



As preferências políticas assumidas pelos jornais paraibanos: primeiras investigações¹

Clara CÂMARA²
Universidade Federal da Paraíba, PB

RESUMO

Os donos dos maiores grupos de comunicação da Paraíba revelam trajetórias que estão intimamente ligadas à política local. Relações partidárias assumidas, porém, não são suficientes para traçar uma análise sobre a influência das preferências políticas na produção das notícias, especificamente as que cobrem a própria política. Sabendo disso, este artigo foca nos outros fatores que devem guiar essa análise, além de propor uma discussão inicial sobre o papel atual do jornalismo político.

PALAVRAS-CHAVE: jornalismo político; poder, Paraíba, comunicação

INTRODUÇÃO

O presente artigo trata de um assunto discutido em uma dissertação de mestrado em andamento na Universidade Federal da Paraíba. Sob o título, ainda provisório, de ‘As preferências políticas assumidas pelos jornais paraibanos: uma análise do período pré e pós-eleições estaduais de 2010’, a investigação se debruça sobre a questão da explicitação das preferências políticas dos donos dos principais grupos de comunicação do estado da Paraíba nas notícias veiculadas em seus jornais. O período analisado é a conturbada eleição de 2010, que trouxe um novo alinhamento de alianças políticas e, conseqüentemente, novas preferências de enfoque na mídia.

No entanto, neste artigo, trataremos das primeiras investigações teóricas que levantamos sobre a questão da íntima relação que a política tem com a mídia e o que deve ser levado em consideração ao analisar esse entrelaçamento e suas conseqüências para a produção midiática. Para isso, em um primeiro momento, vamos fazer um breve panorama sobre quais são os principais grupos de comunicação do estado e como seus donos se relacionam, de forma direta, com a política local.

¹ Trabalho apresentado no DT 8 – Estudos Interdisciplinares do XV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 12 a 14 de junho de 2013.

² Mestranda do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal da Paraíba, email: claraknox@gmail.com.



Em um segundo momento deste artigo, apresentaremos as questões que devem ser somadas nessa análise. Afinal, não se pode afirmar que há uma relação de benefício entre os grupos paraibanos em detrimento de alguns políticos ou grupos apenas baseado na trajetória de seus donos.

Por último, faremos uma reflexão sobre o papel atual do jornalismo político, diante do jogo de poder e diante das expectativas que emanam do próprio dever jornalístico. Focamos nessa área específica de cobertura por entender que é a que mais sofre influência desses fatores. Dessa forma, tentamos provocar o seguinte questionamento: se no próprio exercício jornalístico há a presunção de um papel político, o que poderíamos dizer sobre o jornalismo político, cujas pautas se destinam, prioritariamente, a cobrir os acontecimentos do campo de tomada de decisões e inflamam ainda mais esse caráter de arbitragem?

1 Apresentação dos grupos paraibanos

A mídia paraibana, pode-se dizer, é composta por dois grupos de comunicação extremamente fortes e influentes, que têm veículos em todos os segmentos: internet, jornal impresso, televisão e rádio. Isso não significa, no entanto, que não hajam outros veículos fora desses grupos, mas não há nenhum que faça frente, em tamanho e influência, aos que descreveremos a seguir.

É importante perceber que, além de deterem a maior parte da produção midiática do estado, esses grupos também estão relacionados com a política local. Seus donos, como veremos, são personagens com passagem pela política e que até hoje, acreditamos, atuam de forma indireta nas decisões políticas da Paraíba.

2.1 A Rede Paraíba de Comunicação

A Rede Paraíba de Comunicação é comandada por José Carlos da Silva Júnior e seu filho, Eduardo Carlos. O grupo detém, entre outros veículos, as TVs Paraíba e Cabo Branco, afiliadas da Rede Globo em Campina Grande e João Pessoa, respectivamente. As rádios Cabo Branco FM, Paraíba FM, o portal G1 Paraíba e o Jornal da Paraíba também fazem parte do arsenal de mídias do grupo.

Senador pelo PMDB por dois mandatos, de 1996 a 1997 e em 1999, José Carlos da Silva Júnior também foi primeiro suplente do senador Ronaldo Cunha Lima e chegou a exercer o mandato durante 90 dias, quando Ronaldo se afastou por motivos de saúde.



Também foi vice-governador do Estado, na época em que Ronaldo Cunha Lima estava no poder, entre 1991 e 1994.

