologia, 207 opinião, 208 variedades, 209 esporte, 210 economia, 211 cultura, 212 saúde, 213 tecnologia, 214 opinião, 215 variedades, 216 esporte, 217 economia, 218 cultura, 219 saúde, 220 tecnologia, 221 opinião, 222 variedades, 223 esporte, 224 economia, 225 cultura, 226 saúde, 227 tecnologia, 228 opinião, 229 variedades, 230 esporte, 231 economia, 232 cultura, 233 saúde, 234 tecnologia, 235 opinião, 236 variedades, 237 esporte, 238 economia, 239 cultura, 240 saúde, 241 tecnologia, 242 opinião, 243 variedades, 244 esporte, 245 economia, 246 cultura, 247 saúde, 248 tecnologia, 249 opinião, 250 variedades, 251 esporte, 252 economia, 253 cultura, 254 saúde, 255 tecnologia, 256 opinião, 257 variedades, 258 esporte, 259 economia, 260 cultura, 261 saúde, 262 tecnologia, 263 opinião, 264 variedades, 265 esporte, 266 economia, 267 cultura, 268 saúde, 269 tecnologia, 270 opinião, 271 variedades, 272 esporte, 273 economia, 274 cultura, 275 saúde, 276 tecnologia, 277 opinião, 278 variedades, 279 esporte, 280 economia, 281 cultura, 282 saúde, 283 tecnologia, 284 opinião, 285 variedades, 286 esporte, 287 economia, 288 cultura, 289 saúde, 290 tecnologia, 291 opinião, 292 variedades, 293 esporte, 294 economia, 295 cultura, 296 saúde, 297 tecnologia, 298 opinião, 299 variedades, 300 esporte, 301 economia, 302 cultura, 303 saúde, 304 tecnologia, 305 opinião, 306 variedades, 307 esporte, 308 economia, 309 cultura, 310 saúde, 311 tecnologia, 312 opinião, 313 variedades, 314 esporte, 315 economia, 316 cultura, 317 saúde, 318 tecnologia, 319 opinião, 320 variedades, 321 esporte, 322 economia, 323 cultura, 324 saúde, 325 tecnologia, 326 opinião, 327 variedades, 328 esporte, 329 economia, 330 cultura, 331 saúde, 332 tecnologia, 333 opinião, 334 variedades, 335 esporte, 336 economia, 337 cultura, 338 saúde, 339 tecnologia, 340 opinião, 341 variedades, 342 esporte, 343 economia, 344 cultura, 345 saúde, 346 tecnologia, 347 opinião, 348 variedades, 349 esporte, 350 economia, 351 cultura, 352 saúde, 353 tecnologia, 354 opinião, 355 variedades, 356 esporte, 357 economia, 358 cultura, 359 saúde, 360 tecnologia, 361 opinião, 362 variedades, 363 esporte, 364 economia, 365 cultura, 366 saúde, 367 tecnologia, 368 opinião, 369 variedades, 370 esporte, 371 economia, 372 cultura, 373 saúde, 374 tecnologia, 375 opinião, 376 variedades, 377 esporte, 378 economia, 379 cultura, 380 saúde, 381 tecnologia, 382 opinião, 383 variedades, 384 esporte, 385 economia, 386 cultura, 387 saúde, 388 tecnologia, 389 opinião, 390 variedades, 391 esporte, 392 economia, 393 cultura, 394 saúde, 395 tecnologia, 396 opinião, 397 variedades, 398 esporte, 399 economia, 400 cultura, 401 saúde, 402 tecnologia, 403 opinião, 404 variedades, 405 esporte, 406 economia, 407 cultura, 408 saúde, 409 tecnologia, 410 opinião, 411 variedades, 412 esporte, 413 economia, 414 cultura, 415 saúde, 416 tecnologia, 417 opinião, 418 variedades, 419 esporte, 420 economia, 421 cultura, 422 saúde, 423 tecnologia, 424 opinião, 425 variedades, 426 esporte, 427 economia, 428 cultura, 429 saúde, 430 tecnologia, 431 opinião, 432 variedades, 433 esporte, 434 economia, 435 cultura, 436 saúde, 437 tecnologia, 438 opinião, 439 variedades, 440 esporte, 441 economia, 442 cultura, 443 saúde, 444 tecnologia, 445 opinião, 446 variedades, 447 esporte, 448 economia, 449 cultura, 450 saúde, 451 tecnologia, 452 opinião, 453 variedades, 454 esporte, 455 economia, 456 cultura, 457 saúde, 458 tecnologia, 459 opinião, 460 variedades, 461 esporte, 462 economia, 463 cultura, 464 saúde, 465 tecnologia, 466 opinião, 467 variedades, 468 esporte, 469 economia, 470 cultura, 471 saúde, 472 tecnologia, 473 opinião, 474 variedades, 475 esporte, 476 economia, 477 cultura, 478 saúde, 479 tecnologia, 480 opinião, 481 variedades, 482 esporte, 483 economia, 484 cultura, 485 saúde, 486 tecnologia, 487 opinião, 488 variedades, 489 esporte, 490 economia, 491 cultura, 492 saúde, 493 tecnologia, 494 opinião, 495 variedades, 496 esporte, 497 economia, 498 cultura, 