

A posição da Folha de S. Paulo nas capas do jornal no período pré e pós-impeachment¹

Daiane Santos da SILVA²
Maíra Rodrigues BACELLAR³
Wanderley Florêncio GARCIA⁴

Universidade Metodista de Piracicaba, Piracicaba, SP

Resumo

O projeto de pesquisa apresentado neste artigo tem como objetivo a identificação de elementos utilizados em textos noticiosos que permitam a compreensão da escolha e justifique o posicionamento do jornal *Folha de S. Paulo*. Vinte capas do período anterior e posterior ao impeachment de Dilma Rousseff em 2016 serão analisadas utilizando as teorias instrumentalista e organizacional, bem como os padrões de manipulação da notícia, para que haja comparação, destacando as maiores mudanças adotadas. Há uma hipótese de manipulação da *Folha* que esperamos abordar para entender a mensagem implícita às matérias. Buscamos apresentar contribuições relevantes para a racionalização acerca da mídia e suas artimanhas, muitas vezes, considerada apenas como o cumprimento do dever de compromisso com a verdade, podendo resultar em decisões tomadas seguindo o pensamento do veículo comunicador.

Palavras-Chave: jornalismo; manipulação; teoria instrumentalista; teoria organizacional; Folha de S. Paulo.

Introdução

Este trabalho apresenta o projeto de pesquisa em andamento que vai analisar 20 capas do jornal *Folha de S. Paulo* nos períodos pré e pós-impeachment de 2016 que interrompeu o mandato da ex-presidente Dilma Rousseff. As capas do período pré-impeachment serão analisadas e comparadas com as capas do período pós-impeachment, buscando identificar o posicionamento editorial implícito na composição das páginas. A pesquisa resultará na elaboração de uma monografia como Trabalho de Conclusão de Curso de Jornalismo na Unimep – Universidade Metodista de Piracicaba.

¹ Trabalho apresentado no IJ01 – Jornalismo do XXII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 22 a 24 de junho de 2017.

² Estudante de Graduação 7º. semestre do Curso de Jornalismo da FCI-Unimep, email: santos.daiane@outlook.com.br

³ Estudante de Graduação 7º. semestre do Curso de Jornalismo da FCI-Unimep, email: mairarodriguesbacellar@gmail.com

⁴ Orientador, professor da Unimep, mestre em Ciência da Informação pela Puc-Campinas e doutorando em Educação pela Unimep, email: wanderleyfgarcia@gmail.com

Queremos abordar e compreender as técnicas jornalísticas utilizadas pela *Folha de S. Paulo* para que as chamadas de capa, bem como todo o conjunto de elementos (formatação, distribuição na página, cores, fotos), sejam eficazes na formação de opinião do leitor, partindo do pressuposto de que o interesse está além de informar sobre o assunto, mas vender uma imagem dele. Acredita-se que a manipulação através de chamadas jornalísticas está presente e tem uma estrutura, portanto a análise vai procurar evidências sobre esta prática e entender seu funcionamento.

A aposta da análise é que um estudo sobre o tema em questão provoque o exercício de reflexão da mensagem transmitida que traz a opinião do jornal de forma implícita. Descobrir qual caminho foi traçado e se o resultado final é parte deste processo é fundamental para o entendimento da intenção do jornal e sua influência social no contexto que escolhemos.

No livro *A Manipulação do Público*, os autores Herman e Chomsky (2003) explicam o tratamento dado pela mídia dos Estados Unidos quando separam as notícias como “merecedoras” e “não-merecedoras”. Nesse caso, merecem a cobertura aquelas que são contra seus inimigos, enquanto os parceiros são poupados da exposição. Essa seleção é uma forma de manipular informação que chega ao receptor, controlando seu conhecimento sobre os fatos. Acreditamos que também é realizada uma seleção por parte da editoria da *Folha de S. Paulo* e o objetivo é encontrar nas capas esta resposta.

Ciro Marcondes Filho (1989) destaca, no capítulo *A Folha e as diretas-já*, do livro *O Capital da Notícia*, a inconstância de posicionamento do jornal a respeito da luta pelo Estado de Direito e contra as arbitrariedades repressivas, bem como a negativa de sua identidade como integrante estrutural da nova democracia. Este é um dos motivos que nos desafiam a encontrar o posicionamento do jornal.