2.2 O Sistema Correio de Comunicação

O Sistema Correio de Comunicação, atualmente, é formado pela TV Correio, afiliada da Rede Record na Paraíba, pelo Jornal Correio da Paraíba, o Portal Correio e algumas rádios, como a Mix, 98 FM e a Correio JP Sat.

O proprietário do Sistema é o empresário e senador Roberto Cavalcanti, hoje ligado ao PRB, que assumiu o lugar do também ex-governador do Estado, José Targino Maranhão (PMDB), no Senado.

Atualmente, esses personagens acima citados não estão mais na cena política paraibana. Ronaldo Cunha Lima faleceu em 2012, e José Maranhão não ocupa, até a presente data, cargo político ligado diretamente ao estado. No entanto, as vinculações de hoje recebem, direta ou indiretamente, influência dessas de outrora. É o caso do atual governador do estado, Ricardo Coutinho (PSB), que acabou ocupando o lugar de predileção que José Maranhão tinha perante o Sistema Correio.

Por outro lado, a Rede Paraíba protagonizou uma verdadeira guerra contra Ricardo em meados de 2011, apesar do apoio a um de seus grandes aliados, Cássio Cunha Lima, em diversos momentos. São novos entrelaçamentos, mas que apenas evidenciam a antiga questão da relação da mídia com a política.

Então, ao analisar esses meios de comunicação, percebemos que eles estão intimamente ligados aos principais personagens da história política da região. Observamos, dessa forma, que esses fatores políticos desembocam na produção jornalística. São preferências e convicções de seus diretores que se refletem na produção jornalística de seus principais veículos de comunicação. Remetemos o conceito de notícia proposto por Marcondes Filho (1986), que enfatiza a manipulação sofrida pela notícia:

Notícia é a informação transformada em mercadoria com todos os seus apelos estéticos, emocionais e sensacionais; para isso a informação sofre um tratamento que a adapta às normas mercadológicas de generalização, padronização, simplificação e negação do subjetivismo. Além do mais, ela é um meio de manipulação ideológica de grupos de poder social e uma forma de poder político. (MARCONDES FILHO, 1986, p.13)

Compreendemos, com isso, o papel da mídia na construção da realidade, já que é



a partir das informações repassadas por esses meios de comunicação que visamos analisar que o público leitor tem acesso aos acontecimentos cotidianos. Retratados de forma fracionada, repletos de influências políticas e econômicas, essas informações, apesar de partirem do mesmo fato, constroem significações diferentes. Os meios de comunicação, como os jornais aqui apresentados, são responsáveis por definir quais acontecimentos são significativos para a população e além de “oferecem interpretações poderosas acerca da forma de compreender estes acontecimentos. Implícitas nessas interpretações estão as orientações relativas aos acontecimentos e pessoas ou grupos nelas envolvidos”. (HALL et al., 1993, p. 228)

2 Suportes teóricos

Em sua explicação sobre a Teoria Organizacional da notícia, Traquina (2001) expõe os estudos realizados por Warren Breed que, com seu livro “Controle social da redação: uma análise funcional”, tornaria-se o expoente da teoria. Para Breed, a atividade profissional do jornalista sofre constrangimentos no próprio ambiente de produção, nas redações. A organização da empresa de comunicação, sua política editorial e suas regras, seriam absorvidas pelos profissionais com o tempo.

Basicamente, a aprendizagem da política editorial é um processo através do qual o novato descobre e interioriza os direitos e as obrigações de seu estatuto, bem como as suas normas e valores. Aprende a antever aquilo que se espera dele (...) (BREED apud TRAQUINA, 2001, p.72)

Nossa proposta de trabalho se debruça sobre essas normas e valores citados por Breed, que são repassados para os jornalistas. Mais especificamente, focamos em como elas aparecem no resultado final da produção, ou seja, nas páginas dos jornais. Isso porque acreditamos que as notícias veiculadas pelos meios de comunicação da Paraíba sofrem influência dos interesses políticos de seus donos. Como pontua Traquina (2001), de acordo com a Teoria Organizacional, “as notícias são o resultado de processos de interação social que têm lugar dentro da empresa jornalística” (TRAQUINA, 2001, p.77).