499 saúde, 500 tecnologia, 501 opinião, 502 variedades, 503 esporte, 504 economia, 505 cultura, 506 saúde, 507 tecnologia, 508 opinião, 509 variedades, 510 esporte, 511 economia, 512 cultura, 513 saúde, 514 tecnologia, 515 opinião, 516 variedades, 517 esporte, 518 economia, 519 cultura, 520 saúde, 521 tecnologia, 522 opinião, 523 variedades, 524 esporte, 525 economia, 526 cultura, 527 saúde, 528 tecnologia, 529 opinião, 530 variedades, 531 esporte, 532 economia, 533 cultura, 534 saúde, 535 tecnologia, 536 opinião, 537 variedades, 538 esporte, 539 economia, 540 cultura, 541 saúde, 542 tecnologia, 543 opinião, 544 variedades, 545 esporte, 546 economia, 547 cultura, 548 saúde, 549 tecnologia, 550 opinião, 551 variedades, 552 esporte, 553 economia, 554 cultura, 555 saúde, 556 tecnologia, 557 opinião, 558 variedades, 559 esporte, 560 economia, 561 cultura, 562 saúde, 563 tecnologia, 564 opinião, 565 variedades, 566 esporte, 567 economia, 568 cultura, 569 saúde, 570 tecnologia, 571 opinião, 572 variedades, 573 esporte, 574 economia, 575 cultura, 576 saúde, 577 tecnologia, 578 opinião, 579 variedades, 580 esporte, 581 economia, 582 cultura, 583 saúde, 584 tecnologia, 585 opinião, 586 variedades, 587 esporte, 588 economia, 589 cultura, 590 saúde, 591 tecnologia, 592 opinião, 593 variedades, 594 esporte, 595 economia, 596 cultura, 597 saúde, 598 tecnologia, 599 opinião, 600 variedades, 601 esporte, 602 economia, 603 cultura, 604 saúde, 605 tecnologia, 606 opinião, 607 variedades, 608 esporte, 609 economia, 610 cultura, 611 saúde, 612 tecnologia, 613 opinião, 614 variedades, 615 esporte, 616 economia, 617 cultura, 618 saúde, 619 tecnologia, 620 opinião, 621 variedades, 622 esporte, 623 economia, 624 cultura, 625 saúde, 626 tecnologia, 627 opinião, 628 variedades, 629 esporte, 630 economia, 631 cultura, 632 saúde, 633 tecnologia, 634 opinião, 635 variedades, 636 esporte, 637 economia, 638 cultura, 639 saúde, 640 tecnologia, 641 opinião, 642 variedades, 643 esporte, 644 economia, 645 cultura, 646 saúde, 647 tecnologia, 648 opinião, 649 variedades, 650 esporte, 651 economia, 652 cultura, 653 saúde, 654 tecnologia, 655 opinião, 656 variedades, 657 esporte, 658 economia, 659 cultura, 660 saúde, 661 tecnologia, 662 opinião, 663 variedades, 664 esporte, 665 economia, 666 cultura, 667 saúde, 668 tecnologia, 669 opinião, 670 variedades, 671 esporte, 672 economia, 673 cultura, 674 saúde, 675 tecnologia, 676 opinião, 677 variedades, 678 esporte, 679 economia, 680 cultura, 681 saúde, 682 tecnologia, 683 opinião, 684 variedades, 685 esporte, 686 economia, 687 cultura, 688 saúde, 689 tecnologia, 690 opinião, 691 variedades, 692 esporte, 693 economia, 694 cultura, 695 saúde, 696 tecnologia, 697 opinião, 698 variedades, 699 esporte, 700 economia, 701 cultura, 702 saúde, 703 tecnologia, 704 opinião, 705 variedades, 706 esporte, 707 economia, 708 cultura, 709 saúde, 710 tecnologia, 711 opinião, 712 variedades, 713 esporte, 714 economia, 715 cultura, 716 saúde, 717 tecnologia, 718 opinião, 719 variedades, 720 esporte, 721 economia, 722 cultura, 723 saúde, 724 tecnologia, 725 opinião, 726 variedades, 727 esporte, 728 economia, 729 cultura, 730 saúde, 731 tecnologia, 732 opinião, 733 variedades, 734 esporte, 735 economia, 736 cultura, 737 saúde, 738 tecnologia, 739 opinião, 740 variedades, 741 esporte, 742 economia, 743 cultura, 744 saúde, 745 tecnologia, 746 opinião, 747 variedades, 748 esporte, 749 economia, 750 cultura, 751 saúde, 752 tecnologia, 753 opinião, 754 variedades, 755 esporte, 756 economia, 757 cultura, 758 saúde, 759 tecnologia, 760 opinião, 761 variedades, 762 esporte, 763 economia, 764 cultura, 765 saúde, 766 tecnologia, 767 opinião, 768 variedades, 769 esporte, 770 economia, 771 cultura, 772 saúde, 773 tecnologia, 774 opinião, 775 variedades, 776 esporte, 777 economia, 778 cultura, 779 saúde, 780 tecnologia, 781 opinião, 782 variedades, 783 esporte, 784 economia, 785 cultura, 786 saúde, 787 tecnologia, 788 opinião, 789 variedades, 790 esporte, 791 economia, 