No que diz respeito a Teoria Organizacional, o referencial teórico que utilizamos como base são, *Teorias do Jornalismo*, de Felipe Pena (2005), e *Teorias do Jornalismo: Porque as notícias são como são*, de Nelson Traquina (2005). Esses dois autores relatam brilhantemente sobre a transição do âmbito individual para o organizacional das empresas jornalísticas, levando em consideração o fato de que as normas estabelecidas pelos jornais

serem sobrepostas aos valores particulares dos jornalistas, que cada vez mais sentem a necessidade de adequar-se à política pré-estabelecida pelo veículo em que trabalham, para que sejam cada vez mais recompensados e menos punidos pelos seus superiores.

Outra obra utilizada para as análises é a de Perseu Abramo (2003), *Padrões de Manipulação na grande imprensa*, em que ele aponta os diferentes modos encontrados pela mídia para “falsear” a realidade, mascarar atores e ações sociais e descontextualizar fatos que não defendam os interesses do jornal ou de seus leitores.

Para a primeira parte, serão selecionadas dez capas como objeto de estudo (antes do impeachment) e dez da segunda (depois) que após serem analisados todos os elementos de informação.

Teoria Instrumentalista

A influência de uma classe dominante através de interesses ideológicos foi analisada por muitos autores que abordam a teoria instrumentalista, como Edward S. Herman e Noam Chomsky (2003) e Felipe Pena (2012), que classificam as notícias como capazes de distorcer a mensagem atendendo aos interesses políticos de poderosos que desejam se utilizar de um serviço público informativo como palanque e divulgar sua visão sobre determinados fatos.

A teoria instrumentalista crê que o jornalista só pode ser contra ou a favor e deve ser por uma das duas opções: o compromisso com a verdade, sendo protetor dos que mais necessitam, ou servir aos senhores de instituições capitalistas.

Na visão da esquerda, a distorção é inversa: o jornalismo reforça a visão de mundo da sociedade capitalista. O conteúdo das notícias é imposto aos jornalistas pelos dirigentes das empresas de comunicação e condicionado pela estrutura macroeconômica.

Pena (2012) afirma que tanto a esquerda quanto a direita trabalham com pressupostos bem marcados. Entretanto, enquanto uma defende que o papel dos profissionais da comunicação é dependente de ordens patronais, a outra acredita que os jornalistas controlam a produção da notícia e estão dispostos a influenciar o noticiário com a defesa de suas ideias.

Resumidamente: “O instrumentalismo parte de um paradigma de pesquisa baseado nos chamados estudos da parcialidade, cujo objetivo é verificar a existência ou não de distorções nos textos noticiosos” (PENA, 2012, p. 146).

Edward S. Herman e Noam Chomsky (2003) abordam a teoria instrumentalista no livro *A Manipulação do Público*, com estudos detalhados que apresentam o modelo de propaganda dos meios de comunicação. A tendência de pessoas ou grupos de pessoas que inferem julgamento e políticas parciais é destacada com casos específicos na comunicação americana.

Os autores defendem que esta prática é como um sistema dos meios de comunicação que prioriza a economia e estrutura do veículo e negam que aconteça por causa de grupos que se rebelam contra a sociedade. O sistema trabalha estruturando um debate aparentemente democrático que é capaz de atender aos interesses da mesma elite utilizando os assuntos de interesse público.

Segundos os autores, geralmente o grupo de pessoas que utilizam deste princípio não têm a intenção de lesar a sociedade, mas infelizmente é o que acontece quando a prioridade deixa de ser a mesma.

Um dos exemplos citados por Chomsky e Herman (2003) é o caso de um assassinato executado pelo “inimigo oficial” da elite que mobiliza a imprensa nas investigações intensivamente. Porém, o mesmo não acontece quando ato é de autoria da elite ou do governo de um país aliado, pelo contrário, a tendência é minimizar o fato.

Teoria Organizacional

Na Teoria Organizacional, o trabalho do jornalista depende dos meios escolhidos pela organização, da missão e da linha editorial pré-estabelecida e estruturada do veículo. O fator econômico, como em toda organização, é um dos condicionantes que norteiam e fazem com que as coisas funcionem por meio de lucros. Felipe Pena (2005) associa essa teoria como aba da ação política.

