

UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM LINGUÍSTICA E LÍNGUA PORTUGUESA

FAZENDO GÊNERO EM JORNALISMO: OS PROJETOS EDITORIAIS DA FOLHA DE S. PAULO EM PERSPECTIVA DIALÓGICA

Assunção Cristóvão

ARARAQUARA – SP

2011

Assunção Cristóvão

FAZENDO GÊNERO EM JORNALISMO: OS PROJETOS EDITORIAIS DA FOLHA DE S. PAULO EM PERSPECTIVA DIALÓGICA

**Tese apresentada ao Programa de Pós-graduação
em Linguística e Língua Portuguesa da Faculdade
de Ciências e Letras da Universidade Estadual
Paulista – Câmpus de Araraquara, para obtenção
do título de Doutor.**

**Orientadora: Profa. Dra. Renata Coelho
Marchezan**

ARARAQUARA – SP

2011

Assunção Cristóvão

**Fazendo gênero em jornalismo: os projetos editoriais
da *Folha de S. Paulo* em perspectiva dialógica**

Tese apresentada ao Programa de Pós-graduação em
Linguística e Língua Portuguesa da Faculdade de
Ciências e Letras da Universidade Estadual Paulista –
Câmpus de Araraquara, para obtenção do título de
Doutor.

Banca Examinadora

Profa. Dra. Renata Coelho Marchezan
(orientadora)

Data de aprovação: _____

Araraquara - SP

Para Maria, minha mãe
(*in memoriam*)

AGRADECIMENTOS

À minha orientadora, sempre, por tudo.

Ao João, meu marido, e ao Arthur, meu filho, os homens da minha vida.

Ao Gustavo, Michele, Nádia e Jonas, pela paciência e pelo auxílio no trabalho.

À Pri, pelo apoio na fase final.

Aos meus amigos e familiares, pelas ausências todas.

Ao prof. Federico Pellizzi, pela generosidade.

À Marina, por essa capa maravilhosa.

À Maria Cecília Barbosa Lima, pela solicitude.

À Capes, pela concessão da bolsa PDEE.

À Uniara, na figura do prof. dr. Luiz Felipe, pelo apoio incondicional.

À Unesp, pela estrutura oferecida por meio de seus funcionários e professores.

O excedente da minha visão contém em germe a forma acabada do outro, cujo desabrochar requer que eu lhe complete o horizonte sem lhe tirar a originalidade. Devo identificar-me com o outro e ver o mundo através de seu sistema de valores, tal como ele o vê; devo colocar-me em seu lugar, e depois, de volta ao meu lugar, completar seu horizonte com tudo o que se descobre do lugar que ocupo, fora dele; devo emoldurá-lo, criar-lhe um ambiente que o acabe, mediante o excedente de minha visão, de meu saber, de meu desejo e de meu sentimento. (BAKHTIN, 2000, p. 45)

RESUMO

Este trabalho investiga, sob a perspectiva dialógica do chamado Círculo de Bakhtin, os projetos editoriais e gráficos do jornal *Folha de S. Paulo*, produzidos a partir da década de 70. São analisadas suas características como gênero do discurso, composto por enunciados que manifestam valores e gerados por membros da esfera de atividade composta, em sua maioria, por jornalistas. O trabalho coteja os projetos editoriais da *Folha* com um exemplar de projeto editorial da revista *Superinteressante* e também os vários projetos da *Folha* entre si, com o objetivo de captar sua dinamicidade, sua evolução histórica, o amadurecimento de sua conceituação de jornalismo e de sua visão como empresa. A análise mostra que o jornal precisou se modificar para enfrentar a concorrência provocada pelos outros jornais, pela televisão e, em especial, pelo novo tratamento dado à informação após o desenvolvimento da internet e que, nesse percurso de mais de trinta anos de vigência dos projetos editoriais, solidificou sua visão como empresa e sua noção da informação como mercadoria.

Palavras-chave: projeto editorial; gênero do discurso; jornalismo; Folha de S. Paulo.

ABSTRACT

This study aims to investigate, from the dialogic perspective of Bakhtin's Circle, the editorial and graphic projects of the newspaper *Folha de S. Paulo*, which were done from the decade of 1970 onwards. Some of the features analyzed here belong to the discourse, taken as a genre, which is composed of utterances that manifest values and are generated by members of the particular sphere of activity mostly made up of journalists. The study compares the editorial projects of *Folha* with a volume of editorial project of the magazine *Superinteressante*, as well as *Folha*'s projects with one another, aiming to capture their dynamic nature, their historical evolution, the establishment of their conceptualization of journalism and the position as a company of the that newspaper as manifested in their texts. The analysis shows that the newspaper found it necessary to change in order to face the competition from other newspapers, television and, above all, from the new treatment given to information with the creation of the Internet. It also shows that, in this period of over 30 years of editorial projects, *Folha* solidified its vision as a company and its notion of information as a commodity.

Keywords: newspaper editorial project; discourse; journalism; *Folha de S. Paulo*

SUMÁRIO

Introdução	10
Mapeando um gênero: conceitos operatórios	18
A questão do enunciado	25
Uma leitura do conceito de autoria: a autobiografia	32
A noção de esfera de atividade.....	35
O jornalismo e alguns de seus gêneros	39
Notícia.....	50
Editorial.....	53
Artigo de opinião.....	57
O gênero projeto editorial.....	60
Cotejando projetos	70
Conteúdo temático, configuração formal e estilo.....	73
A voz do autor.....	76
Pessoa verbal	80
Estilo.....	84
A imagem do leitor	86
Percurso dos Projetos Editoriais (PEs)	90
Elos de uma grande corrente.....	93
PE 1978 – guinada à esquerda	102
PE 1981 – um jornal de opinião.....	113
PE 1982 – apartidarismo profissional.....	119
PE 1984 – união pelas Diretas-já	124
PE 1985 – o reinado do leitor	128
PE 1986-1987 – a informação exclusiva.....	133
PE 1988 – o avanço da concorrência.....	137
PE 1997 – “sujeição” às leis do mercado.....	142
O jornalista, a <i>Folha</i>, o leitor	147
O jornalista.....	147
A <i>Folha</i>	154
O leitor	160
Discurso verbal e não verbal: o projeto gráfico	169
A abordagem da linguagem não verbal nos PEs.....	169
Jornal do futuro.....	174
Considerações finais.....	184
Referências bibliográficas	188



INTRODUÇÃO

As intensas transformações tecnológicas no mercado das comunicações verificadas a partir da década de 70 do século passado, em especial o advento e a popularização da televisão, afetaram o jornalismo impresso, obrigando-o a se modificar profundamente.

Mais recentemente, ao som e à imagem em movimento da televisão, vieram se somar a agilidade, o baixo custo e a acessibilidade da internet no gerenciamento das informações.

Restava à imprensa se modernizar, buscar caminhos alternativos que preenchessem as novas necessidades de seu público por informações atualizadas num ritmo cada vez mais intenso, com imagens cada vez maiores e definidas, movimento, rapidez, velocidade e dinamismo. O desafio era assimilar essas novas características e, ao mesmo tempo, preservar (nos casos em que já existissem) ou desenvolver aspectos como confiabilidade, seriedade, credibilidade e análise aprofundada dos acontecimentos – e por que não? - dos processos que os envolvem.