792 cultura, 793 saúde, 794 tecnologia, 795 opinião, 796 variedades, 797 esporte, 798 economia, 799 cultura, 800 saúde, 801 tecnologia, 802 opinião, 803 variedades, 804 esporte, 805 economia, 806 cultura, 807 saúde, 808 tecnologia, 809 opinião, 810 variedades, 811 esporte, 812 economia, 813 cultura, 814 saúde, 815 tecnologia, 816 opinião, 817 variedades, 818 esporte, 819 economia, 820 cultura, 821 saúde, 822 tecnologia, 823 opinião, 824 variedades, 825 esporte, 826 economia, 827 cultura, 828 saúde, 829 tecnologia, 830 opinião, 831 variedades, 832 esporte, 833 economia, 834 cultura, 835 saúde, 836 tecnologia, 837 opinião, 838 variedades, 839 esporte, 840 economia, 841 cultura, 842 saúde, 843 tecnologia, 844 opinião, 845 variedades, 846 esporte, 847 economia, 848 cultura, 849 saúde, 850 tecnologia, 851 opinião, 852 variedades, 853 esporte, 854 economia, 855 cultura, 856 saúde, 857 tecnologia, 858 opinião, 859 variedades, 860 esporte, 861 economia, 862 cultura, 863 saúde, 864 tecnologia, 865 opinião, 866 variedades, 867 esporte, 868 economia, 869 cultura, 870 saúde, 871 tecnologia, 872 opinião, 873 variedades, 874 esporte, 875 economia, 876 cultura, 877 saúde, 878 tecnologia, 879 opinião, 880 variedades, 881 esporte, 882 economia, 883 cultura, 884 saúde, 885 tecnologia, 886 opinião, 887 variedades, 888 esporte, 889 economia, 890 cultura, 891 saúde, 892 tecnologia, 893 opinião, 894 variedades, 895 esporte, 896 economia, 897 cultura, 898 saúde, 899 tecnologia, 900 opinião, 901 variedades, 902 esporte, 903 economia, 904 cultura, 905 saúde, 906 tecnologia, 907 opinião, 908 variedades, 909 esporte, 910 economia, 911 cultura, 912 saúde, 913 tecnologia, 914 opinião, 915 variedades, 916 esporte, 917 economia, 918 cultura, 919 saúde, 920 tecnologia, 921 opinião, 922 variedades, 923 esporte, 924 economia, 925 cultura, 926 saúde, 927 tecnologia, 928 opinião, 929 variedades, 930 esporte, 931 economia, 932 cultura, 933 saúde, 934 tecnologia, 935 opinião, 936 variedades, 937 esporte, 938 economia, 939 cultura, 940 saúde, 941 tecnologia, 942 opinião, 943 variedades, 944 esporte, 945 economia, 946 cultura, 947 saúde, 948 tecnologia, 949 opinião, 950 variedades, 951 esporte, 952 economia, 953 cultura, 954 saúde, 955 tecnologia, 956 opinião, 957 variedades, 958 esporte, 959 economia, 960 cultura, 961 saúde, 962 tecnologia, 963 opinião, 964 variedades, 965 esporte, 966 economia, 967 cultura, 968 saúde, 969 tecnologia, 970 opinião, 971 variedades, 972 esporte, 973 economia, 974 cultura, 975 saúde, 976 tecnologia, 977 opinião, 978 variedades, 979 esporte, 980 economia, 981 cultura, 982 saúde, 983 tecnologia, 984 opinião, 985 variedades, 986 esporte, 987 economia, 988 cultura, 989 saúde, 990 tecnologia, 991 opinião, 992 variedades, 993 esporte, 994 economia, 995 cultura, 996 saúde, 997 tecnologia, 998 opinião, 999 variedades, 1000 esporte, 1001 economia, 1002 cultura, 1003 saúde, 1004 tecnologia, 1005 opinião, 1006 variedades, 1007 esporte, 1008 economia, 1009 cultura, 1010 saúde, 1011 tecnologia, 1012 opinião, 1013 variedades, 1014 esporte, 1015 economia, 1016 cultura, 1017 saúde, 1018 tecnologia, 1019 opinião, 1020 variedades, 1021 esporte, 1022 economia, 1023 cultura, 1024 saúde, 1025 tecnologia, 1026 opinião, 1027 variedades, 1028 esporte, 1029 economia, 1030 cultura, 1031 saúde, 1032 tecnologia, 1033 opinião, 1034 variedades, 1035 esporte, 1036 economia, 1037 cultura, 1038 saúde, 1039 tecnologia, 1040 opinião, 1041 variedades, 1042 esporte, 1043 economia, 1044 cultura, 1045 saúde, 1046 tecnologia, 1047 opinião, 1048 variedades, 1049 esporte, 1050 economia, 1051 cultura, 1052 saúde, 1053 tecnologia, 1054 opinião, 1055 variedades, 1056 esporte, 1057 economia, 1058 cultura, 1059 saúde, 1060 tecnologia, 1061 opinião, 1062 variedades, 1063 esporte, 1064 economia, 1065 cultura, 1066 saúde, 1067 tecnologia, 1068 opinião, 1069 variedades, 1070 esporte, 1071 economia, 1072 cultura, 1073 saúde, 1074 tecnologia, 1075 opinião, 1076 variedades, 1077 esporte, 1078 