O jornalismo se torna um negócio que visa o lucro a partir da sua estrutura. Marcondes Filho (1989) defende a ideia de que o editor é quem decide o enfoque da matéria, o tamanho que ela deve ter, o tamanho e os tipos de título e a colocação na página. O editor pode aumentar, reduzir e suprimir os fatos, ele acaba tendo o papel de tradutor e transformador da realidade social, pois extrai da realidade apenas o que lhe interessa (ou aos seus leitores) e transforma em notícia.

“Em suma, na mão do editor está a definição política de como o fato deverá repercutir na sociedade, de como de um acontecimento pequeno fazer um escândalo, de como suprimir naturalmente a divulgação de ocorrências, de como suprimir naturalmente a divulgação de ocorrências, como se elas simplesmente não tivessem realmente existido” (MARCONDES, 1989 Pág. 50).

Levando em consideração o fato de o jornalismo ser tratado como um negócio, o setor comercial da empresa acaba se tornando o mais importante. É ele que vai captar anúncios que vão patrocinar e sustentar o jornal e, de alguma forma, vão acabar interferindo na produção e publicação das notícias. Diferentemente das outras teorias, a realidade da notícia na Teoria Organizacional não é comandada por nenhuma ação pessoal, não é relatada como espelho da realidade, como sugere Pena (2005) na Teoria do Espelho, que diz que a imprensa funciona como espelho do real e reflete os acontecimentos do cotidiano, onde o jornalista é apenas um mediador neutro e imparcial dos acontecimentos, e também não é selecionada pelos critérios de noticiabilidade, os fatores que a determinam são especificamente comerciais e repletos de elementos que sustentam a empresa jornalística.

As escolhas dos jornalistas são completamente influenciadas pelo contexto profissional, organizacional e burocrático das empresas, eles se tornam membros dependentes das influências políticas das empresas. O jornalista acaba socializado à política editorial da organização por meio de uma lógica de recompensas e punições.

Pena (2005) aponta o conformismo dos jornalistas nas empresas jornalísticas, segundo o estudioso Warren Breed (1995). As normas editoriais estabelecidas pelos veículos acabam se tornando mais importantes do que a posição política, criativa e individual do profissional, e esse conformismo, segundo Breed, é causado por seis diferentes e relevantes fatores:

- “1) A autoridade institucional e as sanções: os chefes determinam quem será o jornalista responsável pelas reportagens de maior importância, além disso, eles possuem o poder de mandar um redator reescrever um texto e decidir se as matérias serão assinadas ou não.
- 2) Os sentimentos de dever e estima para com os chefes: a amizade e os laços construídos acabam interferindo na relação entre os profissionais e superiores, fazendo com que a estima do subordinado se transforme em obrigação para com o chefe e, conseqüentemente, para a empresa.
- 3) As aspirações de mobilidade profissional: a ganância dos jornalistas pela promoção faz com que eles não se oponham contra a política editorial estabelecida pela organização.
- 4) A ausência de fidelidades de grupo contrapostas: a prevalência do senso comum nas redações, geralmente traz um âmbito pacífico para o ambiente de trabalho, o que faz com que não haja fortes confrontos de classe e interferências sindicais.
- 5) O caráter prazeroso da atividade: a ausência de rotina torna o trabalho do jornalismo agradável, com pautas sempre diferentes e interessantes. O caráter prazeroso se dá ao fato de conviverem com pessoas notáveis e serem os primeiros a saberem as informações.
- 6) As notícias representam um valor: o principal investimento dos jornalistas é em obter notícias, eles acreditam que a harmonia entre eles e os seus superiores seja sedimentada pela realização dessa função” (PENA, 2005, p. 136-7)

Outros fatores que, segundo Pena (2005), interferem no noticiário, são a troca de experiências, o companheirismo entre os profissionais, o vocabulário e o ambiente de trabalho, que acabam se tornando decisivos para que os jornalistas possam selecionar o fato e a maneira que ele será noticiado.