Foi a partir desse período, a década de 70 do século XX, que o jornal *Folha de S. Paulo*, a exemplo de outros veículos de comunicação em todo o mundo, iniciou uma série de reformulações editoriais e gráficas. O pioneirismo e a ousadia dessa iniciativa renderam ao jornal a liderança no mercado brasileiro de veículos impressos. Essa liderança teria sido abalada apenas em alguns meses de 2010. Segundo dados do Instituto Verificador de Circulação – IVC (o Instituto divulga esses dados apenas para seus clientes, e nem todos têm interesse de divulgá-los publicamente; por isso, os resultados aqui citados não são oficiais, ou seja, não foram extraídos diretamente das fontes que os geraram) de 2010¹, os líderes de venda no início daquele ano eram jornais populares e pouco tradicionais. Eram eles, pela ordem: *Super Notícia* (MG), com uma média de 303.269 exemplares diários, e *Extra* (RJ), com 302.697 exemplares; a *Folha* aparecia em terceiro lugar em circulação, com 292.626 exemplares diários, seguida pelo *O Globo*, com 251.525, e *O Estado de S. Paulo*, com 230.051 exemplares.

¹ Ver, por exemplo, em <http://jornale.com.br/zebetto/2010/05/07/os-maiores-jornais/> ou em <http://www.advivo.com.br/blog/flipe/inacreditavel-super-noticia-e-o-maior-jornal-do-pais>, acessados em 21/03/2011.



A *Folha* publicaria, em fevereiro de 2011, matéria anunciando a retomada da sua liderança (FOLHA DE S. PAULO, 2011, p. B4): “Pelo terceiro mês consecutivo, a **Folha** manteve a média diária de vendas acima dos 300 mil exemplares, consolidando-se na liderança do mercado de jornais. Nenhum outro rompeu essa marca”. A matéria considerou o fenômeno ocorrido no início de 2010, com o *Super Notícia* na liderança, como uma “expansão” dos jornais populares “durante a crise”, num momento em que os títulos “nacionais” “pisaram no freio”, segundo o jornal, ou seja, ocasião que, em consequência da crise econômica, houve contenção de despesas. “Naquele momento”, afirmou a *Folha*, “os ‘populares’ apostaram na venda do jornal atrelada a brindes. Os analistas do IVC previam que essa estratégia seria insustentável” (p. B4).

Independentemente dos rumos e das oscilações do mercado, não há como negar: o jornal *Folha de S. Paulo* marcou de forma indelével o jornalismo brasileiro, desde seu nascimento, em 1921, até os dias de hoje, e de forma mais marcada nestes últimos quarenta anos, num processo que se iniciou com o fim da ditadura militar no Brasil e que se estende até hoje quando, apesar da crise por que passa o jornalismo impresso², o veículo continua sendo o de maior circulação no país, com uma média diária de vendas de 300 mil exemplares, seguido pelo *O Globo*, com 277,6 mil, e pelo *O Estado de S. Paulo*, com 253,6 mil (FOLHA DE S. PAULO, 2011, p. B4).

Assim como a *Folha*, todo o jornalismo mundial vive uma fase de incertezas. A revolução digital que – imaginou-se inicialmente – faria uma transposição do meio papel para o universo *on-line*, criando o *webjornalismo*, jornalismo *on-line* ou jornalismo cibernético, acabaria tendo consequências devastadoras para a imprensa que se conhecia até o início do século XXI.

As conquistas obtidas com os modernos sistemas de impressão já não eram páreo para os meios digitais, e a revolução *on-line* está ainda apenas começando. Os recursos visuais e gráficos oferecidos pelo suporte digital são praticamente infinitos, assim como infinitas são as vezes em que podem ser modificados, a notícia ampliada, os sistemas de som e imagem inseridos para dar forma e conteúdo à informação. Com isso, a transmissão da notícia em primeira mão - o furo de reportagem - virou objeto de utopia jornalística e matéria de livros de curiosidades acerca da história dessa atividade.

² Ver, por exemplo, em

<http://economia.ig.com.br/empresas/comercioservicos/crise+acentua+problemas+estruturais+dos+jornais+impressos/n1237667909204.html>, acessado em 30/03/2011.



A globalização e o desenvolvimento tecnológico também subverteram, como se sabe, as noções de espaço/tempo, e novamente o jornalismo como empresa precisou se modificar. Num primeiro momento, os jornais diminuíram seu quadro de pessoal, porque a tecnologia permitiu reduzir os recursos humanos numa escala jamais vista antes. Exemplos de como esses aspectos interferiram na dinâmica das redações são inúmeros. A introdução de novidades, como as máquinas fotográficas digitais, possibilitaram a muitos repórteres também fazer suas próprias fotos, seja pela portabilidade do equipamento, seja pela possibilidade de avaliar a qualidade do material fotográfico sem necessidade da revelação em papel. Além disso, *e-mails* e *chats* passaram, pela sua dinâmica, a substituir entrevistas face a face, economizando tempo de transporte, uso de táxis e contratação de motoristas. Por fim, também acabou sendo suprimida a figura do copidesque, profissional responsável pela revisão de texto, e alguns diagramadores ou profissionais de *design* gráfico foram substituídos por repórteres que dominavam a editoração eletrônica.

Muitos jornais acabaram com a função de correspondente internacional, porque as agências de notícias cuidavam de abastecer as redações de todo o mundo, e certamente os tradutores instantâneos, dos quais o *Google Translator* disponível no navegador *Google Chrome* é a versão mais moderna, cuidarão, uma vez aperfeiçoados, de eliminar ainda mais as barreiras espaciais, linguísticas e de informação em todo o mundo, já que é possível ler hoje jornais *on-line* em qualquer língua e a qualquer momento.

Como os jornais impressos estão se preparando para enfrentar novidades que surgem diariamente e um futuro mais nebuloso ainda? Como arcar com os altos custos de um complexo sistema de produção, vendas de publicidade e distribuição, e lucrar com isso, num universo em que, teoricamente, qualquer pessoa pode produzir/gerar a notícia e distribuí-la com apenas um clique, também teoricamente, a um universo de milhares de pessoas a custo ao menos pensado como zero? Como o jornalismo vem se adaptando às circunstâncias históricas e às mudanças tecnológicas do país para chegar ao estágio em que se encontra hoje?

Visando a lançar alguma luz sobre essas perguntas, esta pesquisa de doutorado elegeu como *cópus*³ de estudo os oito projetos editoriais do jornal *Folha de S. Paulo*. Os de 1981, 1984, 1985, 1986, 1988 e 1997 podem ser encontrados no site do jornal na internet (http://www1.folha.uol.com.br/folha/conheca/linha_editorial.shtml) e estão no volume de

³ Usa-se, aqui, a grafia portuguesa *cópus*, conforme prevêem PRADO, J. B. T. Por uma normatização ortográfica de palavras latinas incorporadas ao português. In: *Caderno de Letras da UFF*, n° 35 – “Patrimônio cultural e latinidade” (ISSN 1413-053X). Niterói (RJ) UFF-Instituto de Letras, 1º. sem. de 2008, p. 37-48; e NEVES, M. H. M. O campus da discórdia. *Língua Portuguesa*, v. 31, p. 56-59.