economia, 1079 cultura, 1080 saúde, 1081 tecnologia, 1082 opinião, 1083 variedades, 1084 esporte, 1085 economia, 1086 cultura, 1087 saúde, 1088 tecnologia, 1089 opinião, 1090 variedades, 1091 esporte, 1092 economia, 1093 cultura, 1094 saúde, 1095 tecnologia, 1096 opinião, 1097 variedades, 1098 esporte, 1099 economia, 1100 cultura, 1101 saúde, 1102 tecnologia, 1103 opinião, 1104 variedades, 1105 esporte, 1106 economia, 1107 cultura, 1108 saúde, 1109 tecnologia, 1110 opinião, 1111 variedades, 1112 esporte, 1113 economia, 1114 cultura, 1115 saúde, 1116 tecnologia, 1117 opinião, 1118 variedades, 1119 esporte, 1120 economia, 1121 cultura, 1122 saúde, 1123 tecnologia, 1124 opinião, 1125 variedades, 1126 esporte, 1127 economia, 1128 cultura, 1129 saúde, 1130 tecnologia, 1131 opinião, 1132 variedades, 1133 esporte, 1134 economia, 1135 cultura, 1136 saúde, 1137 tecnologia, 1138 opinião, 1139 variedades, 1140 esporte, 1141 economia, 1142 cultura, 1143 saúde, 1144 tecnologia, 1145 opinião, 1146 variedades, 1147 esporte, 1148 economia, 1149 cultura, 1150 saúde, 1151 tecnologia, 1152 opinião, 1153 variedades, 1154 esporte, 1155 economia, 1156 cultura, 1157 saúde, 1158 tecnologia, 1159 opinião, 1160 variedades, 1161 esporte, 1162 economia, 1163 cultura, 1164 saúde, 1165 tecnologia, 1166 opinião, 1167 variedades, 1168 esporte, 1169 economia, 1170 cultura, 1171 saúde, 1172 tecnologia, 1173 opinião, 1174 variedades, 1175 esporte, 1176 economia, 1177 cultura, 1178 saúde, 1179 tecnologia, 1180 opinião, 1181 variedades, 1182 esporte, 1183 economia, 1184 cultura, 1185 saúde, 1186 tecnologia, 1187 opinião, 1188 variedades, 1189 esporte, 1190 economia, 1191 cultura, 1192 saúde, 1193 tecnologia, 1194 opinião, 1195 variedades, 1196 esporte, 1197 economia, 1198 cultura, 1199 saúde, 1200 tecnologia, 1201 opinião, 1202 variedades, 1203 esporte, 1204 economia, 1205 cultura, 1206 saúde, 1207 tecnologia, 1208 opinião, 1209 variedades, 1210 esporte, 1211 economia, 1212 cultura, 1213 saúde, 1214 tecnologia, 1215 opinião, 1216 variedades, 1217 esporte, 1218 economia, 1219 cultura, 1220 saúde, 1221 tecnologia, 1222 opinião, 1223 variedades, 1224 esporte, 1225 economia, 1226 cultura, 1227 saúde, 1228 tecnologia, 1229 opinião, 1230 variedades, 1231 esporte, 1232 economia, 1233 cultura, 1234 saúde, 1235 tecnologia, 1236 opinião, 1237 variedades, 1238 esporte, 1239 economia, 1240 cultura, 1241 saúde, 1242 tecnologia, 1243 opinião, 1244 variedades, 1245 esporte, 1246 economia, 1247 cultura, 1248 saúde, 1249 tecnologia, 1250 opinião, 1251 variedades, 1252 esporte, 1253 economia, 1254 cultura, 1255 saúde, 1256 tecnologia, 1257 opinião, 1258 variedades, 1259 esporte, 1260 economia, 1261 cultura, 1262 saúde, 1263 tecnologia, 1264 opinião, 1265 variedades, 1266 esporte, 1267 economia, 1268 cultura, 1269 saúde, 1270 tecnologia, 1271 opinião, 1272 variedades, 1273 esporte, 1274 economia, 1275 cultura, 1276 saúde, 1277 tecnologia, 1278 opinião, 1279 variedades, 1280 esporte, 1281 economia, 1282 cultura, 1283 saúde, 1284 tecnologia, 1285 opinião, 1286 variedades, 1287 esporte, 1288 economia, 1289 cultura, 1290 saúde, 1291 tecnologia, 1292 opinião, 1293 variedades, 1294 esporte, 1295 economia, 1296 cultura, 1297 saúde, 1298 tecnologia, 1299 opinião, 1300 variedades, 1301 esporte, 1302 economia, 1303 cultura, 1304 saúde, 1305 tecnologia, 1306 opinião, 1307 variedades, 1308 esporte, 1309 economia, 1310 cultura, 1311 saúde, 1312 tecnologia, 1313 opinião, 1314 variedades, 1315 esporte, 1316 economia, 1317 cultura, 1318 saúde, 1319 tecnologia, 1320 opinião, 1321 variedades, 1322 esporte, 1323 economia, 1324 cultura, 1325 saúde, 1326 tecnologia, 1327 opinião, 1328 variedades, 1329 esporte, 1330 economia, 1331 cultura, 1332 saúde, 1333 tecnologia, 1334 opinião, 1335 variedades, 1336 esporte, 1337 economia, 1338 cultura, 1339 saúde, 1340 tecnologia, 1341 opinião, 1342 variedades, 1343 esporte, 1344 economia, 1345 cultura, 1346 saúde, 1347 tecnologia, 1348 opinião, 1349 variedades, 1350 esporte, 1351

