

## **Gênero Utilitário: primeiros sinais na imprensa do Brasil<sup>1</sup>**

Tyciane Cronemberger Viana Vaz<sup>2</sup>

Senado Federal

### **RESUMO**

Este trabalho objetiva perceber o Gênero Utilitário nos primórdios da imprensa brasileira. Parte-se da classificação de José Marques de Melo sobre os gêneros jornalísticos, a fim de especificarmos esta modalidade dentro da prática do jornalismo impresso. Posteriormente, apresenta-se os resultados da pesquisa, realizada nas primeiras 10 edições do jornal Correio Braziliense, o primeiro a circular no país. Ao final do trabalho, percebe-se que havia produção de formas e conteúdos utilitários desde o início da imprensa no Brasil, relacionados principalmente às atividades econômicas do Brasil colônia, os avisos marítimos com registros de entrada e saídas de embarcações com mercadorias e as cotações de gêneros alimentícios, além de matérias propriamente ditas como de serviço.

**PALAVRAS-CHAVE:** Jornalismo, História da Mídia Impressa, Jornalismo Utilitário, Correio Braziliense

### **1. Jornalismo Utilitário: Breve explicação**

No modelo ocidental de jornalismo, influenciado principalmente pelas práticas norte-americanas, a mídia é reconhecida por desempenhar um papel de serviço público à sociedade, como observa Traquina (2008, p. 185): “para os profissionais das notícias, o jornalismo é sobretudo um serviço público em que os valores da autonomia e da liberdade estão no centro da sua profissão”.

Para muitos autores e também para os profissionais do campo comunicacional, jornalismo em si presta serviço público. Realiza atividades como: relatar, comentar, interpretar, orientar e divertir os cidadãos. De certo, na sua essência, o jornalismo tem a propriedade de servir o público, abastecê-lo de informações e comentários. Entretanto, há

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Gêneros Jornalísticos, XXII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, 1 evento componente do 45º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

<sup>2</sup> Tyciane Cronemberger Viana Vaz é mestre e doutora em Comunicação pela Universidade Metodista de São Paulo. 2 Graduada em Jornalismo e Pós-Graduada em Telejornalismo pela Universidade Federal do Piauí. [tycianevez@gmail.com](mailto:tycianevez@gmail.com).

---

outras formas mais diretas em que a atividade jornalística presta serviço, fornecendo ajuda e apoio na vida do indivíduo usuário da informação.

A ideia de servir o público reside profundamente nos preceitos e na prática do jornalismo. De início e acima de tudo, esforça-se em alertar seus leitores e ouvintes, para o sentido vital dos acontecimentos. Fez isto fornecendo-lhes informação na forma de seus próprios julgamentos editoriais. Além desta utilidade fundamental, o jornalismo, em todas as suas formas, fornece uma relação múltipla de auxílios especiais aos seus clientes, para tornar suas vidas mais completas, mais seguras, mais ricas, mais saudáveis, mais compensadoras. (BOND, 1962, p. 274).

A prática do jornalismo utilitário se materializa quando há divulgação de informações úteis pelo veículo jornalístico. São as mensagens de caráter utilitário que auxiliam o público em resoluções de problemas e decisões práticas do cotidiano, a quem muitos autores denominam como prática do “jornalismo de serviço”. Aqui, optamos pelo uso do termo “jornalismo utilitário”.

Em sua essência, o jornalismo utilitário é uma atividade que se propõe a elaborar uma informação útil, utilizável e prática. É útil porque tem serventia para o público ou parte dele. É utilizável, pois há chances que indivíduos tomem atitudes após o contato com os conselhos estabelecidos na mensagem. Prática, no sentido de oferecer dados que ajudam a resolver problemas do dia a dia, tomada de decisões e a perda de menos tempo e dinheiro.