Anexos deste trabalho (páginas A-17, A-32, A-38, A-48, A-54 e A-62, respectivamente). O de 1978 não consta do volume de Anexos desta tese porque dele se tem apenas referências e alguns trechos, obtidos em três publicações do jornalista Carlos Eduardo Lins da Silva (1987: *passim*; 1988: *passim*; 2005: *passim*). O de 1982, também extraído da publicação de Silva de 1987 (p. 254), mas ausente do material disponibilizado pela *Folha* na internet, consta dos Anexos (p. A-24). Foram objeto de análise, também, três projetos gráficos, de 2000, 2006 e 2010 [estes constam dos Anexos (páginas A-77, A-80 e A-85, respectivamente) como matérias jornalísticas publicadas pelo jornal descrevendo apenas suas linhas gerais. Caso esses projetos existam, o jornal não os divulga nem os formaliza como documentos específicos].

Ainda que a análise desse material não tenha gerado respostas definitivas às perguntas elencadas acima, ela permitiu, ancorada na perspectiva sócio-histórica - incluindo-se aí os aspectos político, econômico e social observados nas fases em que foram produzidos os projetos – identificar relações entre o jornal e seus leitores, seus funcionários, o mercado no qual está inserido, o panorama histórico e social do país, num processo que certamente determinou a concretização da estrutura de que esse veículo de comunicação desfruta hoje. É bom salientar que esta tese representou uma retomada da dissertação de mestrado “O projeto editorial da *Folha de S. Paulo* sob a perspectiva do Círculo de Bakhtin”, defendida em 2005 também sob orientação da Profa. Dra. Renata Coelho Marchezan. Desta vez, a análise recaiu sobre todos os projetos editoriais e gráficos do jornal, e não apenas sobre o de 1997, cópula principal daquele trabalho e referência também deste, uma vez que é o projeto ainda em vigor do jornal. Para isso, muito do que foi analisado foi aqui recuperado.

Objetivou-se, com a análise desse material produzido nos últimos 40 anos, mostrar que, apesar das estabilidades verificáveis na sua estrutura como gênero discursivo, tal como o define Mikhail Bakhtin e seu círculo de estudos⁴, por reproduzirem elementos tais como o conteúdo temático, traços formais e de estilo verbal, houve uma transformação nesses mesmos elementos, provavelmente em função da relação dialógica mantida pelo jornal com o universo mutável que o circunda e com seus interlocutores diretos e indiretos, entre eles seu leitor, seus anunciantes, os sucessivos governos, a situação mundial, o desenvolvimento da concepção de jornalismo e até o desenvolvimento tecnológico.

⁴ Círculo de Bakhtin é o nome que se dá ao pensamento constituído não só pela obra do filósofo Mikhail Bakhtin mas também pelos intelectuais de áreas diversas que com ele participaram de discussões entre as décadas de 1920 e 1970. Sobre o assunto ver: Braith, B (org.) *Bakhtin e o Círculo*. São Paulo: Contexto, 2009.



A escolha, como corpus da pesquisa, dos projetos editoriais e gráficos, deu-se em função de esse gênero de discurso apresentar aspectos peculiares e reveladores dos métodos, processos e atitudes que o jornal declara esperar transmitir ao seu público e, mais do que isso, reveladores da visão que o jornal tem do seu leitor, da sua atividade - o jornalismo - e da sua visão de mundo.

Esses textos, formulados geralmente pela cúpula dos veículos de comunicação e na maioria das vezes não divulgados publicamente, como se verá adiante, podem ser considerados textos jornalísticos, afinal, pertencem ao universo do jornalismo e, na maioria das vezes, são produzidos por jornalistas. Apesar disso, não cumprem uma das metas fundamentais que caracterizam o texto jornalístico: a informatividade como função primordial. Em vez do objetivo de informar, sua finalidade primeira é a de prescrever condutas, formas de atuação editorial, posturas ideológicas, etc. Vale lembrar que esses textos têm como público-alvo declarado os próprios jornalistas, e não os públicos usuais dos veículos de comunicação.

Os projetos editoriais visam a determinar as feições ideológicas do jornal, ou a maneira pela qual ele quer ser reconhecido, da mesma forma que influenciarão outros gêneros, a começar pelos manuais de redação e estilo que, por sua vez, determinam as feições dos textos de gênero jornalístico. Tais características, aliadas ao fato de serem documentos restritos, fazem dos projetos editoriais um terreno fértil de análise discursiva, porém permanecem desconhecidos da academia, o que lhes confere o ineditismo desejável para uma investigação científica apropriada para uma tese de doutorado.

A análise pretendeu mostrar o quanto os projetos editoriais e gráficos da *Folha* estão impregnados – assim como qualquer discurso – de uma interlocução dialógica com seus públicos diretos e indiretos. Assim é que os variados projetos analisados, sejam editoriais ou gráficos, aparecem neste trabalho sempre como uma resposta, um aparte, um recuo, uma adaptação, uma manifestação em relação a algo – nunca um avanço isolado, mas sempre em relação a; um ato responsivo, portanto.

Pretendeu-se identificar nesses projetos, com embasamento sempre nas contribuições do chamado Círculo de Bakhtin, uma resposta do jornal a apelos do seu tempo, seja para, aparentemente, atender e antecipar o clamor popular pela abertura política, como se verifica no projeto de 1978, seja para contemplar uma necessidade de preservação do veículo no mundo empresarial com os projetos subsequentes, num movimento dinâmico de manutenção ou alteração dos rumos anteriormente definidos. Isso fica claro, ainda mais agora, com o



advento e a consolidação da *internet*, momento em que, no mundo todo, nota-se um acentuado recuo na atividade jornalística, pelo menos na sua manifestação impressa. Os projetos da *Folha* explicitam esse movimento, em especial pela opção ou pela priorização de lançamento de projetos gráficos nos últimos anos em detrimento de projetos editoriais: foram oito projetos editoriais (1978, 1981, 1982, 1984, 1985, 1986, 1988 e 1997) até a década de 90 e, depois disso, pelo menos três projetos gráficos (2000, 2006 e 2010).

Note-se que os projetos editoriais eram lançados inicialmente quase ano sim, ano não, com uma pausa de nove anos entre o de 88 e o de 97 e, agora, com um hiato de quatorze anos sem novas edições. Por sua vez, vêm lhes sucedendo os projetos gráficos, com três grandes alterações nos últimos dez anos.

Uma das hipóteses, principalmente em referência às grandes alterações gráficas introduzidas pelo jornal, é justamente a necessidade de o veículo em papel competir com o ambiente *on-line*, que subverteu o conhecimento que se tinha até então de um leitor-padrão de jornal. Os projetos estão ampliando o espaço de fotos e imagens para competir com o dinamismo da *internet*? O que esses projetos revelam sobre a visão do jornal a respeito do seu público?

O quadro teórico do dialogismo, como são chamadas as contribuições do Círculo de Bakhtin, e particularmente a noção de gênero do discurso foram as ferramentas principais da análise aqui empreendida. À preocupação de analisar a constituição e o funcionamento do *projeto editorial* se somou um cuidado especial em não limitar o trabalho a uma mera descrição das características desse discurso tão peculiar, uma vez que o quadro teórico do dialogismo e a própria noção de gênero do Círculo de Bakhtin alertam para o fato de que nenhum gênero pode ser dissociado da atividade humana, das relações sociais, históricas e ideológicas que lhe deram origem. É num amplo, complexo e dialógico cenário que os gêneros surgem e se modificam. Assim, tal análise teve como finalidade a possibilidade de opor, contrastar cada exemplar dos projetos editoriais da *Folha* para, desta forma, poder captar não a sua forma cristalizada, mas o percurso adotado pelo jornal, ou seja, seu dinamismo.