FIGURA 9 – Carta ao Leitor de Veja com anúncio de troca de diretores da publicação em 07/01/1998 (Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/acervodigital/home.aspx>>. Acesso em: 15 jun. 2014).

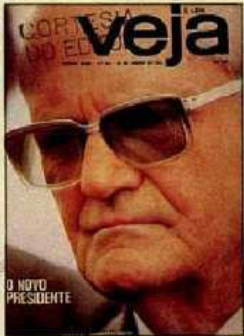
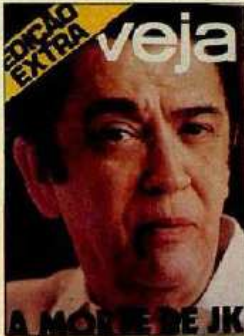


FIGURA 10 – Capa e Editorial de Veja em apoio à saída de Collor em 02/09/1992 ((Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/acervodigital/home.aspx>>. Acesso em: 15 jun. 2014).



FIGURA 11 – Carta ao Leitor dos 25 anos de Veja em 22/09/1993 (Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/acervodigital/home.aspx>>. Acesso em: 15 jun. 2014).

CARTA DO EDITOR

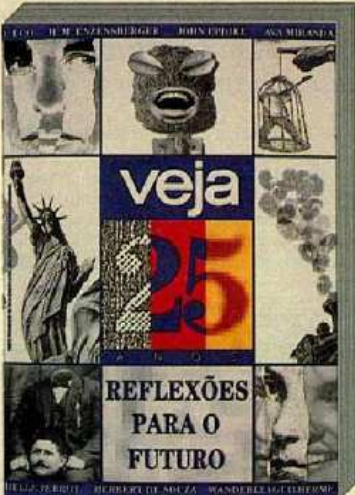

O primeiro número de VEJA e três edições extras: a escolha de Geisel, a morte de JK e a queda de Collor

25 anos de busca da verdade

Há um quarto de século, na primeira Carta do Editor, Victor Civita escreveu: “VEJA quer ser a grande revista semanal de informação de todos os brasileiros”. Vinte e cinco anos depois, o desejo do fundador da Editora Abril, falecido em 1990, é uma realidade plena. Com mais de 4 milhões de leitores todas as semanas, espalhados pelo território nacional inteiro (e 12 000 no exterior), VEJA é o órgão de imprensa de maior circulação do Brasil. Além de estar presente nos lares de praticamente todas as pessoas mais importantes do país, suas reportagens são comentadas e debatidas no Congresso, no Executivo, nas empresas, nos sindicatos e nas salas de aula.