Folha de S. Paulo

A *Folha de S. Paulo*, um dos principais jornais de referência e terceiro maior jornal de circulação do Brasil no formato impresso, com média diária de quase 189.254 mil exemplares, segundo a ANJ (Associação Nacional de Jornais) em 2015, foi fundada no ano de 1960, após a fundição dos três títulos anteriores da empresa (“Folha da Noite”, “Folha da Manhã” e “Folha da Tarde”) por um grupo de jornalistas liderado por Olival Costa e Pedro Cunha, em oposição ao principal jornal da cidade, O Estado de S. Paulo. Atualmente a *Folha de S. Paulo* pertence ao Grupo Folha, um conglomerado de mídia de cinco empresas, fundado pelo empresário Octavio Frias e comandado por seu filho, Luiz Frias, desde 1992. Segundo o colunista do jornal, David Friedlander, em uma de suas matérias, o grupo publica o jornal desde 1986 e, na última década, quase triplicou o faturamento, chegando a R\$ 2,7 bilhões em 2010, e R\$ 4 bilhões em 2016.

Exemplo disso foi a pressão popular para que a proposta de Emenda Constitucional, apresentada pelo Deputado Federal Dante de Oliveira (PMDB-MT), que defendia a ideia de reinstaurar eleições diretas para presidente da República no Brasil, fosse aprovada. A campanha das “Diretas Já”, famoso episódio ocorrido na década de 80, teve grande repercussão entre os veículos de informação do país, sobretudo, na *Folha de S. Paulo*.

Na época a censura, apesar de oficialmente anulada, ainda era utilizada, como forma de sombra escondida nas redações e ameaça ao poder público. Marcondes Filho (1989) diz que maioria das grandes empresas se engajou na campanha das Diretas Já de forma tímida, apenas reproduzindo o ponto de vista do regime militar e discursos oficiais, chegando a apoiar o movimento cívico quase nos últimos meses. O jornal *Folha de S. Paulo* foi o primeiro grande diário a se manifestar explicitamente a favor das eleições diretas ao assumir essa posição militante ativa em relação aos outros diários da época. O posicionamento do jornal era uma maneira de mostrar que estavam contra a ditadura militar. O apoio recebido pela *Folha*, nessa situação, foi o que fez com que os proprietários enxergassem uma oportunidade para se capitalizar no meio da notícia.

Com o Projeto Folha, a *Folha de S. Paulo* buscou, com a realização de uma cobertura intensa do movimento das diretas, mostrar que o jornal prezava pela liberdade e estava “a serviço do Brasil”. Outra grande cobertura realizada pelo veículo foi a do período pré e pós impeachment da presidente da República Dilma Rousseff, que perdeu o cargo após três meses de tramitação do processo iniciado no Senado e que será o objeto de análise da presente pesquisa.

O Impeachment

O processo de impeachment de Dilma Rousseff teve início em 2 de dezembro de 2015, quando o ex-presidente da Câmara dos Deputados Eduardo Cunha deu prosseguimento ao pedido de denúncia por crime de responsabilidade dos juristas Hélio Bicudo, Miguel Reale Júnior e Janaína Paschoal. Com uma duração de 273 dias, o caso se encerrou em 31 de agosto de 2016, tendo como resultado a cassação do mandato, mas sem a perda dos direitos políticos da presidente.

As acusações alegavam que a então presidente havia cometido crime pela prática das chamadas “pedaladas fiscais” e por não ter a autorização do Congresso para editar decretos de abertura de crédito e mesmo assim ter realizado, o que fez com que houvesse suplementação de mais de R\$ 95 bilhões no orçamento que teriam sido responsáveis pelo descumprimento da meta fiscal no ano de 2015.

Em uma análise das capas do período de 2 de dezembro de 2015 a 31 de agosto de 2016, período pré e pós impeachment, focaremos nas imagens, textos e títulos das capas dos jornais impressos da *Folha de S. Paulo*, para tentar entender como foram realizadas as construções das matérias, o foco e as reflexões feitas pelo veículo afim de que possamos descobrir se houve manipulação do jornal e como ela foi feita para que pudesse colaborar para que essa cassação acontecesse.

Metodologia De Pesquisa

Para a realização da pesquisa, está sendo elaborada a pesquisa bibliográfica que terá a parte teórica e bibliográfica finalizada no primeiro semestre de 2017. No segundo semestre do ano, além da conclusão da pesquisa bibliográfica, será realizada a análise das notícias de capa do jornal *Folha de S. Paulo*, de edições do período pré e pós impeachment – serão analisadas 20 capas, 10 anteriores e 10 posteriores ao acontecimento.

