

A ÉTICA DE MERCADO NA PRODUÇÃO NOTICIOSA DO JORNAL *FOLHA DE S. PAULO*¹

Antonio Teixeira de BARROS²

- RESUMO: Analisa-se a produção noticiosa da *Folha de S. Paulo-FSP*, com ênfase para a aplicação do conceito de notícia do jornal e do Projeto Folha, em sua prática atual. Detectam-se as principais formas de falseamento da informação. Adota-se a concepção crítica de notícia, englobando conceitos que a consideram como informação transformada em mercadoria. Pressupõe-se, basicamente, que tanto o conceito de notícia da FSP como os critérios de produção noticiosa do Projeto Folha constituem, essencialmente, estratégia de marketing, atrelada à ética de mercado que rege o jornal. Empregam-se as técnicas de *pesquisa documental* e *análise de conteúdo*. Utiliza-se amostra constituída de 12 edições da FSP, no período de 1 a 12 de abril de 1992. Confirma-se, parcialmente, a pressuposição básica. Identificam-se, como principais formas de manipulação: "espetacularização", "fragmentação", "personalização" e "política do destaque e da supressão da informação".
- UNITERMOS: Sociologia da comunicação; organização capitalista da imprensa; imprensa e capitalismo; deformação da notícia; *Folha de S. Paulo*; Projeto Folha.

Introdução

A imprensa surge como elemento correlato ao desenvolvimento comercial, no "outono" da Idade Média, na Europa, com o declínio da ordem feudal e a ascensão da burguesia. Com a Revolução Industrial e o advento da fotografia e do folhetim, o volume de mensagens impressas torna-se cada vez maior. Com o fortalecimento da sociedade industrial, as instituições jornalísticas consolidam-se como empresas capitalistas, cujo objetivo básico passa a ser o lucro, baseado na concepção liberal da eficiência e racionalidade técnico-operacional.

No Brasil, esse processo de organização capitalista da imprensa inicia-se tardiamente, devido às especificidades do processo político-econômico do país. Com a chegada da família real lusitana em 1808 e a implantação da imprensa régia, surgem

1. Extraído do trabalho final "A notícia no contexto da organização capitalista da imprensa no Brasil: o exemplo da Folha de S. Paulo", para obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social pela UFPI, 1992.

2. Mestrando em Comunicação na Universidade de Brasília - UnB - 70910-900 - Brasília - DF.

os primeiros periódicos nos principais centros urbanos. Mas só no fim do século XIX e início do século XX é que aparecem os grandes jornais de fisionomia capitalista.

Durante o surto industrial que sucede à Primeira Guerra Mundial, aparecem três jornais, em particular, que marcariam a consolidação da imprensa como empresa capitalista: *Folha da Manhã*, *Folha da Tarde* e *Folha da Noite*, editados pela empresa Folha da Manhã, fundidos em um só, sob o título *Folha de S. Paulo* (Folha-FSP), em 1960.

Além de ser considerado por Silva (1988) o veículo impresso que registra o maior crescimento na circulação e no volume da publicidade na última década, na história da imprensa brasileira, a FSP foi o primeiro jornal, no país, a assumir publicamente sua identidade de empresa capitalista. Adota a concepção de jornalismo como negócio e não mais como mera produção simbólica, de natureza política, somente, utilizando estratégias editoriais baseadas na prestação de serviços, no apartidarismo. Com isso, evidencia-se, no contexto da organização capitalista da imprensa no Brasil, a concepção de notícia como um bem de consumo diário e não apenas "público", de "interesse social". O jornal passa, então, a ser regido por uma "ética de mercado", cujo objetivo maior é o lucro da empresa.

Com o fortalecimento gradativo da sociedade industrial, em nível internacional e nacional, a notícia passa a ser considerada "produto de primeira necessidade", que permite aos indivíduos desempenhar seu papel de cidadãos e tomar decisões "fundamentalmente racionais" para definir sua linha de conduta (Comissão Internacional para o Estudo dos Problemas da Comunicação, 1983).

Dentre os vários conceitos de notícia pertencentes à perspectiva crítica, este trabalho apóia-se, principalmente, na concepção de Marcondes Filho (1989). Para ele, a notícia é a informação transformada em mercadoria, com todos os seus apelos estéticos, emocionais e sensacionais, adequada às normas mercadológicas de generalização, padronização, simplificação e negação da subjetividade, a fim de atender aos propósitos de manipulação ideológica do jogo de forças da sociedade, conforme a lógica de mercado.

Valendo-se dessa perspectiva, este trabalho visa, basicamente, a verificar como se dá a aplicação do conceito de notícia do jornal *Folha de S. Paulo* em sua prática cotidiana, com base na concepção crítica de notícia. A partir desse objetivo central, pretende-se ainda analisar, com base na literatura vigente, até que ponto o Projeto Folha norteia a produção de notícias da FSP atualmente e, também, detectar as principais formas de manipulação da notícia na FSP.

As justificativas e objetivos enunciados fundamentam-se nas seguintes hipóteses:

a) o conceito de notícia da *Folha*, no que se refere aos critérios de importância da notícia ("puro registro dos fatos") - *ineditismo*, *improbabilidade*, *interesse*, *apelo* e *empatia* -, representa estratégia de cunho comercial, atrelada à ética de mercado que rege o jornal;

b) a ética mercadológica tende a dissimular o reforço de concepções preestabelecidas, a fim de reforçar os valores e idéias que compõem o arcabouço da hegemonia do imaginário social;

c) essas concepções são camufladas por meio de um recurso que assume a aparência de um mero conjunto de normas internas da Redação e de uma política editorial, expressas no *Manual geral da redação* e no *Novo manual da redação* (Folha de S. Paulo, 1987, 1992) e no Projeto Folha (Silva, 1988; Folha de S. Paulo, 1992). Essa dissimulação operacionaliza-se na forma de elaboração do conteúdo noticioso, ocorrendo "espetacularização", "fragmentação", "personalização". Há, portanto, uma contradição explícita entre o assumido caráter imparcial e comercial da *Folha* e a formulação de uma política editorial aparentemente neutra, fundamentada, teoricamente, nos seis princípios norteadores do Projeto Folha: *apartidarismo, pluralismo, modernidade, criticidade, didatismo e serviços*.

Para a consecução dos objetivos, inicialmente, apresentam-se breves informações de cunho histórico-sociológico sobre a consolidação da imprensa como grande empresa capitalista nas sociedades contemporâneas em geral e no Brasil, em particular. Enfoca-se o jornal *Folha de S. Paulo*, como um dos representantes da imprensa capitalista no país, com ênfase para o Projeto Folha. Seguem a descrição da metodologia empregada e sua operacionalização na análise das primeiras páginas da *Folha*, que compõem a amostra. Após a discussão dos resultados, apresentam-se as conclusões e a bibliografia consultada.

As contradições da organização da imprensa

Autores como Dines (1986), Genro Filho (1987), Geyrhofer (1984), Habermas (1984), Lage (1987), Marcondes Filho (1989) e Ortiz (1991) são unânimes quanto à correlação da imprensa com o modo de produção capitalista. Trata-se de uma correlação complexa, que exige referenciais histórico-sociológicos para esclarecê-la. Esta pesquisa limita-se aos aspectos básicos para o desenvolvimento do tema.

No "outono" da Idade Média, na Europa, acelera-se o processo de desenvolvimento da sociedade burguesa, com o crescente declínio da ordem e dos valores feudais. A burguesia, mesmo desprovida de poder político, toma consciência de seu papel no desenvolvimento econômico, na geração de riquezas. Outro fator importante para sua caracterização como classe determinada e antagônica à nobreza feudal é a rejeição gradual das concepções, regras e valores impostos pelos nobres e pelo clero, que integram a classe dominante de então.

Assim, os primeiros empreendimentos em termos de difusão de informações, as cartas-jornais, não representam iniciativa da classe dominante, mas da burguesia, a classe que vive à margem do processo de decisões políticas. O avanço do comércio, atividade econômica própria dos burgueses, constitui o berço da imprensa. É a

expansão da economia de mercado, ainda em sua forma mercantil, que condiciona o aparecimento do jornal nos centros urbanos mais desenvolvidos da época, como Antuérpia, Praga, Estrasburgo e outros.

Mas é com a Revolução Industrial que a imprensa toma novo impulso e assume outra dimensão, como decorrência das transformações nos meios de produção, no sistema fabril e no comércio. A ampliação do mercado interno nos países europeus proporciona a base geral para uma economia industrializada em grande escala. Com o processo de urbanização, estimula-se a expansão dos transportes terrestres, sobretudo as ferrovias, elemento básico para a exploração e comercialização do carvão e para inovações tecnológicas no setor fabril, aumentando a produtividade, reduzindo os custos da produção... A principal consequência disso foi a maximização do capital, de que trata Hobsbawn (1986).

Por apresentar conotação de serviço público, mas se organizar sob a lógica de mercado, a imprensa apresenta alguns paradoxos. É Chauí (1986) quem analisa em profundidade essa questão, destacando três "tempos" que mais evidenciam esses paradoxos: o "tempo da isegoria", o "tempo da opinião pública liberal" e o "tempo da objetividade".

O primeiro baseia-se no princípio do exercício da cidadania e da liberdade de expressão, remetendo à concepção de democracia na Grécia antiga, onde o exercício da isegoria consistia no debate público das questões políticas e assuntos de interesse dos cidadãos que faziam da *polis* um "fórum de deliberação e decisão política". No jornalismo atual, isso corresponde ao espaço destinado à opinião dos leitores - cartas, telefonemas, artigos assinados - e, cada vez mais amplamente, à inclusão do *ombudsman*, profissional que representa o leitor dentro da empresa jornalística. No caso do Brasil, a *Folha de S. Paulo* instituiu essa função, em 1989, como a primeira experiência no país.

Só que, nessa perspectiva, não existe de fato isegoria, pois a imprensa não constitui um "fórum de deliberação e decisão política". Para Chauí (1986), o expediente da opinião no jornalismo funciona como um mecanismo para manter a aparência democrática da imprensa, dissimulando sua vinculação com a esfera do poder.