Para compreender melhor essas questões, necessitamos, primeiramente, destrinchar o conceito de *newsmaking*, que, como o próprio nome sugere, aborda pesquisas voltadas para a produção das notícias. Como Alfredo Vizeu (2005) aponta em



seu livro “Decidindo o que é notícia: os bastidores do telejornalismo”, ao citar Motta (1995) a notícia é fruto de uma construção social, que engloba diversos fatores.

A mensagem é um produto socialmente produzido. Nesse sentido, entendemos que é preciso concentrar-se no processo de produção destas mensagens. Em outras palavras, se a notícia é um produto gerado por um processo historicamente condicionado – o contexto social da produção e suas relações organizacionais, econômicas e culturais –, somente a análise desse processo vai permitir uma maior compreensão da realidade social do processo (MOTTA apud VIZEU, 2005, p. 76)

3 Muito além das alianças políticas

A análise que propomos não pode ser feita de maneira simplista, supondo apenas que as manipulações e coerções sofridas pelas notícias são resultado do poder exercido pelos donos dos sistemas de comunicação aqui expostos. Como lembra Albuquerque (1998), não se pode limitar apenas ao enfoque de fatores extra-jornalísticos – como os interesses políticos/econômicos das organizações noticiosas na cobertura da política, é preciso também “considerar mais profundamente questões relativas ao próprio processo de produção da notícia” (ALBUQUERQUE, 1998, p. 12).

Ainda de acordo com o autor “a não consideração de questões referentes à organização da produção da notícia e das concepções de noticiabilidade dos jornalistas impede que se discuta mais profundamente o próprio problema da manipulação da notícia” (ALBUQUERQUE, 1998, p. 12).

Por isso, sabemos, é preciso focar também na necessidade de levantar as minúcias em relação à produção das notícias, como a relação entre jornalistas e fontes, as pressões sofridas pelos profissionais, bem como o contexto em que as notícias foram produzidas, histórico das empresas investigadas e suas ligações com a política paraibana e seus personagens.

Para esse levantamento, faz-se necessária uma abordagem multidisciplinar. Como um dos representantes dos *Cultural Studies*, Douglas Kellner (2001) comenta a importância de não se limitar à análise pura e simples de um texto, sem que se recorra aos aspectos intrínsecos de sua escrita:

As abordagens interdisciplinares à cultura e à sociedade transpõem os limites existentes entre várias disciplinas acadêmicas. Em particular, propugnam que não nos devemos deter nos confins de um texto, mas



devemos procurar saber como ele se encaixa nos sistemas de produção textual e de que modo vários textos fazem parte de sistemas de gêneros ou tipos de produção e têm uma construção intertextual. (KELLNER, 2001, p. 42)

Os Estudos Culturais, segundo Kellner (2001), partem do pressuposto de que para teorizar algo tão complexo e permeado por contradições como a mídia, e as comunicações em geral, é preciso recorrer a múltiplas e distintas disciplinas. Para o autor são esses estudos que “demonstram como essas produções (midiáticas) servem de instrumento de dominação, mas também oferecem recursos para resistência e mudança” (KELLNER, 2001, p. 43).

A dominação de que Kellner (2001) fala é veiculada pela cultura da mídia³, que legitima o poder exercido pela hegemonia na medida em que projeta em seus meios de comunicação as ideias e interesses das classes dominantes, que, por sua vez, ajudariam a “reiterar relações vigentes de poder, ao mesmo tempo que fornece instrumental para a construção de identidades e fortalecimento, resistência e luta” (KELLNER, 2001, p. 10).

Os Estudos Culturais desenvolvem modelos teóricos a partir do “relacionamento” entre a economia, o Estado, a sociedade, a cultura e a vida diária, dependendo das problemáticas da teoria social contemporânea. Da teoria pós-moderna, os Estudos Culturais “bebem na fonte” de subversão da distinção entre cultura inferior e superior (diferentemente da Escola de Frankfurt⁴) e, assim, valorizam formas culturais como o cinema, a televisão e a música popular, deixadas de lado pelas abordagens anteriores que tendiam a utilizar a teoria literária para analisar as formas culturais, focalizando aspectos, apenas, nas produções da cultura superior. A importância dos Estudos Culturais britânicos está no fato de destacar a relevância da cultura da mídia e do modo como ela está implicada nos processos de dominação e resistência.