O *service journalism*, expressão em inglês para denominar jornalismo de serviço e que tem o mesmo sentido de jornalismo utilitário, é definido como “uma boa comunicação em um mundo cheio de dados”, por Byron Scott (1989, p.3, tradução nossa), professor e fundador do programa de Jornalismo de Serviço, na Universidade de Missouri-Columbia, em 1986. O pesquisador da universidade norte-americana, que observa a produção do jornalismo de serviço na mídia impressa, afirma:

Leitores leem estes artigos porque fazem a diferença em suas vidas, muitas vezes, uma diferença imediata. Leitores leem porque as peças estão em suas línguas, e a partir dos seus pontos de vista. Leitores leem porque eles resolvem problemas e respondem questões e não o contrário. (SCOTT, 1989, p.3)

O jornalismo de serviço está relacionado aos interesses do leitor, resolvendo seus problemas e respondendo suas dúvidas. É dessa forma, que entendemos o jornalismo

---

utilitário, por isso, sua conceituação está relacionada a fatores práticos e facilitadores de situações cotidianas do cidadão.

Partindo também do propósito de interesse do público, Arnold & Messenger (1989, p. 4, tradução nossa), no artigo “News you can use” (Notícias que você pode usar) afirmam que essas informações centram-se “nas necessidades e preocupações dos leitores, orientadas para públicos específicos. Jornalismo de serviço vai além de fornecer informações e cria expectativa para o leitor agir”.

Em resumo, trata-se de uma mensagem que pode ser aproveitada, portanto, tem utilidade para determinado público interessado na informação. Daí a justificativa para também designarmos o termo jornalismo utilitário, pois a utilidade é um dos subsídios principais desse tipo de prática jornalística. As informações são consultoras, conselheiras, e oferecem respostas a dúvidas e prestam orientação direta e prática ao cidadão. “Ensina, previne, anima, adverte e aconselha”, (DIEZHANDINO, p.60, tradução nossa). É com propostas dessa natureza que a teoria do jornalismo utilitário se constrói.

As matérias jornalísticas que buscam prestar serviço têm componente pedagógico e cumprem as necessidades reais da comunicação, podendo ser visto como um resultado natural do jornalismo enquanto responsabilidade social, uma vez que oferece opções, propostas, soluções e variados tipos de informações úteis (TEMER, 2001, p.135).

A função principal do jornalismo utilitário é prestar serviço, orientando, aconselhando e ajudando o receptor em situações do dia a dia. Só que à medida que orienta e aconselha, o jornalismo pode provocar interferências e emissão de juízos, assim, aproximando-se da modalidade opinativa do jornalismo, ainda que seu objetivo principal não seja esse.

Por outro lado, se formos observar, as mensagens utilitárias usam, em diversas situações, a forma de relato para expressar o conteúdo, que tem uma finalidade específica e desempenha função diferente daquela puramente informativa. O jornalismo utilitário se aproxima do jornalismo informativo, pois se manifesta em forma de nota, notícia, reportagem, e até mesmo em entrevista, para expressar um conteúdo que vai além do informe, exerce função de orientar, aconselhar e prestar informação útil.

Dessa discussão, podemos dizer que as informações de cunho utilitário afetam mais diretamente os receptores se comparadas às notícias corriqueiras, por se configurar como um material prático, preciso e que induz o receptor a agir.

---

## 2. Gênero Jornalístico: Classificação Marques de Melo

A denominação "Jornalismo Utilitário" da nossa pesquisa é baseada na classificação de Marques de Melo dos gêneros jornalísticos: Informativo, Opinativo, Interpretativo, Utilitário e Diversional.