O "tempo da opinião pública liberal" diz respeito à empresa privada como expressão de interesses particulares regulados pelo mercado e pelo Estado. Consiste em uma tentativa do liberalismo de resgatar a noção de isegoria mediante a idéia de opinião pública, o que constitui "resgate precário e quase impossível" (Chauí, 1986a, p. 6). Isso porque a opinião pública liberal nada mais é do que a opinião privada dos proprietários das empresas jornalísticas, enquanto membros da sociedade civil que se relacionam tanto com o Estado como com o mercado, na condição de empresários, com interesses específicos. É na chamada política editorial que esse "tempo liberal" se efetiva, com a escolha e a seleção dos assuntos e das fontes.

O outro "tempo", o da "objetividade", é constituído com base em técnicas específicas para abstrair da realidade a "informação pura", "isenta" de subjetividade. O eixo desse "tempo" é o marketing jornalístico e suas técnicas de forjar o "real", por

meio de recursos para "falsear" e "encobrir" as informações, o que faz do jornalismo uma atividade artificializante, "produção de segunda natureza" (Marcondes Filho, 1989). Esses três "tempos" são conflitantes dentro e fora do jornal, pois o primeiro diz respeito ao direito à informação e à opinião, enquanto o segundo refere-se à identidade privada da empresa, como expressão de interesses particulares regulados pelo mercado e pela esfera pública do poder. Já o terceiro concerne ao "discurso competente", fundamentado na padronização técnica do fazer jornalístico, pretensamente objetivo.

Ao tempo em que a imprensa alinha-se à lógica do capital, mais vulnerável ela se torna, pois tende a atrelar-se aos interesses econômicos e políticos inerentes à lógica de mercado (Habermas, 1984). Daí resultam as diversas formas de "falseamento" da informação, classificadas por Marcondes Filho (1989) em: fragmentação, personalização, uso da técnica e da lingüística e política do destaque e supressão da informação. A Comissão Internacional para o Estudo dos Problemas da Comunicação (1983) destaca outras formas de deformação do conteúdo informativo na sociedade burguesa, dentre elas a espetacularização.

A *fragmentação* é a forma de disposição do mundo na perspectiva burguesa. Por meio desse mecanismo, as notícias são dissociadas do seu contexto, apresentando-se como dados soltos. Resulta do processo de alienação do trabalho, em que ocorre uma ruptura entre o homem e o produto de sua atividade. Ao ser fragmentada, a notícia contribui para a formação de mentalidades que percebem a realidade social de forma desconexa e impede a compreensão da complexidade das relações sociais.

A *personalização* dos fatos sociais constitui o núcleo da explicação histórica burguesa, em que a história figura como a soma de ações de indivíduos determinados, subtraindo a participação das classes sociais. O enfoque dado aos "protagonistas" dos fatos varia conforme os interesses de quem emite a informação, podendo ser apresentados como heróis, artífices do bem coletivo ou como responsáveis pela desordem, pelo caos social e expostos à execração pública.

O *uso da técnica e da lingüística*, sobretudo nas notícias de cunho oficial, também se configura como mecanismo básico de manipulação. As informações anônimas como "fontes bem informadas", "porta-voz oficial" são utilizadas para transmitir mensagens aparentemente "neutras", independentemente do grau de veracidade. Os termos técnicos, gráficos e tabelas também são incluídos nessa categoria.

A *política do destaque e supressão da informação* consiste, basicamente, em extrair da realidade só o que convém ao emissor, a fim de destacar ou obscurecer determinados elementos, conforme o enfoque da emissão. Daí resultam as inexatidões, interpretações parciais etc.

Por meio da *espetacularização* os elementos "singulares" do fato são supervalorizados, enfatizando-se os aspectos "inéditos", pitorescos, sensacionais. Ao ser transformado em notícia, o fato é forjado em sua essência, "maquiado" e "embelezado" antes de ser apresentado ao público sob a forma do espetáculo noticioso.

Para Geyrhofer (1984), a manipulação na imprensa ocorre porque a existência de uma informação objetiva fracassa todas as vezes pela sua própria dialética, independentemente da intenção do jornalista, visto que ele é apenas um resultado dessa dialética. "Manipula-se claramente em qualquer forma de redigir, de formular, de escolher e de acentuar as notícias" (Geyrhofer, 1984, p. 155).

Geralmente, tais deformações decorrem da própria padronização técnica, inerente ao jornalismo contemporâneo. Ao analisar a questão da "pirâmide invertida" - que consiste em destacar no primeiro parágrafo da notícia (lide) os elementos considerados mais importantes -, Genro Filho (1987) diz que tal técnica consiste em "singularizar" os fatos sociais, destacando suas especificidades ou seus aspectos sensacionais. Nesse sentido, o mesmo autor refere-se à "particularidade" como o contexto específico do assunto noticiado e à "universalidade" como sua apreensão e seu significado em âmbito mais geral.

No Brasil, a imprensa, cronologicamente, pelos dados oficiais, teve início com a "imprensa áulica", em 1808, com o objetivo de defender os interesses e as idéias do regime absolutista lusitano, que já estava em declínio, e impedir a crescente entrada de periódicos clandestinos, com a abertura dos portos às "nações amigas" (Sodré, 1966).

Capelato (1988) ressalta o caráter tardio da imprensa brasileira, destacando razões internas e externas para isso. A Coroa lusitana, para impedir a instalação de mecanismos críticos à sua administração, sempre impôs obstáculos ao seu desenvolvimento. No âmbito interno, os núcleos urbanos eram pouco expressivos no contexto nacional, cuja sociedade apresenta-se marcadamente rural, com uma população analfabeta em quase sua totalidade, e dispersa geograficamente. Mesmo assim, diários de pequeno porte e caráter acentuadamente panfletário passam a fazer parte do panorama urbano, lidos, geralmente, em grupos, já que a instrução formal representa privilégio de pequena parcela da população. Esses pequenos jornais, no entanto, tinham duração efêmera, dado ao seu caráter artesanal e/ou contestador.

Somente no período republicano surgem os grandes jornais de porte empresarial como o *Jornal do Brasil* (1891) e *O Estado de S. Paulo* (1902). A Primeira Guerra Mundial e a Revolução Russa são os principais acontecimentos externos que mais interferem na configuração histórica da imprensa brasileira desse período. Surge, então, a imprensa de caráter contestatório, questionando a relação de poder entre a imprensa, o Estado e os complexos econômicos. O pós-guerra acentua o caráter industrial da imprensa, com novos periódicos e novas propostas editoriais.

No período do Estado Novo e da Nova República são lançadas as bases do chamado "mercado cultural", organizado segundo os princípios da "indústria cultural". Conforme Lopes (1990), essa primeira fase da formação do mercado cultural corresponde ao processo "nacional" de desenvolvimento, dos anos 30 aos anos 50. No plano socioeconômico, caracteriza-se pela urbanização acelerada, crescimento da industrialização, conflito entre os setores agrário e industrial, surgimento de novas

forças dominantes: camadas médias e classes populares urbanas. No plano político, destacam-se o nacionalismo e o populismo, com a reorganização do Estado.

A partir de então, sobretudo após a Segunda Guerra Mundial, o "mercado cultural" adquire outra dimensão. Essa nova fase atinge o clímax com o "processo transnacional de desenvolvimento", com o governo de Juscelino Kubitschek, em meados da década de 50, com a ideologia desenvolvimentista e a implantação da infra-estrutura tecnológica do sistema de telecomunicações - Telebrás, Embratel etc.

Apesar de os meios eletrônicos serem a tônica dessa fase, contribuindo para implantar a "cultura de massa" no país, houve grandes avanços dos meios impressos, sobretudo dos jornais, firmando-se como empresa capitalista. Um exemplo é a execução, na década de 50, do "Programa de Ação das Folhas", lançado em 1948, que nortearia a política editorial da *Folha da Manhã*, *Folha da Tarde* e *Folha da Noite* e se tornaria o plano de diretrizes da empresa Folha da Manhã até a década de 70. Esse mesmo programa estimula a elaboração e a execução do Projeto Folha a partir de meados da década de 70, fator essencial para a consolidação da identidade mercadológica do jornal *Folha de S. Paulo*.

O jornal *Folha de S. Paulo*

A FSP foi fundada em 1921, sob a denominação de *Folha da Noite*. Coincide com o fim da Primeira República, momento histórico caracterizado por perturbações sociais e políticas que dão um novo rumo à economia do país. Na mesma década, Olival Costa e Pedro Cunha, os proprietários, implantam mais dois jornais: a *Folha da Tarde* (1924) e a *Folha da Manhã* (1925), que em 1960 são unificadas, juntamente com a *Folha da Noite*, sob a denominação *Folha de S. Paulo*.

A trajetória inicial do Jornal caracteriza-se pelas mensagens para o horizonte ideológico das camadas sociais que despontam no panorama econômico. A informação e a defesa da causa pública são as metas básicas da "Folha de Olival Costa" (Mota & Capelato, 1980).

Nessa primeira fase ("urbanismo e fiscalismo", 1921-30), mesmo dirigidos para a classe comercial e os segmentos de maior poder aquisitivo, disfarça-se a idéia de lucro, procurando atingir a classe média e o operariado urbano. A concepção editorial é positivista, ideologia antiliberal que apontava a Revolução Francesa como causa primeira da explosão proletária dos movimentos de 1848 na Europa. No plano político, notabiliza-se pela defesa do ideário nacionalista e por uma certa oscilação partidária. Ora opositorista, apóia a Revolução de 30, legitima a luta contra a política das oligarquias. Ora situacionista, distancia-se da oposição, como em 1929, dando respaldo aos partidos políticos da situação.

A segunda fase ("agrarismo", 1931-45) coincide com a República Nova (1930-37) e o Estado Novo (1937-45). Otaviano Alves de Lima, o novo proprietário, homem ligado

ao setor agrário, pretende transformá-los na "expressão da consciência de classe dos cafeicultores". Apesar de não ter conseguido atingir esse objetivo, "estimulou a formação de uma corrente de opinião liberal e distanciada do republicanismo de 1891-1934 e do estado-novismo" (Mota & Capelato, 1980, p. 63). Seu discurso contrapõe-se ao governo Vargas. Defende um projeto de inspiração fisiocrata, baseado na economia agroexportadora - lavoura e comércio de café. O antiindustrialismo explicita-se quando o jornal responsabiliza a indústria pelos artigos de má qualidade e pela elevação do custo de vida. A agricultura é apontada pelo jornal como a melhor alternativa para o país. Só anos depois, as *Folhas* passam a apoiar a indústria de base, com a implantação de Volta Redonda.