Tudo isso é motivo de orgulho e, igualmente, de reflexão. A revista sabe que não é a dona da verdade. Mas a verdade é o nosso objetivo permanente, que se renova a cada semana, quando os jornalistas de VEJA saem à cata de notícias, para apurá-las e apresentá-las da maneira mais clara possível. Quando a notícia é especialmente urgente, não se espera nem a semana acabar — publicamos edições extras. A busca da verdade não acaba nunca.

A verdade também incomoda.



O livro-presente: homenagem ao leitor

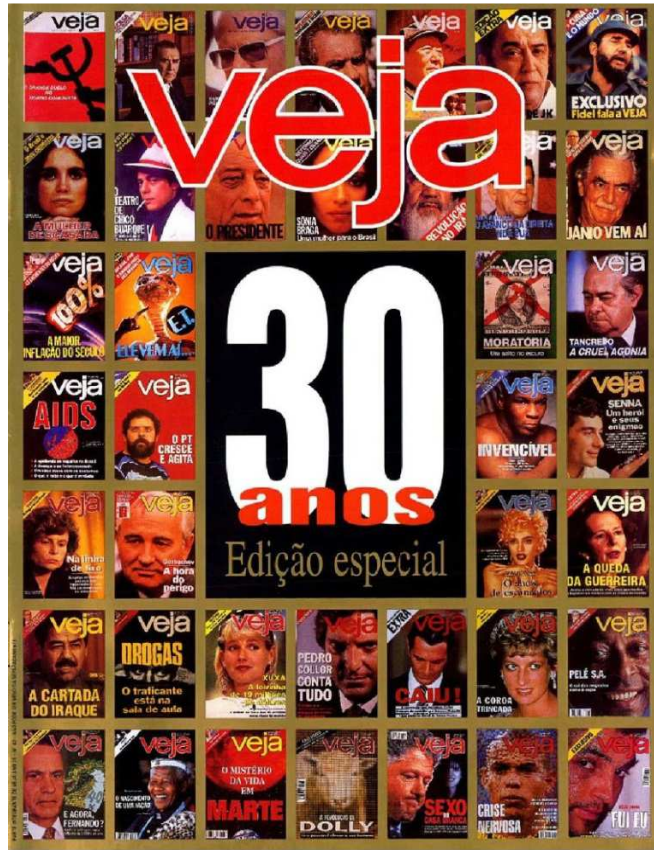
Para os poderosos, muitas vezes não interessa a revelação do que estão fazendo, muito menos dos seus motivos. Aí o choque é inevitável, já que a preocupação de VEJA é apresentar ao leitor tudo o que está acontecendo. Para buscar a verdade, é preciso, além de perseverança e, frequentemente, muita coragem, doses maciças de independência, isenção e equilíbrio. É por isso que a revista não tem partido político, não defende interesses de amigos, anunciantes, grupos nem de corporações.

Para festejar o aniversário, e retribuir a fidelidade do leitor, oferecemos um presente com esta edição: o livro *Reflexões para o Futuro*, editado por Dorrit Harazim, com 25 artigos inéditos sobre temas que, na atualidade, apontam para o próximo quarto de século. A comemoração não pára aí. No próximo mês, o leitor ganhará um outro presente. Será uma edição especial, extra, contendo uma retrospectiva desses 25 anos de luta, turbulência e progresso do país que VEJA quer continuar servindo — através da informação precisa, honesta e relevante. Aguarde. E obrigado pelo seu apoio.

ROBERTO CIVITA

Capa: foto de Villard/Sipa Press

FIGURA 12 – Capa e Carta ao Leitor da edição especial de 30 anos de *Veja* em setembro de 1998 (Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/acervodigital/home.aspx>>. Acesso em: 15 jun. 2014).



Carta ao leitor

Uma parceria fundamental

Para comemorar o seu aniversário de 30 anos, VEJA preparou uma edição mais do que especial. Durante dois meses, uma equipe de 55 jornalistas foi encarregada de ler o conteúdo das 1 564 edições publicadas desde o lançamento da revista, em setembro de 1968. Num trabalho exaustivo e cuidadoso, foram repassadas mais de 70 000 reportagens. Numa primeira peneira, ficaram 6 000 delas. Após vários cortes e filtragens, sobraram as 173 reportagens e 47 entrevistas que você vai encontrar nesta edição.