Como autor vinculado à corrente, Kellner (2001) é, portanto, um intelectual “político”, no sentido de tentar estabelecer conexões entre os textos –os textos midiáticos – e a abordagem política - com que linha de pensamento político alguns textos dialogam, como certas imagens servem de instrumento de manipulação/dominação, de que forma podemos entender que as dinâmicas de

³ Em resumo, o autor conceitua a Cultura da Mídia da seguinte forma: “Há uma cultura veiculada pela mídia cujas imagens, sons e espetáculos ajudam a urdir o tecido da vida cotidiana, dominando o tempo de lazer, modelando opiniões políticas e comportamentos sociais, e fornecendo o material com que as pessoas forjam sua identidade” (KELLNER, 2001, p. 9)

⁴ Para estudos aprofundados sobre a Escola de Frankfurt e as questões ligadas à Indústria Cultural, ler o trabalho de T. Adorno e M. Horkheimer.



linguagem da mídia dizem respeito a jogos de forças de grupos que detêm o que podemos chamar de hegemonia.

Com a questão da hegemonia, muito presente nas observações dos Estudos Culturais, faz-se necessário uma análise do conceito dado por Gramsci e tomado por um dos grandes representantes da tradição cultural, Stuart Hall. De acordo com o autor, o ponto de vista hegemônico é aquele que:

define dentro de seus termos o horizonte mental, o universo de significados possíveis e de todo um setor de relações em uma sociedade ou cultura; e (b) que carrega consigo o selo da legitimidade – parece coincidir com o que é ‘natural’, ‘inevitável’ ou ‘óbvio’ a respeito da ordem social. (HALL, 2003, p. 400-401)

É dessa forma que o que se veicula é posto como consenso, como lembra Albuquerque (1998), que menciona Hall ao afirmar que a hegemonia pode ser identificada quando setores da classe dominante, mais do que dirigir, conduzem a sociedade. Os setores da classe dominante, então:

não somente possuem poder para coagir, mas o organizam ativamente de modo a comandar e conquistar o consenso das classes subordinadas para as suas contínuas oscilações. (HALL apud ALBUQUERQUE, 1998, p. 15)

Como pontuou Kellner (2001), ao tratar da produção de notícias e, mais ainda, ao examinar as relações de poder imbricadas nos textos veiculados pela mídia, é preciso recorrer a uma abordagem que abarque distintas disciplinas, já que o tema é complexo e exige o diálogo de pensamentos e opiniões diferentes, que se completam.

4 O papel do jornalismo político

Ao investigar a forma como o jornalismo político paraibano se apresenta, com intensa influência das relações políticas locais, pensamos, por consequência, no papel que esse jornalismo desempenha na sociedade. A questão do jornalismo como uma instituição acima de julgamentos e capaz de apontar as mazelas da sociedade esbarra em uma apuração enviesada, com marcas de preferências e com objetivos que passam longe do ativismo cívico do campo da idealização.

De acordo com o código de ética da profissão, está entre os deveres do jornalista brasileiro a oposição ao arbítrio, ao autoritarismo e à opressão, assim como a defesa dos direitos do cidadão e o combate e denúncia de todas as formas de corrupção. Como



podemos observar, há uma cobrança por parte dos próprios profissionais para colocar o exercício jornalístico como um poder capaz de observar, vigiar e apontar as injustiças e mazelas que atormentam a nossa sociedade.

Não é à toa que a mídia clama para si a nomenclatura de Quarto Poder, o que tem a capacidade de acompanhar e fiscalizar os outros três poderes constitutivos do Estado democrático: Executivo, Legislativo e Judiciário. Apesar de ser uma nomenclatura de uso frequente, cabe aqui uma explicação mais aprofundada sobre sua origem e características localizadas no espaço brasileiro.

Para esses esclarecimentos, recorremos a Albuquerque (2010), em seu artigo sobre as diferentes faces desse Quarto Poder. Para o autor, o papel que o jornalismo brasileiro se propõe a desempenhar é o de um Poder Moderador, que está ligado à arbitragem dos conflitos entre os três poderes e à defesa do interesse público. Dessa forma, ele destaca que:

O que torna o caso brasileiro excepcional é o fato de que, nele, o jornalismo concilia um papel político ativo com a reivindicação do exercício de um lugar transcendental em relação às forças políticas particulares, típico daquele encontrado no modelo americano do jornalismo objetivo. (ALBUQUERQUE, 2010, p. 101)

É esse poder moderador que estimula o caráter denunciante e vigilante do jornalismo brasileiro. De acordo com o autor, “com base nele, a imprensa brasileira reivindica o papel de árbitro transcendente dos conflitos políticos e intérprete por excelência dos interesses nacionais” (ALBUQUERQUE, 2010, p. 102). Esclarecida a questão do papel do jornalismo, podemos pensar nos aspectos específicos da cobertura política pelos profissionais de imprensa do país.