A terceira fase ("moderno jornalismo", 1945-62), sob a direção de José Nabantino Ramos, o mais recente proprietário, caracteriza-se pelo esforço à linha empresarial, dando aos jornais um cunho mais burguês e urbano. Funda-se a empresa Folha da Manhã e acentua-se a fisionomia profissionalizante. A empresa torna-se mais racionalizada, menos preocupada em falar em nome de uma classe determinada e mais voltada para a temática do capitalismo industrial e financeiro. É quando são elaboradas as "Normas de trabalho da Divisão de Redação para a Elaboração da *Folha da Manhã*, da *Folha da Tarde* e da *Folha da Noite*", documento em que se define a empresa do ponto de vista político, ideológico, técnico e administrativo, o que, de fato, é a primeira tentativa de definição formal de sua política editorial. Depois, surge o "Programa de Ação das Folhas" (1948), inspirado no positivismo, defendendo uma administração competente, eficiente, de cunho científico.

A quarta fase ("revolução tecnológica", 1962-81) é marcada pelos conflitos políticos do regime militar. "Acirra-se a perspectiva liberal tradicional - abrigando e ouvindo as opiniões contrárias..." (Mota & Capelato, 1980, p. 189). Mesmo o golpe de 1964 é bem recebido pelas *Folhas*. As mudanças de posição ocorrem a partir das demissões de cientistas da USP pelo governo militar. A partir de 1968, ocorre uma "revolução tecnológica". Alegando que nem só de texto vive um jornal, a direção passou a investir em tecnologia, afinando-se ainda mais com a perspectiva do modo de produção capitalista.

Depois dessa fase, a empresa empenha-se em um projeto político-cultural. A definição desse projeto coincide com as mudanças políticas do país, sobretudo no que se refere às "liberdades públicas". Diante da ditadura indisfarçada, a *Folha* busca ampliar seu público com outros segmentos da burguesia e das classes subalternas. É quando a sociedade civil começa a promover manifestações em defesa do Estado de Direito, principalmente após o AI-5. A *Folha* passa, então, a abrigar as manifestações e opiniões de entidades como a Ordem dos Advogados do Brasil, a Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência e outras.

Em 1975, com a morte do jornalista Wladimir Herzog, em dependências militares, o jornal torna-se mais contundente e se apresenta como porta-voz da massa populacional insatisfeita com o regime político. Isso fortalece o projeto liberal-democrático, que passa a deter-se em assuntos que causam anseio e preocupação na quase

totalidade da classe média, como: o acesso à educação, a distensão protagonizada pelo governo Geisel, os problemas energéticos, o aumento do preço do petróleo, a problemática dos transportes, as multinacionais.

Em 1977, a FSP assume nova posição editorial, abordando, principalmente, a questão da democracia. A reorganização do Estado de Direito constitui a principal meta para a implantação do desejado regime. A "década da incerteza" é questionada pela FSP, aprofundando o cunho reflexivo do jornal em seus editoriais, com colocações deste teor.

Os anos 80 se iniciam certamente com perdas econômicas para o país. Mas é preciso saber compensá-las socialmente através da utilização inteligente dos mecanismos políticos que a vida republicana oferece e exige. (Editorial, 1.1.80, apud Mota & Capelato, 1980, p. 248)

O Projeto Folha

Dado seu caráter público, por muito tempo a conotação comercial da imprensa foi ocultada ou negada. "A base empresarial da imprensa tem de ser dissimulada para que ela possa apresentar-se como campeã de uma totalidade, a opinião pública" (Frias Filho, 1988, p. 23). Mas Schuman (apud Silva, 1988, p. 31) diz que "o jornal moderno é uma empresa de negócios e os homens que o dirigem são movidos em grande parte pelos mesmos motivos dos homens que conduzem uma loja de departamentos".

Adotando essa perspectiva, a FSP promove discussões e estudos no início dos anos 70, culminando com a elaboração do Projeto Folha, em meados da mesma década. Esse projeto constitui um aperfeiçoamento do ampliado "Programa de Ação das Folhas", elaborado em 1948. Silva (1988) atribui a concretização de tal empreendimento, além do ímpeto administrativo dos novos proprietários, ao processo de abertura política.

A criação do Conselho Editorial, em 1978, representa o passo mais significativo para a execução do Projeto Folha. Entre 1974 e 1978 esse órgão foi o principal responsável pela discussão e teorização do projeto. Nessa fase, a preocupação maior era com os problemas da referida conjuntura. Depois de 1984, há uma inversão: a coordenação é transferida para a direção de Redação e as prioridades passam a ser as questões técnicas e operacionais do jornal, ocorrendo a produção de vários documentos, como "*Folha* depois da campanha das diretas-já".

Sob esse aspecto, a FSP destaca-se como o primeiro periódico a se preocupar com sua identidade de empresa capitalista, no Brasil, reconhecendo que está subordinado às implicações do sistema capitalista de produção. A introdução dos terminais de vídeo, em 1983, é um passo significativo, tornando-se a FSP o primeiro jornal do país a adotar tal medida, conforme Silva (1988).

O documento "*Folha* em busca do apartidarismo, reflexo do profissionalismo" (1982) acentua a tendência do jornal de apoiar a livre iniciativa econômica com prioridade para o capital nacional e a preservação da identidade cultural brasileira.

Procura-se definir, com mais clareza e precisão, o estilo e posições do jornal. Trata-se de um prenúncio do *Manual geral da redação*. Pela primeira vez, na trajetória da FSP, um documento detalha questões estilísticas, chegando a discriminar que tipo de matéria deve ser assinada ou não.

O apartidarismo, no entanto, assume dimensões acentuadas, o que é justificado pela direção de Redação como condição básica para a prestação de serviços "mais relevantes à opinião pública", sobretudo em épocas eleitorais, quando o noticiário político adquire maior importância, tornando-se a principal "mercadoria" do espaço redacional. Em termos comerciais, interessa mais à empresa o aumento na venda do jornal, seja avulsa ou por meio de assinaturas, do que defender idéias de determinado candidato.

Mas é o documento do Conselho Editorial, de junho de 1984, intitulado "*A Folha depois da campanha das diretas-já*", que dá ênfase ao projeto. Segundo o referido autor, ele é a matriz a partir da qual os documentos seguintes serão apenas versões atualizadas. Ele e o *Manual geral da redação* constituem o cerne da nova política editorial.

A importância do documento de 1984 deve-se ao fato de que, após a campanha das "diretas-já", o jornal ampliou seu número de leitores, aumentou sua renda, tornando-se

o fenômeno mais importante do jornalismo brasileiro nos anos 80. Nesta década, foi o jornal que obteve maior crescimento na circulação paga e no volume de publicidade impressa, foi o veículo de comunicação que mais provocou polêmicas e repercussões entre os leitores e foi a empresa jornalística que mais celeuma causou entre os profissionais do setor. (Silva, 1988, p. 27)

Esse documento causou mudanças na Redação, provocando a demissão de 27 jornalistas com "qualificação profissional abaixo das exigências". Com isso, a FSP passa a primar pelos princípios industriais da lógica de mercado, onde os aspectos técnicos e a rentabilidade assumem caráter prioritário, fundamentando-se em um jornalismo denominado "crítico, pluralista, apartidário e moderno".

Crítico porque, além de relatar os fatos, pretende expô-los à crítica: "O jornal não existe para adoçar a realidade, mas para mostrá-la de um ponto de vista crítico. Mesmo sem opinar, é sempre possível noticiar de forma crítica..." (Folha de S. Paulo, 1992, p. 18). Adotando atitude pluralista, a FSP pretende corresponder às expectativas de uma "sociedade plural". "Numa sociedade complexa, todo fato se presta a interpretações múltiplas, quando não antagônicas. Ao leitor da *Folha* deve ser assegurado seu direito de acesso a todas elas..." (Folha de S. Paulo, 1992, p. 20). O "apartidarismo" figura como estratégia de mercado para atingir o maior número possível de leitores e anunciantes. "Uma opção partidária significa ... reduzir nosso impacto sobre a opinião pública e autocondenarmo-nos ao isolamento...", diz Frias Filho (apud Silva, 1988). O sentido de "moderno" corresponde a uma proposta de introduzir, na discussão pública, temas polêmicos, a fim de colocar em circulação novas idéias.

Depois da fase de "teste" dos quatro critérios estabelecidos pelo projeto, a direção de Redação introduz mais dois: "serviço" e "didatismo". O primeiro visa a transformar o jornal em um "produto de primeira necessidade" para o público leitor. "As pautas devem explorar temas que mantenham relação real e imediata com a vida de quem compra e assina jornal... O leitor deve ser o ponto de referência permanente" (Silva, 1988, p. 92). Pretende-se estabelecer uma relação de amor/ódio com o público, também como estratégia de mercado, pois o leitor tende a comprar o jornal motivado por um desses sentimentos.

Quanto ao didatismo, a recomendação é que os textos devem levar sempre em conta o pressuposto de que o assunto pode ser novo para o leitor, exigindo, pois, linguagem direta, clara e simples. O mesmo princípio é aplicado à parte gráfica. Os recursos gráficos passam a ser utilizados de maneira sistemática e abundante, pois a nova orientação é para que tudo o que possa ser expresso em gráficos, tabelas e mapas não seja apresentado em forma de texto.

A introdução do *Manual geral da redação* e do Programa de Metas Trimestrais da Redação, respectivamente em agosto de 1984 e janeiro de 1985, marcam a fase de implementação do Projeto Folha. O *Manual*, segundo Silva (1988), define o método e os procedimentos práticos que a direção da *Folha* considera apropriados para alcançar os objetivos estabelecidos, atingindo a vendagem de 17398 cópias, no primeiro ano, segundo o referido autor, apesar das críticas.

A versão apresentada em 1987, além de reforçar os pontos descritos, inclui a necessidade de veicular informações inéditas, exclusivas e de impacto, sobretudo após o sucesso do "furo" sobre a base militar para fins nucleares na Serra do Cachimbo. A instituição do programa de seminários internos, visando à melhoria da capacidade técnica, também ocorre nessa época.

Em 1992, a *Folha* publica o *Novo manual da redação*, uma edição que implementa o marketing do jornal, privilegiando a beleza e a forma, desde que não apresenta significativas modificações em termos de conteúdo, no que se refere à essência do Projeto Folha. As alterações, fundamentalmente, restringem-se ao âmbito formal, sobretudo quanto à estrutura e à quantidade de anexos.