Como seria inviável publicá-las na íntegra, pois o material renderia conteúdo para um livro dos grossos, optou-se por reduzi-las ao menor tamanho possível. Editá-las, como dizem os jornalistas. O que se está publicando é apenas o suficiente para contar o que as reportagens continham de mais significativo. Esse grau de concentração só pôde ser obtido a partir da colagem de diversos pequenos trechos do texto original. O resultado é um conjunto de leitura dinâmica e agradável, que não apenas narra histórias importantes. O material mostra também a interpretação e as conclusões que VEJA tirou a partir delas. Uma jóia da edição é a seção "30 anos em revista", um apanhado de incríveis curiosidades encontradas a partir da leitura de toda a coleção. Confira.



SUSANA (à frente, de vermelho) E A EQUIPE DO DEDOC:
49 pessoas envolvidas na maior pesquisa feita em 30 anos

Para realizar esta edição especial, VEJA contou com o apoio do Departamento de Documentação da Editora Abril — o mais completo arquivo jornalístico do país, um dos melhores da América Latina. O Dedoc, como é chamado na Editora Abril, nasceu juntamente com VEJA e também está completando 30 anos. Coube ao Dedoc contabilizar as fotografias publicadas em VEJA e listar os mais fotografados, agrupar as capas da revista por tema e descobrir assim quais são os mais recorrentes, entre outros levantamentos trabalhosos desse tipo. Sob o comando de Susana Camargo, o Dedoc realizou para esta edição especial a maior pesquisa de sua história.

FIGURA 13 – Texto “Mudar para ser a mesma” na edição especial dos 30 anos de Veja (Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/acervodigital/home.aspx>>. Acesso em: 15 jun. 2014).



FIGURA 14 – Primeira página da Folha de S. Paulo nos seus 90 anos em 19/02/2001 (Disponível em: <http://acervo.folha.com.br/fsp/2001/02/19/2/>. Acesso em: 15 jun. 2014).



FIGURA 15 – Primeira página dos 90 anos da Folha de S. Paulo em 19/02/2011 (Disponível em: < <http://acervo.folha.com.br/fsp/2011/02/19/2/>>. Acesso em: 15 jun.2014).

<http://acervo.folha.com.br/fsp/2011/02/19/2/>

FOLHA DE S. PAULO

Desde 1921

UN JORNAL A SERVIÇO DO BRASIL

folha.com.br

DIRETOR DE REDAÇÃO: DAVI DE FREITAS FILHO

ANO 91 • SÁBADO, 19 DE FEVEREIRO DE 2011 • Nº 29.002

EDIÇÃO SP/DE • CONCLUÍDA ÀS 23H05 • R\$ 2,50

90
...textos e fotos que fizeram história
Pág. 3
...leitores contam sua ligação com o jornal
Pág. 14
...colunistas revelam polêmicas da Redação
Pág. 25

EDITORIAL
Na Folha, mudanças são constantes, mas compromissos ficam
Opinião A2

PRÊMIO FOLHA
Reportagem que derrubou Erenice foi a melhor de 2010
Poder A10

folhinha
Com cara de Folhona

ASSISTA AOS DOCUMENTÁRIOS
• Toda a Folha: como é o jornal e entrevistas com leitores e colunistas
• A história por trás das 29.007 edições com os fatos mais marcantes
• Jornal exposto: embusteiros relatam experiências no cargo
• MULTIMÍDIA
• Galeria de leitores
• As mudanças gráficas
• Primeiras páginas históricas
• O caminho da notícia

100 páginas - R\$1,00 em copiar
Folha Enciclopédia e o Guia do Leitor
Até pagamos da Folha 90 Anos
A 1ª página da Folha Enciclopédia

anos 20

ESPECIAL
Folha
toda a
Folha
Jornal faz 90 anos hoje e coloca na internet seu acervo integral desde 1921, com 1,8 milhão de páginas publicadas
F acervo.folha.com.br

anos 60

anos 80

hoje

País tem 17% dos docentes com estudo insuficiente
Falta o curso superior obrigatório a 208 mil professores da rede pública
Cerca de 17% dos professores que atuam na rede pública não têm formação suficiente e estão em situação irregular, informam Marília Rocha e Natalia Cancian.
A LDB (Lei de Diretrizes e Bases) exige que docentes do 6º ano do ensino fundamental ao 3º do ensino médio tenham curso superior. Segundo o Inep, 208 mil profissionais que lecionam para essas séries têm só o médio ou o fundamental.
Por Estado, a pior situação ocorre na Bahia, onde 38% dos professores não fizeram faculdade. São Paulo tem a melhor taxa nacional - 2,3% dos docentes não têm diploma superior.
A Secretaria de Educação Básica do MEC reconhece o problema e diz que estão em andamento políticas para sanar a questão. **Cotidiano 1**
Ex-olímpicos do basquete foram medalhistas pelo crescimento do Brasil em 2010 e dizem que não saem. **Cotidiano 1**