Por se tratar de uma análise de gênero consoante com o pensamento bakhtiniano, partiu-se de um pressuposto teórico segundo o qual o projeto editorial é visto como um gênero de discurso em constante mutação, apesar das estabilidades que o definem. Ou seja, assim como sugere a teoria, este estudo se deteve nas estabilidades daquele gênero específico, para que pudessem ser identificadas suas finalidades e, a partir de suas constâncias, identificados



os seus sentidos; porém sem esquecer que suas instabilidades e evolução temporal definem outros e tão importantes aspectos quanto os da estabilidade.

Buscou-se, ainda sob o viés teórico dialógico, identificar os traços de identidade do jornal, seu “eu”, sua autoria e, a partir dela, seu “outro”, ou seja, os seus múltiplos interlocutores, um estilo, e variados sentidos que circulam nesses textos voltados ao público interno do jornal. Apesar de serem dirigidos aos funcionários internos, os projetos editoriais da *Folha* foram os primeiros, entre todos os grandes jornais do País, a serem divulgados oficialmente para o público, o que, de certa forma, já altera a particularidade inicial desse gênero do discurso, uma vez que a condição de texto restrito é reveladora para a caracterização do seu gênero e para a identificação dos sentidos por ele expressos. Como se verá neste trabalho, ao se contrastarem os projetos editoriais da *Folha* com projeto editorial de outro veículo de comunicação que não foi divulgado ao público, há alterações substanciais na caracterização do gênero entre um e outro exemplar.

A hipótese deste trabalho é a de que os projetos editoriais e gráficos, pela singularidade e importância desse gênero particular de discurso, são uma importante e reveladora ferramenta para o desvendamento do tipo de veículo de comunicação impresso que é o jornal. Talvez mais revelador ainda nesta época, em que o desenvolvimento tecnológico provocou uma verdadeira revolução no comportamento do público que recebe a informação, revolução que poderá definir inclusive o futuro e a sobrevivência dos jornais impressos.

Portanto, considerou-se necessário o estudo dos projetos editoriais e gráficos de jornais em geral, e da *Folha* em particular, dados o ineditismo dessa análise na área deste trabalho, assim como no campo da comunicação, e também seu papel como recurso de desvendamento dos discursos midiáticos, principalmente neste momento de intenso desenvolvimento tecnológico, que dificulta a formulação de hipóteses de futuro para as novas ou velhas mídias, mas que, por outro lado, ilumina o cenário do presente.

O trabalho está dividido em seis partes. A primeira delimita as ferramentas de análise, especificando e discutindo o entendimento que se tem do conceito bakhtiniano de gênero de discurso, enunciado e esfera de atividade, componentes de um quadro teórico mais amplo do dialogismo, “princípio unificador da obra de Mikhail Bakhtin” (FIORIN, 2008, p. 18).

A seguir, revisitou-se a literatura a respeito dos gêneros em jornalismo, numa breve pincelada das vertentes linguísticas e de comunicação sobre o tema. Abordou-se, ainda, a forma com que o jornal *Folha de S. Paulo* descreve alguns de seus gêneros nos seus manuais



de comunicação e estilo. Nesse capítulo, “projeto editorial” foi situado como gênero, a fim de possibilitar uma análise mais aprofundada.

A terceira parte analisa o projeto da *Folha* como gênero do discurso e o coteja com um exemplar do projeto editorial da revista *Superinteressante*. A análise desses textos mostrará que, provavelmente por ter sido concebido sem a finalidade de divulgação pública, o projeto da *Superinteressante* tem forma, conteúdo e estilo de algum modo diversos do projeto do jornal, ainda que pertençam ao mesmo gênero discursivo.

A quarta parte procura fazer um percurso cronológico dos projetos, contrapondo-os à conjuntura que, imagina-se, pode ter definido seus caminhos, suas escolhas futuras e transformado o jornal naquilo que é hoje. A pesquisa mostrou avanços e recuos, escolhas e resignações, mas, sobretudo, os dilemas do veículo para conciliar seus objetivos como atividade empresarial e atividade jornalística.

A quinta parte identificou nos projetos editoriais da *Folha* indícios de como o jornal vê o seu profissional jornalista, o seu leitor e a si mesmo. Sob o viés do dialogismo, buscou-se a imagem do “outro” nos projetos: o outro a quem me dirijo diretamente, o outro para quem volto as minhas prescrições e o outro “eu mesmo”.

Por fim, a análise do gênero discursivo, em especial no seu aspecto estilístico, conduziu à discussão da relação entre linguagem verbal e linguagem não verbal, representadas pelos projetos editoriais e gráficos. Com a convicção de que ambas as linguagens igualmente comunicam, possuem sentido, busca-se descobrir alguns desses sentidos expressos pelos projetos gráficos da *Folha*, com destaque para a última reforma gráfica, datada de 2010.

O que esta tese busca, então, é um conhecimento mais aprofundado dos projetos editoriais do jornal *Folha de S. Paulo*, obtido a partir da leitura dos principais conceitos do Círculo do Bakhtin para, por meio do conhecimento provocado por essa análise, trazer para a área dos estudos do discurso uma nova possibilidade de visão da mídia, em especial de um dos jornais que mais marcou a história da imprensa brasileira.



MAPEANDO UM GÊNERO: CONCEITOS OPERATÓRIOS

O quadro teórico aqui utilizado para o estudo de gênero de discurso foi aquele desenvolvido por Mikhail Bakhtin e seu círculo de estudos, que trouxe importantes contribuições para as pesquisas linguísticas, literárias e filosóficas no século XX e no primeiro decênio do século XXI, e cujo impacto foi o de uma verdadeira revolução na abordagem do tema.

A adoção desse conceito para o desenvolvimento da pesquisa teve motivos diversos; entre os principais estão a sua utilidade metodológica no estudo dos gêneros, sobretudo os mais contemporâneos; a noção de que o gênero está em permanente modificação; a abrangência do conceito, que permite o estudo dos discursos do cotidiano, a partir de um enfoque que pode ser estendido aos gêneros do tipo secundário, noção sobre a qual este trabalho se deterá mais adiante. Adota-se esse conceito também por entender que ele inova em relação à concepção clássica, ao priorizar não o seu aspecto formal, as características imutáveis e comuns a representantes de mesmo gênero, mas a interação, numa perspectiva sócio-histórica, da comunidade que os produz, e que Bakhtin irá denominar *esfera de atividade*, como será visto nesta seção.

O texto “Os gêneros do discurso”, de Bakhtin (2000, p. 279-326), e a obra *Marxismo e Filosofia da Linguagem*: problemas fundamentais do método sociológico na ciência da linguagem⁵, de Voloshinov, principalmente, ampliam a possibilidade de estudo dos gêneros a partir do momento em que identificam uma gama enumerável deles na comunicação humana, porém não de forma subjetiva e abstrata, mas num quadro teórico amparado não apenas nos gêneros artísticos ou retóricos, mas também nos da vida cotidiana. Esses estudos mostram que o falante comum, pouco afeito aos estudos da linguagem, usa o gênero com naturalidade, sabe diferenciá-los. O falante, o escritor, que seja, antecipa o gênero a partir do seu objetivo na

⁵Apesar de este trabalho assumir a autoria de Voloshinov para a obra em questão, conforme sugestão de meu orientador italiano Federico Pellizzi, da Università di Bologna, em sessões de orientação mantidas durante estágio PDEE proporcionadas por bolsa da Capes, manteve-se, como referência bibliográfica, a indicação da edição brasileira de 1999, atribuída a Bakhtin.



utilização da língua: de acordo com seu propósito, escolherá um bilhete, um conto, uma ordem, um aviso, uma carta, um telefonema, um e-mail, etc.