Material e métodos

Além da *pesquisa documental* que delineou o referencial teórico apresentado, com respaldo na afirmação de estudiosos como Cunha (1983) e Marconi & Lakatos (1990), optou-se pela técnica de *análise de conteúdo*. Para esses autores, ela é uma das técnicas atuais mais difundidas para o estudo do conteúdo das comunicações de massa, mediante a classificação em categorias dos elementos da comunicação. Permite a análise quantitativa, visando ao levantamento das frequências relativas a

temas, palavras etc. Permite a análise qualitativa, quando se preocupa com as idéias apresentadas.

Marconi & Lakatos (1990) ressaltam que a amostragem, essencial a estudos deste porte, na análise de conteúdo, compreende três etapas: *amostra de fontes* - especificação do(s) jornal(is), filme(s), emissora(s) de rádio, programa(s) etc. que vai(vão) ser analisado(s); *amostra de datas* - definição do período do estudo; *amostra de unidades* - delimitação do(s) aspecto(s) da comunicação analisado(s).

Assim sendo, e face à natureza do trabalho, optou-se por uma amostra de 12 edições do jornal *Folha de S. Paulo*, no período de 1º a 12 de abril de 1992. Como o campo de estudo restringe-se à parte noticiosa, decidiu-se considerar como objeto específico de análise as notícias de destaque na primeira página de cada uma das unidades de amostra, sobretudo as veiculadas sob a forma de manchetes. Para isso, considerou-se a concepção vigente no jornalismo contemporâneo de que essa página é a "vitrine" do jornal.

Caracterizou-se, então, estruturalmente, a primeira página, descrevendo-se, *en passant*, seus elementos, tanto quanto à forma quanto ao conteúdo, mas considerando-se como elemento básico de análise as chamadas com seus respectivos títulos e fotos. Priorizou-se as que se apresentaram sob a forma de manchete. Para uma investigação mais detalhada das notícias destacadas na primeira página, decidiu-se estudar seus desdobramentos no interior do jornal, a fim de acompanhar melhor o processo de produção noticiosa.

Após essa delimitação, partiu-se para a categorização das notícias, com vistas à avaliação quantitativa da ênfase e da importância dada pela *Folha* a grandes assuntos com base no espaço gráfico a eles destinados. Ainda que os teóricos, *grosso modo*, reconheçam a inexistência de uma regra geral para a fixação dessas categorias, fundamentados na experiência empírica, os termos tratados foram assim agrupados: acidentes/catástrofes, administração pública, auto-referência, arte e cultura, ciência e tecnologia (C&T), conflitos sociais, economia, esportes, legislação, política, problemas sociais.

No que tange à análise de conteúdo, em termos qualitativos, ou seja, do teor das notícias em confronto com os objetivos do trabalho, esta se deu em três etapas, descritas no item "O conteúdo".

A prática noticiosa da *Folha de S. Paulo*: forma x conteúdo

A forma - caracterização estrutural da primeira página

MANCHETE - O *Novo manual da redação* (Folha de S. Paulo, 1992, p. 154) explicita que a manchete, enquanto principal elemento da primeira página, deve obedecer, de acordo com a importância da notícia, à seguinte gradação, em ordem

decrecente: "a) três linhas em seis colunas; b) duas linhas em seis colunas; c) uma linha em seis colunas; d) duas linhas em quatro colunas; e) três linhas em três colunas; f) uma linha em cinco colunas; g) duas linhas em três colunas; h) quatro linhas em duas colunas; i) uma linha em quatro colunas".

No caso da amostra estudada, predomina a manchete que ocupa extensão de uma linha de seis colunas (83,75 cm²), com 91,67% do total das unidades amostrais, sendo que 66,66% apresentam ainda uma "submanchete", com a mesma extensão, em corpo tipográfico menor. A manchete de duas linhas de seis colunas figura com 8,33%, não se registrando nenhuma das outras alternativas previstas no *Manual*.

LIDE - Predomina o tipo personalizado, enfatizando o "quem". Nas chamadas das manchetes, isso ocorre em 58,33%, nas outras chamadas, em 54,83%. O elemento "que" figura em seguida, com 41,67% das chamadas das manchetes e 45,17% das demais notícias. Não se registram lides iniciados com os outros elementos: "quando", "como", "onde" e "por quê".

CHAMADAS - O texto das chamadas é conciso, ágil, estruturado em períodos curtos e sintéticos. Entretanto, há algumas que fogem a esse padrão, apresentando tom interpretativo. Outras fundem informações distintas, tomando a notícia anti-didática.

Dentre outros elementos comuns da edição, ainda que sucintamente, desde que não constituem o cerne deste artigo, estão na primeira página: BANDEIRAS; "BOA NOTÍCIA"; CHAPÉU; FOTOS; GRÁFICOS/ILUSTRAÇÕES; HORÁRIO DE FECHAMENTO DA PÁGINA; SELO CARACTERÍSTICO DA EDIÇÃO E SUMÁRIO.

O conteúdo

A análise de conteúdo compreende, basicamente, a partir da categorização dos assuntos: verificação de como o conceito de notícia da FSP é aplicado em sua prática atual; a avaliação da aplicação dos critérios de produção noticiosa do Projeto Folha e das formas de "falseamento e deformação" da notícia, detectadas na FSP.

Categorização dos assuntos destacados pela Folha

As categorias relacionadas e definidas resultam da classificação temática dos assuntos noticiados pela *Folha*, com destaque na primeira página. Ressalta-se que essa categorização decorre, também, de uma tentativa de contextualização na realidade nacional. São elas:

a) *Acidentes/Catástrofes* - fatos de caráter drástico, como enchentes, desabamentos, incêndios, acidentes etc;

b) *Administração Pública* - notícias relacionadas com atos, feitos e personalidades ligadas à estrutura administrativa governamental, seja em âmbito federal, estadual ou municipal;

c) *Auto-referência* - notícias concernentes ao jornal, ou seja, seus programas, atividades, promoções etc;

d) *Arte e Cultura* - informações sobre artes, espetáculos, eventos culturais e personalidades do setor;

e) *Ciência e Tecnologia* - notícias referentes às áreas das ciências, naturais e sociais, além de informações relacionadas ao setor técnico-científico;

f) *Conflitos Sociais* - assuntos vinculados a contravenções, crimes, conflitos policiais, greves, saques, protestos etc;

g) *Economia* - informações sobre mercados, empresas, impostos, tendências econômicas, indústria e comércio, inflação, renda, agropecuária, produção;

h) *Esportes* - fatos na área do desportismo de modo geral, bem como de personalidades do setor;

i) *Legislação* - assuntos relacionados com o exercício da lei, tanto no âmbito federal como estadual e municipal;

j) *Política* - notícias sobre todas as esferas e aspectos da política: partidos, líderes, ações parlamentares, movimentos, tendências..., em nível internacional, nacional, estadual e municipal;

1) *Problemas Sociais* - notícias ligadas a assuntos da área social: saúde, educação, transportes, habitação, desemprego, menores de rua, prostituição, minorias sociais e outras questões de caráter social, que não representem tão-somente conflitos temporários.

Configuração dos assuntos destacados nas primeiras páginas e seus desdobramentos

Como frisam Marconi & Lakatos (1990), a quantificação é o momento inicial da análise de conteúdo. Permite estabelecer, estatisticamente, a importância dada às categorias e estabelecer confronto com as demais classes, facilitando o aprofundamento da análise qualitativa.

Notícias em manchete

No caso das MANCHETES das 12 edições que foram a amostra, a categoria "política" é o assunto eleito como prioridade para a FSP. A política nacional é o item privilegiado nessa categoria. Das 11 manchetes (91,67% do total), dez (83,33%) dizem respeito à conjuntura política nacional e uma (8,33%), à política internacional. Em âmbito municipal, esta categoria não registra manchete. A categoria "esporte" aparece com uma única manchete (8,33%).

A mesma tendência é observada quando se comparam as manchetes das primeiras páginas com o desdobramento das notícias no interior do jornal, tanto quanto ao texto como às fotos/ilustrações, ou seja, há uma constante preponderância

da categoria "política", em detrimento das outras. Comparando-se o espaço gráfico destinado às chamadas das manchetes e às fotos/ilustrações respectivas, percebe-se a ênfase dada às últimas. Enquanto o texto ocupa 1986 cm², as fotos/ilustrações ficam com 2094 cm², como pode ser visualizado na Tabela 1.

Tabela 1 - Notícias em manchete nas primeiras páginas da *Folha*, em comparação com o seu desdobramento

CATEGORIAS	1ª página				Desdobramento			
	Texto (cm ²)		Ilustração (cm ²)		Texto (cm ²)		Ilustração (cm ²)	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Política	1.898	95,56	1.587	75,78	24.196	96,35	8.033	89,96
Esportes	88	4,44	507	24,22	913	3,65	896	10,04
TOTAIS	1.986	100,00	2.094	100,00	25.109	100,00	8.929	100,00

Outras notícias

Dentre as DEMAIS NOTÍCIAS, as de maior destaque na *Folha*, com chamadas na primeira página, pertencem também à categoria "política", com 27,82% do total do espaço gráfico destinado às chamadas (texto) da primeira página dos jornais que compõem a amostra. Outros assuntos, por ordem de importância até a quinta posição, são, respectivamente: "esportes" (14,23%), "economia" (11,28%), "arte e cultura" (9,44%), "problemas sociais" (8,62%) "conflitos sociais" (7,49%), "ciência e tecnologia" (7,19%). Dentre as categorias que receberam menor destaque, estão: "administração pública" (4,75%), "acidentes/catástrofes" (3,42%), "auto-referência" (3,13%) e "legislação" (2,63%), como pode ser observado na Tabela 2.

Quanto ao destaque dado em forma de títulos com chamadas na primeira página, também predominam "política" e "esportes" (Tabela 2), com uma ressalva no que toca a fotos/ilustrações: as notícias sobre política não apresentaram tais recursos nas primeiras páginas, mas fizeram uso dos mesmos em larga escala no interior do jornal - 6.314 cm² (20,74%) e 7.336 cm² (23,67%), respectivamente.