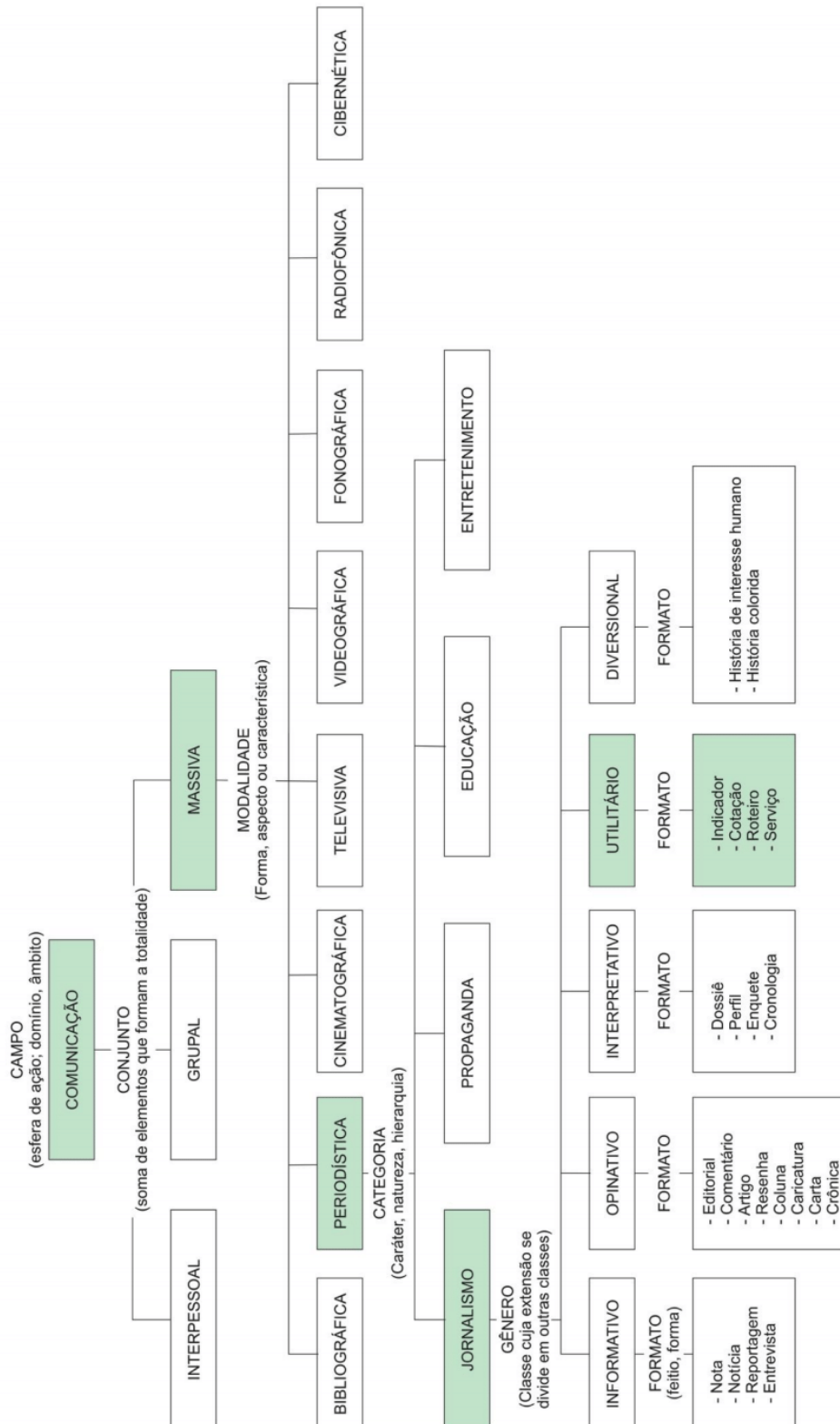
Por mais que o jornalismo contemporâneo permeie entre as categorias informativas e opinativas, há outras categorias legitimadas com colocações peculiares que se aproximam e ao mesmo tempo se distanciam das conhecidas formas da prática jornalística. Inovações em formas, expressão e conteúdo são experimentadas e coexistem com as mais conhecidas como notícias, reportagens e artigo.

Se historicamente predominam essas duas categorias no jornalismo – o informativo e o opinativo – contemporaneamente eles convivem com categorias novas que correspondem às mutações experimentadas pelos processos jornalísticos. Pelo menos essa é tendência corrente nos países capitalistas, onde o jornalismo torna-se cada dia mais um negócio poderoso e suas formas de expressão buscam equiparar-se aos padrões das mensagens não jornalísticas que fluem através dos mass media. (MARQUES DE MELO, 2003, p. 27).

Em sua taxionomia, Marques de Melo (2007) tipifica o jornalismo utilitário em:

- a) O indicador é caracterizado pelos dados fundamentais para a tomada de decisões cotidianas, cenários econômicos, meteorologia, necrologia, etc.;
- b) A cotação reflete nos dados sobre a variação dos mercados: monetários, industriais, agrícolas, terciários;
- c) O roteiro se constitui de dados indispensáveis ao consumo de bens simbólicos;
- d) O serviço é formado por informações destinadas a proteger os interesses dos usuários dos serviços públicos, bem como dos consumidores de produtos industriais ou de serviços privados.