Por isso, segundo Bakhtin (2000, p. 302), essa enorme gama de gêneros - que ele exemplifica, identificando-os, na vida social, com os fáticos, os das felicitações, os dos votos, os das trocas de novidades, etc - deve-se ao fato de eles variarem conforme as circunstâncias, a posição social dos falantes, o grau de relacionamento entre eles, etc..

Apesar de sua grande variedade, essas construções não são ilimitadas nem ao menos livres de normas. Ao contrário, são enunciados possuidores de formas típicas, reconhecíveis por estabilidades.

Aprendemos a moldar nossa fala às normas do gênero e, ao ouvir a fala do outro, sabemos de imediato, bem nas primeiras palavras, pressentir-lhes o gênero, adivinhar-lhes o volume (a extensão aproximada do todo discursivo), a dada estrutura composicional, prever-lhe o fim, ou seja, desde o início, somos sensíveis ao todo discursivo que, em seguida, no processo da fala, evidenciará suas diferenciações. Se não existissem os gêneros do discurso e se não os dominássemos, se tivéssemos de criá-los pela primeira vez no processo da fala, se tivéssemos de construir cada um de nossos enunciados, a comunicação verbal seria quase impossível. (2000, p. 302)

Alguns especialistas julgam que o conceito de gênero bakhtiniano peca por sua amplitude, pela imprecisão de termos e porque, principalmente no texto *Os gêneros do discurso*, em que se aborda diretamente essa questão, a concepção de gênero proposta está mais diretamente relacionada aos gêneros do cotidiano. Um desses mais ferozes críticos é Patrick Sériot, para quem, especialmente no tratamento dado à questão do gênero, outros membros do Círculo e outros pensadores da URSS seriam superiores. Para Sériot, “se Bakhtin é tão facilmente considerado único, é porque ele é o único a ser traduzido” (Sériot, 2010, p. 76).

Certamente não é objetivo deste trabalho tomar partido nessa polêmica. As reflexões de Bakhtin e de seu Círculo abrem uma perspectiva de estudo que se mostrou reveladora na análise do jornalismo, em sentido lato, e no gênero projeto editorial, em particular, e o arsenal teórico legado por ele e seu círculo de estudos será capaz, como se pretende mostrar, de revelar particularidades e sentidos na relação do jornalismo com a sociedade e com a história,



pela utilização não apenas da noção de gênero, mas pelo quadro teórico mais amplo do Círculo, amparado pela noção de dialogismo.

Por todos esses aspectos que justificam a eleição do aparato teórico bakhtiniano neste estudo, não se julgou necessário o aprofundamento na distinção dos termos “gênero” e “tipologia textual” ou outras terminologias utilizadas por especialistas na discussão do assunto. O termo adotado por este trabalho será *gênero do discurso* ou *gênero discursivo*, que Bakhtin define desta forma:

Qualquer enunciado considerado isoladamente é, claro, individual, mas cada esfera de utilização da língua elabora seus *tipos relativamente estáveis* de enunciados, sendo isso que denominamos *gêneros do discurso*. (BAKHTIN, 2000, p. 279)

Esta seção buscará elucidar sua definição de *gênero*. Para isso, serão abordados outros conceitos, como o de *enunciado* e *esfera*, e se falará sobre o princípio fundamental da concepção bakhtiniana da linguagem: o *dialogismo*, que não pode ser dissociado do conceito de gênero até porque o diálogo, à maneira como é compreendido por Bakhtin, é parte constituinte de todo discurso.

A respeito do conceito de dialogismo, diz Fiorin:

Segundo Bakhtin, a língua, em sua totalidade concreta, viva, em seu uso real, tem a propriedade de ser dialógica. Essas relações dialógicas não se circunscrevem ao quadro estreito do diálogo face a face. Ao contrário, existe uma dialogização interna da palavra, que é perpassada sempre pela palavra do outro, é sempre e inevitavelmente também a palavra do outro. Isso quer dizer que o enunciator, para constituir um discurso, leva em conta o discurso de outrem, que está presente no seu. Ademais, não se pode pensar o dialogismo em termos de relações lógicas ou semânticas, pois o que é diálogo no discurso são posições de sujeitos sociais, são pontos de vista acerca da realidade. (1997, p. 229-230)

No contato com o outro, o indivíduo se coloca sempre a partir do seu espaço social, das suas relações de poder - na família, no trabalho, com os amigos, na sociedade, na hierarquia social - enfim, em cada campo, em cada esfera haverá uma posição “permitida”, uma possibilidade de diálogo, de comunicação, de interação, que levará sempre em conta a



posição e o lugar do outro. O outro, então, é parte fundamental nesse processo, pois é a partir dele e de seu “lugar” nesse processo que se estabelecerá o discurso.

Também o termo *diálogo*, citado acima, precisa ser delimitado a partir da concepção que se faz com a leitura dos textos produzidos pelo Círculo de Bakhtin. Em seu sentido estrito, é compreendido como “uma das formas, é verdade que das mais importantes, da interação verbal” (Bakhtin, 1999, p. 123). Mas num sentido amplo, o termo se estende para “não apenas como a comunicação em voz alta, de pessoas colocadas face a face, mas toda comunicação verbal, de qualquer tipo que seja” (p. 123). Voloshinov atribui, por exemplo, ao livro, esse estatuto de comunicação verbal, portanto, objeto de diálogo, por ser orientado em função de intervenções anteriores dentro de uma mesma *esfera de atividade*, conceito sobre o qual este trabalho se deterá ainda neste capítulo. “Assim, o discurso escrito é de certa maneira integrante de uma discussão ideológica em larga escala: ele responde a alguma coisa, refuta, confirma, antecipa as respostas e objeções potenciais, procura apoio, etc.” (p. 123).

Conforme acentua Marchezan,

[...] o diálogo interessa aos dois domínios de reflexão, tanto à comunicação quanto à linguagem, quando é o caso de distingui-los, tarefa ingrata, no conceito bakhtiniano, em que há uma profusão de termos, e de suas traduções, que se relacionam, se articulam. (2006, p. 116)

A inter-relação entre os conceitos de gênero e diálogo também é lembrada por Marchezan, que assinala o diálogo, em sua relação com o gênero, “como o conceito fomentador e organizador da reflexão, como a unidade de base necessária e primordial, requerida por Bakhtin, para a classificação dos gêneros” (2006, p. 119).