Pelo que foi exposto até então, no que diz respeito ao destaque dado pela *Folha*, em relação às categorias de assunto, pode-se inferir que o jornal procura atender aos interesses específicos do seu "conjunto de leitores", pertencente, provavelmente, às classes "A" e "B". Isso porque esses estratos ocupam os postos decisórios-chave tanto da vida política como da vida econômica do país. Além disso, a visão de mundo do jornal está orientada para atender às necessidades de seus leitores, que, segundo a própria *Folha* de S. Paulo (1992) e Silva (1988), formam um grupo "particular".

Tabela 2 - Notícias destacadas nas primeiras páginas da *Folha* (excluindo-se as manchetes), em comparação com o seu desdobramento

CATEGORIAS	1ª página				Desdobramento			
	Texto (cm ²)		Ilustração (cm ²)		Texto (cm ²)		Ilustração (cm ²)	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Política	1.108	27,82	—	—	13.298	25,90	6.314	20,37
Esportes	567	14,23	1.320	58,36	6.674	13,00	7.336	23,67
Economia	449	11,28	30	1,32	4.448	8,68	1.954	6,30
Arte e Cultura	376	9,44	684	30,23	8.699	16,94	8.021	25,88
Prob. Sociais	343	8,62	—	—	720	1,40	312	1,01
Conf. Sociais	298	7,49	140	6,19	5.552	10,81	2.536	8,19
C&T	286	7,19	—	—	5.009	9,76	2.355	7,60
Adm. Pública	189	4,75	—	—	1.963	3,82	598	1,93
Ac./Catástrofes	136	3,42	—	—	905	1,76	330	1,06
Auto-Referência	125	3,13	—	—	1.200	2,33	240	0,77
Legislação	105	2,63	88	3,90	2.876	5,60	1.003	3,22
TOTAIS	3.982	100,00	2.262	100,00	51.344	100,00	30.999	100,00

O conceito de notícia da Folha em sua prática atual

Para a análise do conceito de notícia da *Folha* - teoria *versus* prática - recorre-se às 12 notícias veiculadas sob a forma de manchete. Considerou-se que, teoricamente, para a FSP, a notícia é, antes de tudo, puro registro dos acontecimentos, tendo como característica básica a exatidão, ainda que, paradoxalmente, considere notícias e idéias como mercadorias, reforçando Marcondes Filho (1989).

NOTÍCIA 1: "Collor admite até aliança com o PT"

Registra-se um fato, mas de maneira "singularizada". A manchete consiste em destacar o elemento principal da notícia. No entanto, trata-se de um detalhe, pois o principal assunto, nesse caso, é a reforma ministerial e seus objetivos, como fica claro no desdobramento. O presidente, na realidade, acenou para um possível entendimento com todos os partidos, inclusive o PT, mas este não é o assunto principal.

O próprio lide da matéria, no interior do jornal, esclarece:

O presidente..., fez ontem da entrevista com 14 jornalistas... a pregação do entendimento. Afirmou que o objetivo da reforma ministerial foi recuperar a capacidade de comunicação com a sociedade civil e com a classe política...

O lide da notícia nem sequer faz referência ao "entendimento com o PT", apesar de a manchete da página interna também insistir em tal elemento. "Collor acena para entendimento com o PT".

Somente no segundo parágrafo, e pela única vez sem nenhum aprofundamento da questão, é que há referência ao assunto destacado nas duas manchetes: "Collor acenou ainda com o entendimento com o PT e, pela primeira vez, disse que sua visão dos empresários está melhorando, depois do acordo com as montadoras...". Em um quadro com os principais trechos da entrevista do presidente, o assunto volta, de forma genérica, ao item "partidos" "...não exclui nenhum partido e está aberto ao diálogo, ao consenso...". A possibilidade de entendimento, portanto, inclui não só o PT, mas todos os demais partidos.

Percebe-se que houve *espetacularização*, entendendo-se isto como supervalorização dos elementos singulares do fato, descontextualizando-o e dando ênfase aos aspectos "inéditos", pitorescos, sensacionais (Comissão Internacional para o Estudo dos Problemas da Comunicação, 1983). Isso faz parte do processo de transformação da notícia em mercadoria, como assinalam Geyrhofer (1984) e Marcondes Filho (1989).

Por outro lado, há coerência com os critérios de importância da notícia, estabelecidos pelo *Manual geral da redação* (Folha de S. Paulo, 1992, p. 35): *ineditismo*, *improbabilidade*, *interesse*, *apelo* e *empatia*. Para atender a tais critérios, no caso desta notícia, procedeu-se à espetacularização, tornando-a apelativa, improvável, inédita, causando impacto e, possivelmente, despertando simpatia, utilizando-se os recursos de manipulação apresentados pela Comissão Internacional para o Estudo dos Problemas da Comunicação (1983) e pelos autores acima citados.

A manipulação ou "consciente intervenção técnica" (Enzensberger, 1987), nesse caso específico, operacionaliza-se na edição, visto que são as manchetes (externa e interna) que espetacularizam o fato. É o "tempo da objetividade" da imprensa, de que fala Chauí (1986, 1986a), construído com base em técnicas específicas para abstrair da realidade a informação "isenta" de subjetividade, valendo-se das técnicas do marketing jornalístico e suas técnicas de forjar o "real".

NOTÍCIA 2: "Indefinição do PSDB emperra reforma"

A manchete e a chamada da primeira página enquadram-se no conceito de notícia da *Folha* e não apresentam deformações visíveis. No entanto, o seu desdobramento, apesar do didatismo e da pretensa criticidade, registra expedientes de cunho subjetivo e impreciso, com uso de linguagem figurada e descrição do clima reinante no ambiente. Logo após o lide, lê-se: "Sem o PSDB, a 'renúncia coletiva' pode representar apenas uma limpeza na parte suja da equipe do presidente Collor, sem grandes alterações na fisionomia do governo".

Foge-se do "puro registro dos fatos", da "exatidão", para divagar sobre a possibilidade de apenas uma "limpeza parcial" na equipe do governo, induzindo o leitor a acreditar que a participação do PSDB no ministério seria motivo para "grandes alterações na fisionomia do governo". Tal concepção, além de contrariar o conceito

de notícia da *Folha*, vai contra o conceito de Lage (1987), visto que um fato comprovado é notícia, mas uma possibilidade, nem sempre.

Na mesma notícia, ocorrem mais quatro imprecisões:

a) a afirmação categórica, sem explicação das razões por que Jarbas Passarinho "já não servia mais para os interesses políticos do presidente Collor", em vez da informação sobre as causas de sua demissão;

b) a caracterização de expectativa com o anúncio da reforma ministerial: "A princípio, a decisão do Planalto gerou uma expectativa de que o governo iria recomeçar". Em quê o jornal pôde se basear para caracterizar tal expectativa? Não seria necessário demonstrar as razões, fundamentar tal assertiva em argumentos convincentes e dados precisos? A afirmação ficou solta, ao longo do texto;

c) da mesma forma, o jornal diz que "a frustração começou quando o próprio presidente confirmou nos cargos os ministros Ricardo Fiuza e Reinhold Stephanes", e ainda: "a decepção com a *reforma* [grifo original] pode aumentar ainda mais se os demissionários João Santana ... e Antonio Cabrera ... conseguirem se manter em seus ministérios". Afinal, quem ficou frustrado e decepcionado? Toda a população brasileira? Isso é até possível, mas o jornal não comprovou tal suposição. "Puro registro dos fatos", "exatidão" não se encaixam em tais proposições. Existem jornais que fundem opinião com informação e interpretação, mas, em relação à *Folha*, a política editorial, pelo menos em tese, exclui tal procedimento quanto à produção noticiosa.

Isso conduz à conclusão de que esta notícia também foi deformada, padecendo de inexatidões e interpretações parciais, o que corresponde à *política do destaque e da supressão da informação* (Marcondes Filho, 1989). Predomina a ética mercadológica do jornal, em detrimento da real conotação teórica do Projeto Folha, visto que, embora se refira à sociedade brasileira como uma "sociedade plural", toma como referência, para sua prática noticiosa, apenas o seu "conjunto de leitores".

NOTÍCIA 3: "Bancada do PSDB rejeita adesão a Collor"

Mais uma vez, os recursos de edição tomam-se obstáculo à exatidão da notícia. A manchete externa diz que o partido "rejeita" adesão ao governo, enquanto no interior do jornal lê-se: "proposta de acordo com o governo racha o PSDB". Há duas idéias distintas. Pela manchete da primeira página, o leitor fica com a impressão de que o assunto está encerrado. O PSDB rejeitou a proposta de acordo. Porém, o desdobramento da matéria traduz a idéia de "indefinição" do partido.

Confrontando os lides da chamada da primeira página e da notícia interna, lê-se, no primeiro caso:

A maioria dos parlamentares do PSDB é contra a participação do partido no governo. De nove senadores, seis rejeitam o convite. Em reunião que teve 27 dos 41 deputados do partido, 20 vetaram o acordo. O grupo do presidente do partido, Tasso Jereissati, é favorável a um acordo...

No caderno "Brasil", a notícia se inicia assim:

A proposta de participar do governo dividiu o PSDB. A maioria dos deputados e senadores se manifestou pela rejeição dos parlamentares. O grupo do presidente do partido, Tasso Jereissati, favorável ao acordo com o governo, propôs a continuação das negociações.

Observa-se "registro dos fatos", em ambos os casos, no corpo das matérias. A diferenciação de idéias é percebida ao se confrontar as duas manchetes, pois uma apresenta a notícia como fato consumado e a outra como processo de divisão do partido, em decorrência da "indefinição". Isso constitui *fragmentação*, o que confirma a concepção de Marcondes Filho (1989) e da Comissão Internacional para o Estudo dos Problemas da Comunicação (1983).

NOTÍCIA 4: "Collor ainda tenta levar PSDB ao governo"

De todas as notícias até então estudadas, esta é a que possui maior grau de exatidão e conformidade com o conceito de notícia da FSP. A manchete da primeira página apresenta coerência com sua respectiva chamada e os elementos do desdobramento, cuja manchete "Collor ainda acredita que pode atrair apoio do PSDB" registra o fato com exatidão, como se observa no lide da matéria: "O presidente ... ainda não desistiu de atrair o PSDB. Jorge Bornhausen ... continuará negociando com o partido durante o final de semana...".

A retórica da notícia é toda centrada no fato. Além disso, há contextualização e disposição de matérias afins, além de equilíbrio entre os elementos "singulares" e "particulares".