Gráfico 1: Taxionomia dos gêneros – por Marques de Melo



### **3. Primeiros indícios: Presença no Correio Braziliense**

Partindo da conceituação do jornalismo utilitário e do pensamento de José Marques de Melo sobre essa produção jornalística, enquanto modalidade de gênero do jornalismo, realizamos uma pesquisa nas primeiras edições do Jornal Correio Braziliense como forma de identificar o início do jornalismo utilitário na imprensa brasileira. Mais conhecido entre comunicólogos e historiadores por seu caráter combativo, crítico ao sistema colonial e de cunho opinativo, é possível afirmar que há produção de jornalismo utilitário no Correio Braziliense desde o seu surgimento, aparecendo especialmente nos temas econômicos.

Desde a primeira edição, em 1808, aborda questões relativas a produtos à venda no mercado, como algodão, ouro e madeira, e ainda outros gêneros de consumo como açúcar, arroz, café, aguardente, sebo, tabaco e couro. O Correio traz cotações dos produtos do Brasil em Londres, relação de produtos e preços que deram entrada em portos de outros países e de estados brasileiros, cálculo de valores de moedas, lista de artigos para importação, entre outras informações possivelmente úteis para comerciantes que viveram à época.

Matérias sobre pagamentos de impostos também são indícios de informação utilitária do periódico. Em edições como julho de 1809 (número 14) e setembro de 1811 (número 40), o jornal apresenta aos leitores “mapas de contribuições extraordinárias”. Neles, espécies de listas com devidos valores de imposto a ser pago por profissão (advogados, escrivães, médicos, tabeliões, solicitadores, cirurgiões e boticários) e por proprietários de lojas (bacalhoeiro, mercearia, tabernas e armazéns, tendeiros, lojas de bebidas, ditas de vinho do porto, casas de câmbio, casas de bilhar, padeiro, lojas de ferragem, estanceiros e carvoarias e estalagens), indicando ao leitor o dever do pagamento de taxas.

Notória que a prestação de serviço do Correio Braziliense muitas vezes dá-se de maneira indireta, em forma de lista, mapas e tabelas, sem se apresentar como tal função. Entretanto, outras vezes o jornal deixa clara a intenção de orientação ao público.

---

Como as madeiras do Brazil pódem ser um artigo de summa ponderação no Commercio; julgamos que não será de desagrado dos nossos leitores em Londres, achar aqui alguma notícia deste artigo, que póderá servir para de algum modo guiar as especulaçoens mercantis [sic] (Correio Braziliense, n. 25, junho de 1810).

Neste texto, a editoria de Comércio e Artes apresenta uma lista de classes de madeiras de construção existentes no Brasil, sendo classificadas pelas características: fortaleza, elasticidade, gravidade, dureza e resistência. O jornal reconhece que a informação ajuda o leitor na hora de especular o valor da mercadoria.

As contribuições de teor utilitário no Correio geralmente consideram as necessidades e o contexto pelo qual está inserido o público leitor. Como prova dessa afirmação, a cultura do algodão, em pleno processo de expansão no país, é tema de um extenso material ocupando quase seis páginas na edição número 4, de setembro de 1808. São “observações sobre o algodão do Brasil para informação do cultivador”, escrita em Londres e traduzida para o jornal por motivo de “desejo de alguns negociantes do Brasil”.

Esta matéria tem claramente uma postura utilitária, pois reúne elementos textuais de caráter conselheiro, apesar da disposição do texto aproximar-se com o formato reportagem, já que relata os problemas que o algodão do Brasil está sofrendo e sua consequente desvalorização. Em Pernambuco, “a maior parte deste algodão tem gradualmente perdido a contextura fina, delicada e como de seda que constituad’ antes seu principal valor”. O Maranhão “produz um algodão grosseiros e çujo”. Ena Bahia, “os seus defeitos fôram sempre, e ainda saõ, uma grande falta na cor, o que he devido a estar mixturado ao algodão manchado, e trazerem algumas sacasementes inteiras, folhas, e outras immundicias” [sic] (Correio Braziliense, setembro de 1808, n. 4).