Para Machado (2005, p. 153), “mais do que reverter o quadro tipológico das criações estéticas, o dialogismo, ao valorizar o estudo dos gêneros, descobriu um excelente recurso para ‘radiografar’ o hibridismo, a heteroglossia e a pluralidade de sistemas de signos na cultura”. A autora considera o conceito uma importante ferramenta metodológica de análise dos gêneros discursivos. Afinal, diz a pesquisadora:



[...] ao refletir sobre o diálogo como forma elementar de comunicação, Bakhtin valorizou, indistintamente, esferas de usos da linguagem que não estão circunscritas aos limites de um único meio. Com isso, abriu caminho para as realizações que estão além dos domínios da voz como, por exemplo, os meios de comunicação de massa ou as mídias eletrônico-digitais. Meios, evidentemente, não estudados por ele. Graças a essa formulação, o campo conceitual do dialogismo não foi simplesmente transportado, mas sim pode ser visto como uma reivindicação de vários contextos e sistemas de cultura. (2005, p. 163)

As contribuições teóricas dessa perspectiva dialógica são importante ferramenta para o estudo a que se propõe esta tese, na medida em que permitem encarar os projetos editoriais da *Folha de S. Paulo* como gêneros discursivos, cada exemplar como ato responsivo único e particular, mas, ao mesmo tempo, uma retomada de discursos outros, intensamente repetidos num processo sem início nem fim. Gêneros discursivos porque mantêm estabilidades, embora relativas, e, paradoxalmente, porque nunca se repetem. Gêneros que se fundamentam num conceito dialógico uma vez que, naquilo que têm de novo e de velho, são perguntas e respostas ao mesmo tempo. Cada projeto é formulado como resposta a uma necessidade de mudança constatada por seus produtores/autores e, dessa forma, constitui-se um ato responsivo à maneira de que fala Bakhtin. Ao mesmo tempo, gera respostas de seus interlocutores, constituindo-se, portanto, como diálogo, ainda que não aquele efetuado face a face, uma das características principais do gênero do discurso primário, como se verá.

Ao denominar gêneros do discurso os tipos “relativamente estáveis de enunciados”, Bakhtin refere-se a fenômenos linguísticos ou a enunciados reconhecíveis por conservarem certa estabilidade na manutenção de elementos, tais como o conteúdo temático, a configuração formal ou plano composicional (estrutura formal dos textos pertencentes ao gênero) e o estilo verbal (que leva em conta as questões individuais de seleção e opção de recursos lexicais, fraseológicos e gramaticais). Grillo (2004) considera o conteúdo temático o mais difícil de ser apreendido, por ser facilmente confundido com “assunto” ou “do que se fala”.



O conteúdo temático do gênero é o resultado da inter-relação entre uma esfera social da comunicação verbal, os aspectos composicionais e o estilo, o que produz um real significado a partir de um juízo de valor. Em vez de uma forma na qual viriam se alojar os conteúdos ideológicos, o gênero já é uma interpretação do real a partir de um lugar social de produção da linguagem. (GRILLO, 2004, p. 46)

Em relação à sua definição de gênero como “tipos relativamente estáveis de enunciados”, Bakhtin considera que o usuário da língua conhece essa estabilidade, sabe diferenciar os diversos gêneros, o que permite utilizá-los sempre que necessário, tanto para realizar os atos de produção quanto de interpretação do enunciado. Apesar dessa estabilidade que os faz serem reconhecíveis, os gêneros, no entanto, têm outra característica - apenas uma visão superficial poderia considerá-la contraditória - que faz parte de sua própria gênese: a renovação. Todos os gêneros se modificam com o passar do tempo, alguns de forma muito lenta, outros rapidamente. Outros surgem a partir de determinadas circunstâncias, como o aparecimento de novos suportes tecnológicos que irão utilizar o modelo de gêneros antigos para criar novos, numa transformação que pode ser radical ou apenas uma mera transposição, mas que, até em função do suporte, já terá sua estrutura modificada. Diz Bakhtin:

O gênero sempre é e não é o mesmo, sempre é novo e velho ao mesmo tempo. O gênero renasce e se renova em cada nova etapa do desenvolvimento da literatura e em cada obra individual de um dado gênero. Nisto consiste a vida do gênero. (BAKHTIN, 1997, p. 106).

Para Bakhtin, as características de estabilidade e instabilidade, imobilismo e dinamismo, presente e história, sincronismo e diacronismo representam uma concepção que não pode ser desprezada, mesmo por aqueles que preferem priorizar a individualidade do enunciado, da obra de arte, ou de uma obra literária específica, porque a aparente oposição de conceitos é a própria gênese do gênero.

O gênero vive do presente mas sempre recorda o seu passado, o seu começo. É o representante da memória criativa no processo de desenvolvimento literário. É precisamente por isso que tem a capacidade de assegurar a unidade e a continuidade desse desenvolvimento. (BAKHTIN, 1997, p. 106).



Quando se fala em gêneros, mais do que qualquer outra ideia, vêm-nos à mente as distinções entre os chamados gêneros literários e outros como os retóricos ou os do discurso cotidiano. Por isso, a dificuldade apresentada por Bakhtin:

[...] como colocar no mesmo terreno de estudos fenômenos tão díspares como a réplica cotidiana (que pode resumir-se a uma só palavra) e o romance (em vários tomos), a ordem padronizada que é imperativa já por sua entonação e a obra lírica profundamente individual, etc? (BAKHTIN, 2000, p. 280).

Para Bakhtin, justamente por possuírem uma extrema diversidade, distribuírem-se numa enorme gama de gêneros do discurso, sempre houve uma dificuldade teórica de organizá-los em função de seus traços comuns. As tentativas de encontrar traços comuns entre os diversos gêneros, desde a Antiguidade até a época contemporânea, ocasionaram na concentração de estudos em três áreas principais: os gêneros literários, os gêneros retóricos e os gêneros do discurso cotidiano (BAKHTIN, 2000, p. 280-281).

A resposta teórica do filósofo russo a esse problema é uma concepção que considere uma “[...] diferença essencial existente entre o gênero do discurso primário (simples) e o gênero do discurso secundário (complexo)”, definindo os primeiros como aqueles que têm uma “[...] relação direta com a realidade existente e com a realidade dos enunciados alheios” ou aqueles “que se constituíram em circunstâncias de uma comunicação verbal espontânea”. Já os gêneros secundários do discurso “- o romance, o teatro, o discurso científico, o discurso ideológico, etc. – aparecem em circunstâncias de uma comunicação cultural, mais complexa e relativamente mais evoluída, principalmente escrita” (BAKHTIN, 2000, p. 281).

O texto “Discurso na vida e discurso na arte (sobre poética sociológica)” (BAKHTIN, 1976), assinado por Voloshinov, trata da mesma distinção, sob uma perspectiva que leva em conta a relativa autonomia do discurso escrito, em oposição à relação simbiótica do discurso do cotidiano com a situação extraverbal. Nesse texto, o autor aponta as diferenças entre o discurso do cotidiano e o discurso literário, os quais chama, respectivamente, de discurso na vida e discurso na arte. Em relação ao primeiro, diz Voloshinov:



Na vida, o discurso verbal é claramente não auto-suficiente. Ele nasce de uma situação pragmática extraverbal e mantém a conexão mais próxima possível com esta situação. Além disso, tal discurso é diretamente vinculado à vida em si e não pode ser divorciado dela sem perder sua significação. (1976, p. 5).

Assim, o discurso do cotidiano está eivado de elementos extraverbais implícitos ao ato de construção do enunciado. Um simples gesto de se abanar e enxugar a testa, acompanhado ou não da concretização de um ato de fala do tipo interjeição – “Ufa...” – seria suficiente para indicar que o tempo está muito quente. No caso de um texto literário que reproduzisse a mesma situação, essa manifestação verbal seria insuficiente.

Por isso, em relação ao discurso na arte, Voloshinov diz:

[...] o discurso na arte não é nem pode ser tão estreitamente dependente de todos os fatores do contexto extraverbal, de tudo aquilo que é visto e sabido, como na vida. Uma obra poética não pode confiar em objetos e eventos do meio imediato como coisas ‘entendidas’, sem fazer mesmo a mais ligeira alusão a elas na parte verbal do enunciado. A esse respeito, muito mais é exigido do discurso na literatura: muito do que poderia permanecer fora do enunciado na vida precisa encontrar representação verbal. Nada deve ser deixado não dito numa obra poética do ponto de vista pragmático-referencial. (1976, p. 11).