NOTÍCIAS 5: "Reforma não muda imagem de Collor"

O jornal parte de uma pesquisa de opinião, entre os paulistanos, para apresentá-la como "opinião pública" generalizada. O assunto é notícia, mas apresenta deformação, visto que a manchete generaliza o fato, ocorrendo *destaque da informação e fragmentação*, reiterando Marcondes Filho (1989). Por ser um jornal de circulação nacional, tal manchete só seria justificada se a notícia se referisse ao Brasil como um todo e não a uma cidade determinada.

Seria necessário explicitar o assunto. Como por exemplo: "Para paulistanos, reforma não muda imagem de Collor". Com tal postura, não se defende a "preservação" da imagem do governo. O que entra em xeque são os argumentos informativos do jornal para justificar tal manchete. Seria até provável que ela expressasse a opinião da maioria dos brasileiros, o que, porém, não foi comprovado. Não há nenhum elemento informativo na notícia capaz de justificar tal procedimento.

A chamada da primeira página reforça a manchete: "A imagem do presidente ... não melhorou com a reforma ministerial. Pesquisa DataFolha realizada ... três dias depois da mudança nos ministérios mostra que a iniciativa do presidente teve pouco impacto...". Só depois desse discurso, que foge à retórica referencial (pesquisa de opinião na capital paulista), é que são apresentados os percentuais e o universo da pesquisa, bem como a área geográfica de atuação do DataFolha.

A manchete interna "Mudança não ajuda imagem de Collor" segue a mesma linha. No entanto, o lide da notícia esclarece a questão, levando-se a crer que o falseamento ocorreu durante a edição da notícia, a fim de torná-la apelativa e causar impacto, atendendo aos critérios de importância da notícia estabelecidos pelo jornal, mas, ao mesmo tempo, contrariando o conceito de notícia como "puro registro dos fatos, tendo como elemento-chave a exatidão". Isso indicia a contradição existente na política editorial da *Folha*.

NOTÍCIA 6: "Mansell ganha GP e faz 30 a 4 sobre Sena"

Este é mais um exemplo de aplicação coerente do conceito de notícia da *Folha*. A abordagem é ampla, contextualizada, exata, referencial. O contexto da "particularização" é rico em conexões, apresentando uma coletânea de fatos vinculados ao assunto em questão.

Tanto a notícia principal, que gerou a manchete, como as complementares, exemplificam o "registro dos fatos", tendo como elemento-chave a exatidão. A personificação é o único elemento que, à primeira vista, poderia ser considerado abusivo, mas, tendo-se em vista que os próprios agentes dos fatos são notícias (no caso, os pilotos), tal procedimento passa a ser considerado necessário.

NOTÍCIA 7: "Golpe de Estado fecha Congresso no Peru"

Apesar de relativamente precisa, contextualizada, abordando as repercussões locais e internacionais (inclusive a reação da Organização dos Estados Americanos - OEA), esta notícia contém imprecisões, como a seguinte: "apesar da forte presença militar, o clima em Lima era de aparente tranqüilidade...". Porém, em nenhum momento se precisa ou quantifica a atuação do Exército peruano e o "clima de tranqüilidade". Isso pode ser visualizado como supressão de dados, ainda que não seja possível assegurar que se trata de "política do destaque e da supressão da informação", na perspectiva "marcondiana", mas, mesmo assim, contraria o pressuposto de exatidão, considerado elemento inerente à produção noticiosa da *Folha*.

Os demais elementos estão coerentes com a política editorial e as normas internas de redação do jornal. O lide é elaborado de forma concisa, mas abrangente, apresentando o fato, suas decorrências, bem como a postura política da oposição.

O desdobramento do assunto, no caderno "Mundo", descreve, de forma didática e crítica, uma série de notícias correlatas ao fato e uma reportagem de página inteira, onde se enfoca a conjuntura política do Peru e os resultados da administração do governo golpista, além das repercussões no Brasil.

NOTÍCIA 8: "PSDB libera Tasso para negociar cargos"

Novamente, registra-se deformação da notícia pela edição, comprometendo a aplicação das normas internas da Redação. A manchete externa destaca uma informação secundária, considerando-se o que é exposto no corpo da notícia, no lide

interno e na chamada da primeira página. A manchete dá ênfase à "negociação de cargos" entre o partido e o governo, enquanto a notícia apresenta como fato principal a "aprovação de um programa mínimo conjunto". Eis o que diz o lide:

Apenas cinco dias depois de ter decidido não aderir ao governo, a Comissão Executiva Nacional do PSDB volta atrás. Delegou ... poderes "ilimitados" para que o presidente nacional do partido ... negocie a participação no governo a partir de um programa mínimo conjunto.

A manchete interna, porém, é coerente com o conteúdo da notícia: "PSDB autoriza Jereissati a negociar com governo". Infere-se que houve "consciente intervenção técnica" (Enzensberger, 1987) quanto à elaboração da manchete externa, a fim de torná-la apelativa e causar impacto, já que inicia por um fato secundário, enquanto a notícia em si constitui "relato de uma série de fatos, a partir do fato mais importante ou interessante..." (Lage, 1987), que é a negociação do programa mínimo conjunto, condição básica apresentada pelo partido para sua participação no ministério.

A "exatidão" e o "puro registro dos fatos", neste caso, estão presentes no corpo da notícia e na manchete interna, mas ausentes na manchete da primeira página, corroborando a posição de Marcondes Filho (1989), no que tange à deformação da notícia de modo geral.

NOTÍCIA 9: "Emperra acordo entre governo e PSDB"

O assunto destacado na manchete é amplamente explorado no interior do jornal. A exatidão predomina e a estrutura, além de registrar os fatos, possui coerência interna. As ressalvas são feitas às notícias complementares. Em uma, abordando-se a influência do PFL no governo, há até uso de linguagem figurada: "...o mal-estar *respingou* [g. n.] no ministro da Economia ... e atingiu até o humor do presidente ... ACM não gostou nem um pouco do *olho gordo* [g. n.] do PSDB". Isso representa apelo emocional e sensacional, conforme Marcondes Filho (1989).

A outra matéria faz referência ao governador da Bahia, ACM, como o "dono do Ministério da Ação Social". Trata-se de um parágrafo que aborda as divergências entre os setores de apoio ao Planalto, mais especificamente sobre a influência do PFL. Pelos registros, é inegável a influência do partido e de ACM. Porém, apesar da suposta crítica do jornal, denominar uma determinada autoridade de âmbito estadual como "dona" de um ministério figura como procedimento que foge ao padrão editorial da *Folha*, além de não ser fato para merecer registro jornalístico. É possível a influência de ACM no governo, mas não o título de propriedade em relação ao ministério em questão...

NOTÍCIA 10: "Collor refaz o ministério com mais cargos e nomes do regime militar"

Na categoria "política", esta foi a notícia que recebeu maior destaque. Além da metade da primeira página (904,5 cm²) e manchete de duas linhas em seis colunas, ocupou cerca de 70% do caderno "Brasil". A manchete traz em si uma imprecisão

(ambigüidade), encarada, na concepção de Marcondes Filho (1989), como simplificação/generalização. Como está escrito, entende-se que o presidente refez o ministério com mais cargos do regime militar e nomes oriundos do mesmo regime. Na realidade, foram criados mais dois ministérios, com o desmembramento dos ministérios da Infra-Estrutura e do Trabalho e Previdência Social.

Mas, de modo geral, as notícias principais e as complementares cobrem amplamente o assunto, registrando os fatos e suas conexões e repercussões, de maneira precisa, conforme orientação do Projeto Folha. As manchetes internas: "Collor traz políticos do regime militar de volta"; "Collor completa reforma com partidos governistas"; "Reforma marca a volta da era biônica"; "Collor opta por políticos da antiga Arena" etc, bem como seus desenvolvimentos, apresentam coerência em todas as instâncias. Nesse caso, há harmonia entre os recursos de edição e as notícias em si.

NOTÍCIA 11: "Reforma reduz base parlamentar de Collor"

Tanto a manchete externa com sua chamada como a interna com seu lide apresentam concatenação entre os elementos noticiosos que as compõem. Na chamada da primeira página, lê-se:

Feitas as contas após a reforma ministerial, o governo conclui que sua base parlamentar no Congresso diminuiu. Antes da reforma, os governistas contavam com 251 votos na Câmara e 38 no Senado. Ontem, o Planalto só podia contar com 220 votos na Câmara e 34 no Senado...

Depois, a notícia expõe os motivos da redução, ou seja, a insatisfação dos parlamentares governistas em relação à composição do ministério e as conseqüências disso: a "migração" desses parlamentares para a categoria dos "flutuantes", que podem apoiar o governo ou a oposição, dependendo da questão a ser votada.

A manchete interna "Mesmo com reforma, governo perde votos no Congresso", bem como o seu desenvolvimento no texto noticioso, segue a mesma linha, além da apresentação de outros elementos informativos que contextualizam a notícia e dão aos leitores condições para formar juízo. Assim, esta notícia segue os critérios e orientações da política editorial da FSP.

NOTÍCIA 12: "Loteamento de cargos tenta atrair partidos"

Tanto na abordagem da primeira página como em seu desdobramento, esta notícia aparece como exemplo de coerência com os critérios definidos pelo jornal, no que diz respeito ao conceito de notícia, à exatidão, contextualização e apresentação didática e crítica. Observa-se ainda coerência entre os recursos de edição e o fato em si.

A manchete interna "Governo amplia oferta a partidos" está estruturada em consonância com o seu desenvolvimento. Outros aspectos que devem ser ressaltados é a contextualização, a estrutura e a "retórica". Ao apresentar a disposição do governo em "lotear" os cargos do segundo e terceiro escalões, o texto relata os motivos dessa

atitude, confrontando-a com sua postura no início do mandato, registrando o fato de que o presidente criticou a troca de cargos por votos na gestão do governo Sarney.

Valendo-se desses exemplos, apreende-se que a produção noticiosa da *Folha* oscila entre a adequada aplicação do seu conceito de notícia e as formas de "forjar o real". Nesse aspecto, confirma-se a concepção mercadológica de notícia (Marcondes Filho, 1989), no que diz respeito à transformação da informação jornalística em mercadoria.