Lojas virtuais cobram a mais para entrega na hora marcada
Lojas de comércio eletrônico fazem cobrança extra entre 3% e 19% do valor do produto para entregar com hora e turno agendados, informa Ricardo Gallo. O agendamento está previsto em lei paulista de 2009.
A câmara do setor afirma que cumprir a lei trará alta nos custos e implicará colocar cinco vezes mais caminhões nas ruas. **Mercado 83**

Instalação de ar-condicionado esquenta clima em condomínio
Com o verão quente até na madrugada, a proibição de instalar ar-condicionado para não alterar a fachada de prédios vem provocando desconfortos em condomínios. Além do veto, as instalações elétricas são despreparadas para a sobrecarga.
Advogados dizem: "faltar bom senso em alguns casos de recusa de mudar convenção nos edifícios". **Cotidiano 2**

Exército abre fogo e fere 60 pessoas no Bahrein
A sexta-feira, dia sagrado muçulmano, teve protestos violentos no mundo árabe. No Bahrein, o Exército deixou 60 feridos após abrir fogo na praça da Pérola, em Manama. O país é vizinho da Arábia Saudita, segunda maior produtora de petróleo.
Na Líbia, os números são controversos e há relatos de até 50 mortos em protestos contra o ditador Gaddafi.
No Iêmen, mais quatro pessoas morreram, uma delas em explosão de granada. Houve protestos na Jordânia e no Djibuti. **Mundo 1**

Para Aécio Neves, Dilma começa de forma 'autoritária'
O senador Aécio Neves (PSDB-MG) disse que a gestão Dilma começou de forma "autoritária" sua relação com o Congresso.
Ele criticou a fixação por decreto do reajuste do mínimo e a declaração do ministro Luiz Sérgio (Assuntos Institucionais) "ordenando" que a base votasse pelo valor de R\$545. **Poder 84**

boa notícia
Biocurativo feito à base de sangue cura ferida crônica **Saúde C18**

esporte 012
Sem a Globo, Clube dos 13 pode perder Corinthians e Flamengo

EDITORIAIS Opinião A2
Leia "Polícia e bandido", sobre a segurança no Rio.

<<http://acervo.folha.com.br/fsp/2011/02/19/556>>. Acesso em: 15 jun.2014).

<http://acervo.folha.com.br/fsp/2011/02/19/556>



FIGURA 17 – Capa da Veja em 22/09/2010 (Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/acervo/digital/home.aspx>>. Acesso em: 15 jun.2014).

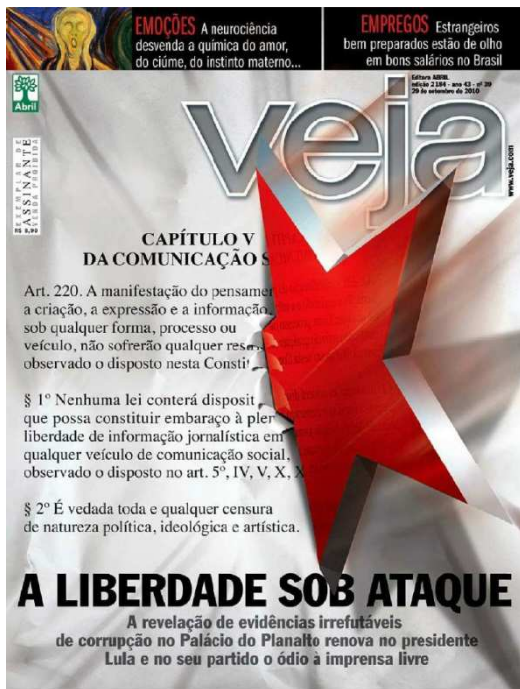


FIGURA 18 – Carta ao Leitor de Veja uma semana depois da edição especial sobre o atentado de 11 de setembro em 26/09/2001. (Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/acervodigital/home.aspx>>. Acesso em: 15 jun. 2014).



FIGURA 19 – Carta de Princípios de Veja em 25/12/2013 (Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/acervodigital/home.aspx>>. Acesso em: 15 jun. 2014)



FIGURA 20 – Capa da edição especial dos 35 anos de Veja em setembro de 2003 (Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/acervodigital/home.aspx>>. Acesso em: 15 jun.2014).



FIGURA 21 – Capa da Veja em 10/09/2008 (Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/acervo/digital/home.aspx>>. Acesso em: 15 jun.2014).



FIGURA 22 – Imagens da bancada do Jornal Nacional em 2012, do projeto Caravana JN e da edição de despedida de Fátima Bernardes, quando a sua substituta Patrícia Poeta foi entrevistada.