Para o autor, a linguagem utilitária é a base de sustentação da linguagem artística. Para “alcançar um entendimento do enunciado poético, como uma forma de comunicação estética especial, verbalmente implementada”, é necessário antes analisar “em detalhes certos aspectos dos enunciados verbais fora do campo da arte – enunciados da fala da vida e das ações cotidianas, porque em tal fala já estão embutidas as bases, as potencialidades da forma artística” (1976, p.4).



Observar as distinções entre os gêneros primários e secundários, ainda que um seja a base do outro, é importante em termos teóricos. Na visão do autor russo, só assim se alcançaria a natureza “complexa e sutil” do enunciado e se chegaria aos seus aspectos essenciais. Se, junto a essa distinção, o pesquisador analisar o processo histórico de formação dos gêneros secundários poderá, então, esclarecer a “natureza do enunciado” (BAKHTIN, 2000, p. 281-282).

Antes de tratar desse assunto, porém, é bom esclarecer que o Círculo de Bakhtin não fazia uma distinção entre enunciação e enunciado, apesar de muitos de seus tradutores utilizarem ora uma ora outra expressão. Conforme nos esclarece Sériot:

Depois dos gêneros e em conexão constante com eles, o objeto específico de Bakhtin é *vyskazyvanie*, traduzido por “enunciação” por alguns e por “enunciado” pela maior parte dos tradutores. Não há nenhuma possibilidade lexical no russo de distinguir enunciado de enunciação, esses dois termos de base da lingüística francófona depois de Benveniste. A palavra *vyskazyvanie*, como *Äußerung* em alemão, pode designar tanto o produto como o processo. (2009, p. 92)

Por sua vez, Bakhtin vai distinguir enunciado de oração (2000, p. 295). O enunciado, para ele, teria uma delimitação precisa que é a alternância dos sujeitos do discurso. É o princípio do dialogismo.

O estudo da natureza do enunciado e dos gêneros do discurso tem uma importância fundamental para superar as noções simplificadas acerca da vida verbal, a que chamam o “fluxo verbal”, a comunicação, etc., noções estas que ainda persistem em nossa ciência da linguagem. Irei mais longe: o estudo do enunciado, em sua qualidade de unidade real de comunicação verbal, também deve permitir compreender melhor a natureza das unidades da língua (da língua como sistema): as palavras e as orações. (BAKHTIN, 2000, p. 286).

Fiorin (2008, p. 20) trabalha as distinções das unidades da língua da seguinte forma:



As unidades da língua são os sons, as palavras e as orações, enquanto os enunciados são as unidades reais de comunicação. As primeiras são repetíveis. Com efeito, um som como /p/, uma palavra como “irmão”, uma oração como “É preciso ser forte” são repetidos milhares e milhares de vezes. No entanto, os enunciados são irrepetíveis, uma vez que são acontecimentos únicos, cada vez tendo um acento, uma apreciação, uma entonação próprios.

Bakhtin ressentia-se da ausência de estudos do problema do enunciado na linguística geral colocado pelo enunciado, encoberto pelas especificidades de gêneros até pouco tempo considerados “maiores”. Mesmo nos estudos dos gêneros do discurso cotidiano, sob o ponto de vista da linguística geral e os auspícios da escola de Saussure e seus seguidores, não se conduzia à definição da natureza do enunciado, segundo Bakhtin, mas apenas se colocava em evidência a especificidade do discurso cotidiano oral. Enfim, não se poderiam apreender as características do enunciado sem se considerarem os elementos extraverbais da situação de comunicação a que ele pertence.

Outra característica importante do enunciado para Bakhtin é a sua delimitação, que poderia ser verificável na situação de alternância dos sujeitos num determinado diálogo, mas que também está presente em outras situações comunicativas que podem dificultar o seu reconhecimento e a sua delimitação. Esse é outro ponto que gera polêmica na obra do autor russo, já que a alternância dos sujeitos num determinado diálogo nem sempre é facilmente delimitável. Quanto a isso, alfineta Sériot:

Seu princípio de alternância dos turnos da fala é particularmente idealizado e otimista: nele, ninguém interrompe ninguém, esperamos polidamente que um locutor tenha terminado de falar para tomar a palavra por sua vez. Os interlocutores “passam a palavra” após cada réplica [...]: este universo de polidez é espantosamente pouco historicizado e pouco “concreto”, à imagem de uma sociedade bem comportada, fora de qualquer contradição ou tensão, sem conflito nem divisão (mesmo se há hierarquia social dos “inferiores” e “superiores”): só há indivíduos que interagem trocando pensamentos. (p. 92)

Essa é uma interpretação da leitura do texto *Os gêneros do discurso*. Outra interpretação é a de que Bakhtin não quis se referir a uma alternância tão bem delimitada



quanto faz supor Sériot. Para Bakhtin, a oração, “como unidade da língua, não consegue condicionar diretamente uma atitude responsiva ativa. É só ao tornar-se enunciado completo que adquire tal capacidade” (2000, p. 306). Ou seja, uma oração ou palavra da língua não diz nada. Seu sentido está condicionado a um contexto que lhe dá significado. É esse significado que dará ao interlocutor a atitude responsiva.

Nesse sentido, “o enunciado está ligado não só aos elos que o precedem mas também aos que lhe sucedem na cadeia de comunicação verbal” (2000, p. 320). Diz também Bakhtin: “No momento em que o enunciado está sendo elaborado, os elos, claro, ainda não existem. Mas o enunciado, desde o início, elabora-se em função da eventual reação-resposta, a qual é o objeto preciso da sua elaboração” (2000, p. 320). Também a noção de completude enunciativa é importante na concepção dialógica de Bakhtin:

É necessário o acabamento para tornar possível uma reação ao enunciado. Não basta que o enunciado seja inteligível no nível da língua. Uma oração totalmente inteligível e acabada, se for uma oração e não um enunciado – constituível de uma única oração - não poderá suscitar uma reação de resposta: é inteligível, está certo, mas ainda não é um todo. (2000, p. 299)

Importante repetir que, para o autor, esse “elo” está ligado a outros que o precedem e certamente àqueles que o sucedem em uma dada esfera da comunicação verbal, cujos limites entre um e outro elo são dados pela alternância dos sujeitos. Enquanto elabora o seu enunciado, o locutor já antecipa uma resposta que determinará esse enunciado e, apesar das contínuas “contaminações” dos atos responsivos e inquisitivos, as fronteiras são sempre a possibilidade da resposta.

Um enunciado completo teria então três componentes: 1) o tratamento exaustivo do objeto do sentido; 2) o intuito, ou seja, o querer dizer do locutor; 3) as formas típicas de estruturação do gênero do acabamento.

O primeiro desses fatores varia em função do gênero escolhido. Bakhtin cita como exemplo as perguntas de ordem factual da vida prática e as ordens e comandos da vida militar que, por essência não exigem criatividade e, por isso, podem ser padronizadas, e os gêneros de ordem criativa, em especial os científicos, que exigem exaustividade e acabamento particulares. Ou seja, é necessário levar em conta o objetivo de utilização de cada um desses gêneros e do enunciado em particular, o que leva ao segundo fator: o querer-dizer do locutor,



seu intuito discursivo. Isso irá determinar tanto a exaustividade quanto o gênero que será empregado.