A aplicação dos critérios do Projeto Folha

A análise, em separado, dos princípios básicos do Projeto Folha justifica-se pela sua relativa autonomia em relação ao conceito de notícia, estabelecido no *Manual geral da redação* (Folha de S. Paulo, 1992), e pela sua amplitude, visto que tais critérios referem-se à política editorial do jornal de modo geral e não apenas à parte noticiosa. Os critérios de "apartidarismo", "pluralismo" e "criticidade", por exemplo, da forma como são apresentados pelo projeto, encontram sua operacionalização, sobretudo, nas seções destinadas à opinião do jornal. Isso não significa dizer que estão totalmente ausentes na produção noticiosa. É apenas uma questão de operacionalidade, visto que a parte opinativa favorece, de modo especial, a execução de tais critérios. Eis como se dá a aplicação.

a) Apartidarismo

O "apartidarismo" consiste em estratégia de mercado básica para a sobrevivência material do jornal (Silva, 1988, Folha de S. Paulo, 1987, 1992). Em termos formais, é facilmente identificado. Quando há uma notícia polêmica, o jornal, após expor a versão de um dos envolvidos, apresenta a dos outros, ou apresenta-as simultaneamente. Quanto às fotos, o princípio é o mesmo. Em relação ao conteúdo, apesar da sutileza, nem sempre há essa equidade, o que é detectado sobretudo no processo de edição.

A "indefinição" do PSDB, por exemplo, durante a reforma ministerial foi apresentada como interesse do partido em conseguir cargos importantes no ministério: "PSDB libera Tasso para negociar cargos", embora o texto enfatize a prioridade dos tucanos de negociar um programa mínimo. Ao destacar a questão dos cargos, o jornal adotou posição que desfavorecia o referido partido, sugerindo-lhe, sub-repticiamente, o rótulo de "interesseiro".

O Projeto Folha estabelece que o "apartidarismo" do jornal não significa neutralidade:

Ao contrário, a *Folha* procura assumir uma posição clara em todas as questões controversas ... mesmo quando toma partido em favor de uma tese, idéia ou atitude, a *Folha* não deixa de noticiar outras que se oponham a ela. (Folha de S. Paulo, 1987, p. 27)

Vale esclarecer que o fato de "assumir uma posição" e noticiar outras contrárias não significa ser apartidário, pois, pelos recursos de edição e apresentação parcial do conteúdo - mecanismos manipulatórios comuns registrados na amostra -, pode-se privilegiar determinada tese, idéia ou atitude.

Em termos de notícia, especificamente, torna-se difícil analisar o critério "apartidarismo", visto que a defesa de idéias, teses etc. relaciona-se, sobretudo, com a opinião, o que não é o cerne deste trabalho, exceto quando a opinião se torna notícia.

b) *Criticidade*

A concepção de "jornalismo crítico", estabelecida pelo Projeto Folha, também extrapola a esfera da opinião, da interpretação e da análise: "...Mesmo sem opinar, é sempre possível noticiar de forma crítica" (Folha de S. Paulo, 1992, p. 18). Mesmo assim, não se exclui a exatidão, pois a informação, quanto mais exata, mais crítica será.

O tom "crítico" associa-se ao didatismo. À medida que os assuntos são didaticamente organizados, efetiva-se, em parte, o exercício do "jornalismo crítico", como no anúncio da composição do novo ministério do governo Collor. O quadro da composição, manchete, títulos e chamadas possuem elementos críticos. O quadro inicia com uma frase do presidente, proferida em janeiro de 1990: "Nenhuma pessoa que ocupou cargos ministeriais em outros governos fará parte do meu governo". O título do quadro é: "Maioria dos ministros participou de outros governos; ligações históricas do ministério". A manchete: "Collor refaz o ministério com mais cargos e nomes do regime militar". Na chamada da manchete, lê-se:

O presidente ... encerrou ontem sua mais ampla reforma ministerial com a nomeação de políticos ligados ao regime militar e ao governo Sarney. Collor quebrou a promessa, feita quando presidente eleito, de não trabalhar com ministros de governos anteriores. Abandonou também a idéia de dar à sua administração um perfil social-democrata, ao recusar as condições impostas pelo PSDB para participar do ministério. A nova equipe tem seis nomes da extinta Arena, partido de sustentação dos governos militares.

As notícias complementares às reportagens e análises/interpretações, no caderno "Brasil" da mesma edição, seguem uma linha similar, como a que aborda a crítica de João Santana a Collor: "A decisão já era tida como certa há dias, mas Santana só expôs sua divergência após saber que não continuaria no cargo". Para reforçar a importância da notícia, a FSP recorreu ao selo (marca visual em edições sucessivas de texto sobre o mesmo assunto) com os dizeres: "volta ao passado".

Por outro lado, também se observa falta de crítica em relação a outros assuntos, como no caso da declaração de Collor de que aceitaria "entendimento" até com o PT, fato que deu manchete, embora fosse apenas um detalhe da entrevista do presidente, como abordado antes.

Ainda quanto a esse critério do Projeto Folha, ressalta-se a importância da participação do *ombudsman*, função exercida por Mario Vitor Santos. Em duas edições da amostra em que se dá sua participação, várias críticas foram divulgadas, inclusive no que se refere à produção noticiosa, especificamente no que tange à fidedignidade das fontes e sua comprovação e a tendência da imprensa em reforçar a aparência da informação.

c) *Pluralismo*

Este critério relaciona-se, sobretudo, com a opinião. O projeto estabelece que a FSP reflita a pluralidade de pontos de vista e assegure ao leitor o acesso ao espectro ideológico da sociedade brasileira. No caso específico da notícia, tal critério relaciona-se com a apuração dos dados e comprovação das fontes.

Na prática, o "pluralismo", no que se refere à notícia em si, é observado pela *Folha*, principalmente em termos formais. A maioria das notícias apresenta as justificativas e explicações dos sujeitos envolvidos, como no "caso Fiuza", em que há as declarações do procurador da República e as explicações do ministro e do representante da construtora envolvida. O que é discutível e questionável é a "hierarquização" gráfica. O texto que contém a informação de que o procurador geral da República poderia pedir abertura de inquérito para apurar se o ministro infringiu o código eleitoral possui um título em seis colunas. Título, texto e fotos ocupam 468 cm²: as explicações do ministro ocupam 143 cm² e as do representante da OAS, 60 cm²...

Mas, de fato, o projeto não apresenta elementos que permitam uma avaliação mais consistente, em relação ao critério analisado, visto que "cobra" do jornal apenas a "pluralidade de pontos de vista". Isso demonstra que, além de contraditório, o Projeto *Folha* também pode ser identificado, em determinados momentos, como superficial.

d) *Modernidade*

Trata-se de outro critério de que a análise da parte noticiosa do jornal não permite avaliação densa, tendo em vista que o Projeto Folha define-o como uma proposta de "introduzir na discussão pública temas que até então não tinham ingressado nela; na medida em que põe em circulação novos enfoques, novas preocupações, novas tendências" (Silva, 1988, p. 79). Esse critério, em si mesmo, já se distancia do conceito de notícia da *Folha* como "puro registro dos fatos".

Empiricamente, na parte noticiosa, observa-se essa tendência nos cadernos "Ilustrada" e "Mais" (e na seção "Tendências/Debates"), mas durante a amostra coletada esse caderno teve poucas notícias veiculadas nas primeiras páginas (376 cm²).

e) *Serviços*

Tomar o jornal um "artigo de primeira necessidade para o leitor". Esta é uma das metas da Folha de S. Paulo (1992), na linha do chamado "jornalismo de serviços", que significa divulgação de temas com utilidade concreta e imediata para o leitor, nas várias áreas.

O "Folhão", edição de domingo, é o principal expediente do "jornalismo de serviços". Para se ter uma idéia mais precisa, no primeiro dia da semana, o jornal aumenta a tiragem em quase o dobro e, geralmente, quadruplica o número de páginas. As edições de uma das segundas-feiras e de um dos domingos expressam com precisão tal fenômeno. Na segunda-feira, o jornal saiu com 40 páginas (edição nacional) e uma tiragem de 377.003 exemplares. No domingo, foram 180 páginas e 598.902 exemplares, sendo 16 páginas de "TV Folha", 2 de "Guia do Imposto de Renda", 16 de "Revista D", 24 de "Empregos", 24 de "Imóveis"; 16 de "Veículos" e 8 de "Tudo".

f) *Didatismo*

Em termos de forma, o jornal é extremamente didático, chegando a cometer excessos, o que é reconhecido até pelo *ombudsman*: "...há um certo exagero do uso de artifícios formais e de *análises* [grifo original] assinadas, recursos típicos de redatores e editores" (Santos, 1992, p. 1-8). Os gráficos, tabelas, mapas, ilustrações, textos complementares etc. permeiam todas as editorias do jornal, primando pela leitura visual, o que pode ser justificado pela importância que a comunicação visual tem adquirido na sociedade contemporânea. Entretanto, esse recurso, além das vantagens óbvias, consiste em mecanismo mercadológico para "embelezar" a notícia.

Por exemplo, quando foi anunciado o novo ministério do governo Collor, o jornal publicou um quadro de 496 cm², intitulado "quem é quem no ministério", contendo informações sobre os novos ministros e secretários. Divulgou, ainda, um "álbum", ocupando cerca de um terço de cada uma das páginas 6, 7, 8 e 9, com fotografias que marcaram a carreira política dos novos administradores. O caderno "Brasil", praticamente, dedica-se ao tema, destacando ainda "frases", "personagens"... Na primeira página, um quadro de 363 cm² contém uma foto de cada um dos ministros, com informações históricas, com realce para quem participou do governo Sarney e dos governos militares.

Outro procedimento comum quanto à edição consiste em dispor, graficamente, os assuntos de maneira "hierárquica": disposição do título da notícia principal (geralmente em seis colunas), aposição de "selo"notícias afins, análises/interpretações etc. Esse critério, portanto, tem a função de tornar a notícia atraente, visualmente legível, independentemente do conteúdo informativo.

Outra observação necessária são os erros de paginação e fusão de assuntos em uma mesma chamada de primeira página, sem dúvida antididáticos. São identificados erros de paginação em 25% dos exemplares (os números remissivos das chamadas não correspondiam às páginas indicadas). Quanto à fusão de assuntos em uma mesma chamada, o exemplo mais sério é a "mistura" do tema "Pratini quer o fim do monopólio do petróleo" com a crítica do ministro dos Transportes e Comunicações à ferrovia Norte-Sul.