De forma geral, o que torna problemático pensar nesse ponto é que os grandes veículos de comunicação estão atrelados, acima de tudo, a uma empresa. A lógica dos interesses econômicos – e também políticos, como vimos – dos donos dessas empresas é que movimentam o mercado da informação, deixando outros predicados em segundo plano.

Sabemos hoje que os processos decisórios nas seleções das notícias não estão restritos às redações de jornais, entre repórteres e editores mas se submetem aos serviços das estratégias de pessoas e organizações com vista à influência da cobertura jornalística (lobbies, políticos, publicidade, etc). (ADGHIRNI, 2005, p.46)



Isso posto, percebemos que o atual papel da específica cobertura política pelos veículos de comunicação também se submete a essa lógica. Mas, por outro lado, a moderna indústria da informação, seja envolvida pelos interesses empresariais ou não, também foi capaz de ampliar o discurso político, antes elitizado e extremamente dirigido.

Apontamentos finais

Esse artigo se ocupou dos aspectos preliminares para a pesquisa sobre o jornalismo político da Paraíba, em especial sobre a influência das preferências políticas dos donos dos grupos de comunicação do estado na produção de notícias. Como podemos perceber, a análise do atual jornalismo político não é tão simples quanto parece. Apesar da influência que as preferências políticas dos donos dos grupos de comunicação podem exercer sobre a produção jornalística, esse não pode ser o único fator a ser levado em consideração.

Aqui, apresentamos um caso específico, o da cobertura política paraibana, que é marcada pela íntima relação que os donos dos maiores grupos de comunicação do estado mantêm com a política, tendo feito parte, inclusive, da trajetória política local. Mesmo assim, alertamos para o fato de que apenas essas relações não são suficientes para determinar a fragilidade da cobertura jornalística na Paraíba. Precisamos contextualizar e avaliar os fatores econômicos, sociais e de produção da notícia. Só assim teremos uma análise profunda da real participação dos interesses políticos dos donos dos grupos de comunicação nas notícias.

. Sabendo que esses interesses existem e influenciam, em certa medida, a produção de notícias, também nos ocupamos de desenhar um papel para o jornalismo político atual. Afinal, se o jornalismo sempre foi identificado como o defensor da cidadania e vigia dos poderes políticos, como poderia manter esse caráter imaculado com uma relação tão íntima com o poder? De fato, se essa característica não combina mais tanto assim com o fazer jornalístico, não podemos pensar que ele não traz outros benefícios.



REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFIAS

ADGHIRNI, Zélia Leal. “O jornalista: do mito ao mercado”. In: Estudos em Jornalismo e Mídia. Vol. II, nº 1 - 1º Semestre de 2005. Disponível em: <<http://150.162.1.115/index.php/jornalismo/article/view/2088/1828>> Acesso em: abr/2013.

ALBUQUERQUE, Afonso de. “Manipulação editorial e produção da notícia: dois paradigmas da análise da cobertura jornalística da política”. In: *Produção e Recepção dos Sentidos Midiáticos*. Petrópolis: Editora Vozes, 1998, p. 9-27

_____. As três faces do Quarto Poder. In: *Mídia, representação e democracia*. São Paulo: Hucitec, 2010.

MARCONDES FILHO, Ciro. O capital da notícia: jornalismo como produção social de segunda natureza. São Paulo: Ática, 1986.

HALL, Stuart. Codificação/Decodificação. In: SOVIK, Liv (org.). Da diáspora. Identidades e mediações culturais. Belo Horizonte: Ed. da UFMG, 2003.

HALL, S. Et Al. “A produção social das notícias: o *mugging* nos media”. In: *Jornalismo: questões teorias e estórias*. Vega: Lisboa, 1993. p. 224-448.

KELLNER, Douglas. **A Cultura da Mídia**. Bauru: EDUSC, 2001.

TRAQUINA, Nelson. **O estudo do jornalismo no século XX**. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2001.

VIZEU, Alfredo. **Decidindo o que é notícia**: os bastidores do telejornalismo. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2005.