As 20 capas serão escolhidas conforme a relevância da notícia no período em que as coisas aconteceram para que acontecesse o impeachment, como as que possuam imagens que retratem e textos que informem, mesmo que em partes, a opinião do jornal. Toda composição estética e morfológica será analisada a fim de que sejam encontradas as maneiras utilizadas pelo veículo de expressar sua posição diante do assunto. As definições do recorte adequado ainda estão em construção e devem ser finalizadas até junho de 2017.

Perseu Abramo (2003), no livro *Padrões de Manipulação na Grande Imprensa*, traz cinco padrões de manipulação que tentaremos identificar nas capas analisadas: o “Padrão de Ocultação”, que se trata da ausência e presença dos fatos reais na produção da imprensa; o “Padrão de Fragmentação”, no qual o real é fragmentado em vários fatos particularizados e desconectados entre si; o “Padrão da Inversão”, que são declarações da

própria imprensa ou alheias que descontextualizam e destroem a realidade original; e por fim o “Padrão de Indução”, que é quando o leitor é induzido a ver o mundo como querem que ele o veja.

A estrutura do trabalho será dividida, a princípio, em três capítulos principais. O primeiro vai abordar a manipulação. O que é considerado manipulação, quais são os padrões e processos utilizados, assim como as teorias que poderão ser comprovadas ou descartadas na análise, como a instrumentalista, a organizacional e a do espelho. Nessa parte teórica, os principais autores utilizados para a referência teórica, serão Noam Chomsky e Edward Herman, Felipe Pena, Ciro Marcondes Filho, Perseu Abramo e Nelson Traquina.

No segundo capítulo abordaremos a história da *Folha de S. Paulo*, como o Projeto Folha teve importância no acontecimento das Diretas Já, a padronização de notícias utilizada pelo veículo de comunicação, a sua atuação no século XXI.

Por fim será realizada a análise das capas, com enfoque nos títulos, textos e imagens utilizados, para que possamos descobrir se houve, ou não, manipulação das informações pelo jornal no que diz respeito ao impeachment da presidente Dilma Rousseff.

Considerações Finais

Considerando que como profissional da comunicação, o jornalista deve se atentar não somente para o assunto que lhe desperta interesse, mas também a tudo o que compõe o texto, como a escolha de palavras, signos, símbolos, tempo, recurso, experiências pessoais, assim como a tentativa de pensar como o editor e buscar a compreensão de seus interesses através do produto apresentado, o resultado das análises busca confirmar como a natureza instrumental e organizacional podem resultar em transformações com proporções, como foi o caso do impeachment.

A precisão ou imprecisão das notícias, calculadas pelo editor do jornal, advém de uma análise crítica e reflexiva minuciosa dos pontos que serão analisados no trabalho e são os componentes essenciais para a realização da nossa pesquisa.

Com esses resultados, espera-se identificar se as escolhas na elaboração das capas de jornal é uma forma de indução e manipulação, de natureza comunicativa, entre o editor e o leitor.

Referências

ABRAMO, Perseu. **Padrões de Manipulação na grande imprensa**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2003.

CALDAS, Álvaro. **Deu no Jornal**; O Jornalismo Impresso na Era da Internet. São Paulo: Loyola, 2002.

FOLHA ONLINE. **História da Folha**. Disponível em:

<http://www1.folha.uol.com.br/folha/circulo/historia_folha.htm>. Acesso em: 25 abr 2017.

FRIEDLANDER, David. **A partir do jornal, Grupo Folha se diversificou e hoje tem 5 empresas**. < <http://www1.folha.uol.com.br/poder/2016/02/1744086-a-partir-do-jornal-grupo-folha-se-diversificou-e-hoje-tem-5-empresas.shtml> >. Acesso em: 25 abr 2017.

HERMAN, Edward; CHOMSKY, Noam. **A Manipulação do Público**; Política e Poder Econômico no Uso da Mídia. São Paulo: Futura, 2003. [WG1]

MARCONDES FILHO, Ciro. **Comunicação & Jornalismo**: A Saga dos cães perdidos; Armadilhas da informação. São Paulo: Hacker, 2002.

MARCONDES FILHO, Ciro. **O capital da notícia**; A Folha e as diretas-já. São Paulo: Ática, 1989.

PENA, Felipe. **Teorias do Jornalismo**. 1 ed. São Paulo: Contexto, 2005.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo**: Porque as notícias são como são. V. 1. 2.ed. Florianópolis: Insular, 2005.