Considerações finais

A ênfase que o jornal dá aos temas que compõem a categoria "política" é um dos aspectos que merece maior atenção. Em primeiro lugar, não é por acaso que isso ocorre, mesmo considerando-se que a amostragem coincidiu com uma política que, por si só, foi destaque em toda a grande imprensa, devido ao momento específico da reforma ministerial do governo Collor. Entretanto, como ressalta Mendes (1992), a política é um dos temas prioritários da *Folha*, porque o seu público possui grande interesse em relação a esse tema, segundo pesquisas do DataFolha. É possível que esta "afinidade" em relação ao tema "política" encontre seu respaldo na estratificação social, em que, visivelmente, as classes "A" e "B" estão integradas, direta ou indiretamente, com o poder, e compõem, ao que tudo indica, o "conjunto de leitores" da FSP.

Por outro lado, considerando-se o marco teórico adotado na pesquisa, que trata da produção noticiosa em seu contexto mais abrangente, percebe-se que a FSP, enquanto meio de comunicação social de caráter público, apresenta conteúdo parcial, ou seja, sua produção (coleta e organização de informações) e, portanto, sua visão da realidade social, política, econômica e cultural brasileira restringe-se tão-somente ao campo de sua ética mercadológica.

O Projeto Folha, portanto, figura, principalmente, como eixo do marketing da FSP, a fim de consolidar essa "ética". Isso está expresso na contradição entre os critérios de pluralismo, apartidarismo, criticidade etc, que sugerem uma conotação social de maior amplitude, e o assumido caráter "comercial", explícito no compromisso exclusivo do jornal com o público consumidor.

São lacunas que o próprio Projeto Folha não esclarece, seja por suas contradições ou por sua superficialidade, evidenciando-se a coexistência dos paradoxos da imprensa nas sociedades capitalistas contemporâneas, de que fala Chauí (1986), e confirmando a proposição de Habermas (1984a) de que a imprensa quanto mais se comercializa mais se torna vulnerável. No caso específico da FSP, percebe-se que nem mesmo uma política editorial dita moderna, liberal, de cunho expressamente capitalista consegue ser aplicada com todo o rigor.

A análise dos resultados permite, pois, inferir que as hipóteses formuladas foram parcialmente confirmadas, nos seguintes aspectos:

a) a aplicação do conceito de notícia da *Folha*, entendido como "puro registro dos fatos", tendo na exatidão seu elemento chave, às vezes, é rigorosa. Tomando-se as 12 notícias que "mereceram" manchetes durante o período da amostra, a adequada aplicação do conceito ocorre em quatro, correspondendo a 33,33%. Por outro lado, em oito (66,67%) isso não acontece. A falta de exatidão é o principal obstáculo;

b) quanto aos critérios estabelecidos pelo Projeto Folha, no caso específico da produção noticiosa, os que foram detectados em maior grau são: "didatismo", "serviços" e "criticidade";

c) dentre as formas de falseamento da informação que foram detectadas na amostra estão a *espetacularização*, a *fragmentação*, a *personalização* e a *política do destaque e supressão de informações*;

d) as formas de manipulação do conteúdo noticioso operacionalizam-se, sobretudo na edição, chegando a haver oposição entre o corpo da notícia e manchete, título;

e) a categoria "política", a privilegiada pelo jornal, configura-se como a de maior incidência de deformação do conteúdo noticioso. Na maioria dos casos em que isso ocorre, justifica-se pela ênfase aos elementos singulares e sensacionalistas, bem como à aparência de realidade, mecanismos inerentes ao processo de transformação da notícia em mercadoria. Isso ocorre devido aos supostos interesses do seu "conjunto de leitores" e à ética mercadológica da FSP, que favorece a transformação das notícias em algo significativamente apelativo, sedutor, interessante e inédito para o seu público;

f) a própria *Folha*, sutilmente, em sua política editorial, é contraditória e favorece a deformação do conteúdo noticioso nas formas apontadas. Ao mesmo tempo em que é estabelecido um conceito de notícia que prima pela "neutralidade", por meio do "puro registro dos fatos" e da exatidão, são apresentados "critérios de importância da notícia" que estimulam o falseamento da informação. Dentre estes critérios, arrolados no Manual *da redação*, estão: *ineditismo*, *improbabilidade*, *interesse*, *apelo* e *empatia*. Dependendo da interpretação e do tratamento, eles podem propiciar o falseamento da informação;

g) em relação à análise do conteúdo noticioso da *Folha*, portanto, confirma-se, embora parcialmente, a hipótese de que o seu conceito de notícia e o conjunto das normas internas que formam sua política editorial tendem a dissimular o reforço de concepções preestabelecidas, ou seja, da visão particular de mundo do jornal como empresa (reforçando sua ética mercadológica de grande empresa capitalista), fundamentada em uma expressa concepção pré-formada da realidade. As deformações confirmam a outra hipótese de que essa dissimulação se operacionaliza na forma de elaboração do conteúdo noticioso, sobretudo no que diz respeito às técnicas específicas do processo de edição.

Agradecimentos

A Maria das Graças Targino, orientadora do trabalho original; Lavina Madeira Ribeiro, pela crítica aos originais; Tony M. Guedes, pelo apoio formal à composição dos originais.

BARROS, A. T. de. The ethics of market in the news production of *Folha de S. Paulo* newspaper. *Perspectivas*, São Paulo, v. 16, p. 265-294, 1993.

- **ABSTRACT:** *Analysis of the production of the news as it appears in the Folha de S. Paulo, with emphasis on the application of the concept of news publishing as applied to the current practices of this newspaper, as well as those of the "Projeto Folha". Identification of the principal ways in which news is falsified or manipulated. Adoption of a critical perspective of the news, including those concepts which consider news as information transformed into merchandise. Presupposition that basically the concept of news as produced by the FSP, as well as the criteria adopted by the "Projeto Folha", constitute, essentially, a marketing strategy allied to the merchandising ethics which are adopted by this newspaper. Utilization of documentary research and content analysis as techniques for collecting data. Utilization of a sampling taken from the FSP, in edition published from the 1st to the 12th of April, 1992. Partial confirmation of principal hypothesis. Identification of principal ways in which news is falsified and/or manipulated: to show off, fragmentation, personalization, politics of distinction and suppression of information.*
- **KEYWORDS:** *Sociology applied to communication; capitalist organization of the press; the press and capitalism; deformation of the news; Folha de S. Paulo; Projeto Folha.*

Referências bibliográficas

- CAPELATO, M. H. R. *Imprensa e história do Brasil*. São Paulo: Contexto/Edusp, 1988. 78p.
- CHAUÍ, M. *Imprensa e democracia 2. Folha de S. Paulo*, 2 jun. 1986. A-6.
- _____. *Imprensa e democracia 3. Folha de S. Paulo*, 9 jun. 1986a. A-6.
- _____. *Imprensa e democracia 4. Folha de S. Paulo*, 16 jun. 1986b. A-6.
- COMISSÃO INTERNACIONAL PARA O ESTUDO DOS PROBLEMAS DA COMUNICAÇÃO.
Características dominantes do conteúdo da comunicação. In: *Um mundo e muitas vozes: comunicação e informação na nossa época*. Rio de Janeiro: FGV, 1983. 499p.
- CUNHA, M. B. da. Análise de conteúdo, uma técnica de pesquisa. *Rev. de Biblioteconomia de Brasília*, v. 11, n. 2, p. 247-56, jul./dez. 1983.
- DINES, A. *O papel do jornal*, 5. ed. São Paulo: Summus, 1986. 160p.
- ENZENSBERGER, H. M. *Elementos para uma teoria dos meios de comunicação*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1987. 148p.
- FOLHA DE S. PAULO. *Manual geral da redação*. 2. ed. São Paulo, 1987. 214p.
- _____. *Novo manual da redação*. São Paulo, 1992. 331p.

- FRIAS FILHO, O. Apresentação. In: SILVA, C. E. L. da. *Mil dias: os bastidores da revolução em um grande jornal*. São Paulo: Trajetória Cultural, 1988. 218p.
- GENRO FILHO, A. *O segredo da pirâmide: para uma teoria marxista do jornalismo*. Porto Alegre: Tchê, 1987. 230p.
- GEYRHOFER, F. Aquiles com pólvora e chumbo: a fisionomia do jornalismo. In: MARCONDES FILHO, C. (Org.) *Imprensa e capitalismo*. São Paulo: Kairós, 1984, p. 15-169.
- HABERMAS, J. Do jornalismo literário aos meios de comunicação de massa. In: MARCONDES FILHO, C. (Org.) *Imprensa e capitalismo*. São Paulo: Kairós, 1984, p. 141-158.
- _____. *Mudança estrutural na esfera pública*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984a. 397p.
- HOBSBAWN, E. J. A origem da revolução industrial. In: _____. *Da revolução industrial inglesa ao imperialismo*. Rio de Janeiro: Forense-Universitária, 1986, p. 33-52.
- LAGE, N. *Estrutura da notícia*. 2. ed. São Paulo: Ática, 1987. 66p.
- LOPES, M. I. V. *Pesquisa em Comunicação*. São Paulo: Loyola, 1990. 148p.
- MARCONDES FILHO, C. *O capital da notícia: jornalismo como produção social de segunda natureza*. 2. ed. São Paulo: Ática, 1989. 188p.
- MARCONI, M. de A., LAKATOS, E. M. Técnicas de pesquisa. In: _____. *Técnicas de pesquisa*. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1990, p. 57-123.
- MENDES, A. M. T. O homem do DataFolha. *Imprensa*, v. 5, n. 3, p. 71-3, mar. 1992. (Entrevista concedida a Luiz Egypto)
- MOTA, C. G., CAPELATO, M. H. *História da Folha de S. Paulo*. São Paulo: Impress, 1980. 416p.
- ORTIZ, R. Cultura e mercado. In: _____. *Cultura e modernidade*. São Paulo: Brasiliense, 1991, p. 63-120.
- SANTOS, M. V. A testemunha ocular. In: *Folha de S. Paulo*, 9 fev. 1992. Caderno Brasil, p. 8.
- SILVA, C. E. L. da. *Mil dias: os bastidores da revolução em um grande jornal*. São Paulo: Trajetória Cultural, 1988. 218p.
- SODRÉ, N. W. *História da imprensa no Brasil*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1966. p. 33-40.