O texto traz elementos que vão além da estrutura descritiva, apresenta traços instrutivos, oferecendo ensinamentos e recomendações práticas. Podemos afirmar que essa é a primeira vez que a imprensa brasileira utiliza o formato serviço, destinando-se a proteger os interesses do cultivador de algodão, e assim, ajudando-o a perder menos dinheiro. Assim, matérias desse tipo, exceções na época, antecipam o vem se concretizar somente nos séculos seguintes, o jornalismo que se ocupa em dá soluções a possíveis necessidades do público.

se recommenda, que quando, se faz a colheita, haja grande cuidado em separar o algodão manchado, ou çujo, do que he perfeito; o que se poderá practiar, tendo cada trabalhador dous sacos (ou outros quaesquer vasos, que possam estar em uso) um para algodão manchado, e inferior, e outro para o superior e perfeito, em ordem a prevenir sua mixtura [...] Recommenda-se pois, que a melhor parte da colheita, em tanto quanto a natureza do trabalho o admitir ( e ainda depois de se lhe separar a semente) seja limpa e preparada para o sacco, simplesmente pela operação de se apanhar a mão, sem o uso de paos ou varas para bater e sacudir a immundicia [...] Prestando-se a devida atençaõ a estas particularidades, se augmentará consideravelmente o valor a parte principal da colheita [...] [sic] (Correio Braziliense, setembro de 1808, n. 4. Grifos nossos).

Figura 1 -Observações sobre o algodão



Fonte: Correio Braziliense.Set.1808. n. 04



#### **4. Considerações Finais**

As formas do jornalismo atual e até mesmo aquelas que se destacam como tendência para o futuro são resultantes de uma evolução histórica, envolvendo o processo de produção da informação jornalística. Os gêneros surgem como um resultado de uma combinação de transformações contextuais e estão relacionados à cultura ao qual se desenvolvem.

Para entendermos o processo de surgimento e evolução do gênero utilitário, foi preciso traçar um percurso histórico na imprensa brasileira. Dessa forma, para que pudessem ter o momento e contextos em que se deu a entrada dos elementos utilitários que compõem o gênero em questão.

No Brasil, o gênero utilitário foi reconhecido academicamente na década de 1990, quando Marques de Melo apresenta sua taxionomia dos gêneros jornalísticos. “O vulto de matérias que focalizavam ‘serviços’ não mais cabia no formato ‘nota’ do gênero informativo, sinalizando a emergência do gênero utilitário” (MARQUES DE MELO, 2012, p. 233).

Apesar do seu reconhecimento tardio, suas raízes coincidem com as primeiras publicações impressas no ano de 1808, e o seu progresso tem marcas intrínsecas ao contexto socioeconômico e cultural.

As atividades do Brasil colônia, à época o país era importante produtor agrícola mundial - inicialmente com cana de açúcar, posteriormente com o café - refletem em publicações na imprensa, resultando em formas do gênero utilitário como: os avisos marítimos com registros de entrada e saídas de embarcações com mercadorias e as cotações de gêneros alimentícios, além de matérias propriamente ditas como de serviço.

#### **Referências Bibliográficas**

ARNOLD, M.; MESSENGER, J. News you can use. A teaching unit for service journalism. In: Communication Journalism Education Today. Vol. 23. Issue 2. Journalism Education Association: Manhattan, 1989. pp.4-6.

BOND, F. F. Introdução ao Jornalismo: uma análise do quarto poder em todas as suas formas. 2ª ed. Rio de Janeiro: Agir, 1962.

DIEZHANDINO, M. P. Periodismo de Servicio: La utilidad como complemento

informativo en Time, Newsweek y U.S. News and World Report, y unos apuntes del caso español. Barcelona: Bosch Comunicación, 1994. 214p.

MARQUES DE MELO, J. Jornalismo Opinativo: gêneros opinativos no jornalismo brasileiro. 3ª ed. Campos do Jordão: Mantiqueira, 2003.

\_\_\_\_\_. Gêneros de Comunicação Massiva. São Bernardo do Campo: Metodista, 2007.  
[Notas de Aula]

\_\_\_\_\_. História do jornalismo: Itinerário crítico, mosaico contextual. São Paulo: Paulus, 2012.

SCOTT, B. What is service journalism? In: Communication Journalism Education Today. Vol. 23. Issue 2. Journalism Education Association: Manhattan, 1989. p.3.

TEMER, A. C. P. Notícias e Serviços: nos telejornais da Rede Globo. 2001. Tese (Doutorado em Comunicação Social) - Universidade Metodista de São Paulo. São Bernardo do Campo.

TRAQUINA, N. Teorias do jornalismo. A tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional. Florianópolis: Insular, 2.ed. 2008.