O intuito, o elemento *subjetivo* do enunciado, entra em combinação com o objeto do sentido – *objetivo* – para formar uma unidade indissolúvel, que ele limita, vincula à situação concreta (única) da comunicação verbal, marcada pelas circunstâncias individuais, pelos parceiros individualizados e suas intervenções anteriores: seus enunciados. É por isso que os parceiros diretamente implicados numa comunicação, conhecedores da situação e dos enunciados anteriores, captam com facilidade e prontidão o intuito discursivo, o querer-dizer do locutor, e, às primeiras palavras do discurso, percebem o todo de um enunciado em processo de desenvolvimento. (2000, p. 300-301)

Justamente porque será considerado, na terceira seção deste trabalho, o gênero projeto editorial como de finalidade prescritiva, este “querer-dizer” apontado por Bakhtin mostra-se de extrema valia na análise do corpus, assim como suas características de acabamento e de exaustividade. Ou seja, ao apontar determinada prescrição, qual seria o intuito, o querer-dizer dos autores de projetos editoriais?

O terceiro fator também é de suma importância para o desenvolvimento desta tese, não só para detectar as estabilidades do gênero escolhido pelo jornal *Folha de S. Paulo* para falar aos seus interlocutores, mas também por estar embutida nessa mesma ideia, para detectar as suas instabilidades, suas mudanças no passar dos anos, seus recuos em relação ao “querer-dizer” e ao que se disse efetivamente.

Ora, gênero e enunciado não se confundem, sendo que cada enunciado pertence a determinado gênero do discurso. E justamente por estar relacionado a práticas sociais de produção da linguagem, que tem obviamente também dimensões históricas, a estabilidade do gênero será mantida até certo ponto; até que outra configuração histórica e social provoque a alteração de algumas dessas características estáveis. É nessa dinâmica que o querer-dizer do locutor encontrará o gênero apropriado e definirá o “acabamento” do enunciado, provocando uma atitude responsiva de seus interlocutores.

Diz Bakhtin:



O querer-dizer do locutor se realiza acima de tudo na escolha de um gênero do discurso. Essa escolha é determinada em função da especificidade de uma dada esfera da comunicação verbal, das necessidades de uma temática (do objeto do sentido), do conjunto constituído dos parceiros, etc. Depois disso, o intuito discursivo do locutor, sem que este renuncie à sua individualidade e à sua subjetividade, adapta-se e ajusta-se ao gênero escolhido, compõe-se e desenvolve-se na forma do gênero determinado. (2000, p. 301)

Adotada, então, essa perspectiva bakhtiniana de enunciado como um elo na comunicação verbal, e com limites que se enquadram na possibilidade responsiva do interlocutor, ver-se-á que Bakhtin estabelece três fases desse enunciado. Segundo o autor, a “escolha dos recursos linguísticos e do gênero do discurso é determinada principalmente pelos problemas de execução que o objeto do sentido implica para o locutor (o autor). É a fase inicial do enunciado, a qual lhe determina as particularidades de estilo e composição” (2000, p. 308).

A segunda fase corresponde “à necessidade de expressividade do locutor ante o objeto de seu enunciado”. A intensidade dessa expressividade varia de acordo com vários fatores, inclusive com a esfera de comunicação verbal na qual o enunciado é produzido. Na maior parte dos gêneros jornalísticos, como veremos na próxima seção, essa expressividade, por conta da finalidade informativa do gênero, pode ser reduzida ao máximo, com o artifício de uma técnica desenvolvida justamente para transmitir um sentido de imparcialidade, de informatividade máxima, ou seja, um sentido de reprodução do real. Mas, como acentua Bakhtin ao falar sobre isso, um enunciado absolutamente neutro é impossível. “A relação valorativa com o objeto do sentido (seja qual for esse objeto) também determina a escolha dos recursos lexicais, gramaticais e composicionais do enunciado” (2000, p. 308). E esses recursos expressivos, impressos pelo homem e não pela língua enquanto sistema, é que darão um estilo individual ao enunciado. Vale lembrar que grande número de gêneros não tem como intenção imprimir um estilo individual, até pelo contrário, como é o caso do estilo jornalístico padrão.

E, por fim, Bakhtin considera como a terceira particularidade constitutiva do enunciado sua relação com seu locutor, ou o seu autor, e com os outros “parceiros da comunicação verbal”.



Esses parceiros não estão representados apenas pelos interlocutores diretos do enunciado, a quem ele se destina, e que determina em grande parte sua estrutura e conteúdo. Evidentemente são esses interlocutores que definirão, por sua possibilidade responsiva, ainda que virtual, muitas das escolhas do locutor, como se vê a seguir:

Enquanto elaboro meu enunciado, tendo a determinar essa resposta de modo ativo; por outro lado, tendo a presumi-la, e essa resposta presumida, por sua vez, influi no meu enunciado (precavendo-me das objeções que estou prevendo, assinalo restrições, etc.). Enquanto falo, sempre levo em conta o fundo aperceptivo sobre o qual minha fala será recebida pelo destinatário: o grau de informação que ele tem da situação, seus conhecimentos especializados na área de determinada comunicação cultural, suas opiniões e suas convicções, seus preconceitos (de meu ponto de vista), suas simpatias e antipatias, etc.; pois é isso que condicionará sua compreensão responsiva de meu enunciado. Esses fatores determinarão a escolha do gênero do enunciado, a escolha dos procedimentos composicionais e, por fim, a escolha dos recursos lingüísticos, ou seja, o estilo do meu enunciado. (2000, p. 321)

Assim, como já foi dito, é sempre o outro que determinará o enunciado, mas seria redutivo imaginar que seria apenas a figura do destinatário principal, direto, quem determinará a totalidade do que será dito. Além desse – ou desses – destinatário, outros fatores determinarão o enunciado:

A época, o meio social, o micromundo – o da família, dos amigos e conhecidos, dos colegas – que vê o homem crescer e viver, sempre possui seus enunciados que servem de norma, dão o tom; são obras científicas, literárias, ideológicas, nas quais as pessoas se apóiam e às quais se referem, que são citadas, imitadas, servem de inspiração. Toda época, em cada uma das esferas da vida e da realidade, tem tradições acatadas que se expressam e se preservam sob o invólucro das palavras, das obras, dos enunciados, das locuções, etc. Há sempre certo número de idéias diretrizes que emanam dos “luminares” da época, certo número de objetivos que se perseguem, certo número de palavras de ordem, etc. Sem falar do modelo das antologias escolares que servem de base para o estudo da língua materna e que, decerto, são sempre expressivas.



É por isso que a experiência individual do homem toma forma e evolui sob o efeito da interação contínua e permanente com os enunciados individuais do outro. É uma experiência que se pode, em certa medida, definir como um processo de assimilação, mais ou menos criativo, das palavras do outro (e não das palavras da língua). [...] As palavras dos outros introduzem sua própria expressividade, seu tom valorativo, que assimilamos, reestruturamos, modificamos. (2000, p. 313-314)

A partir dessa perspectiva, não é possível pensar num determinado enunciado como um ato isolado. Enunciado e resposta devem ser considerados em sentido lato, impregnados de outros enunciados e respostas ao longo de uma cadeia histórica, cultural, sem fim nem começo, mas com passado e futuro complexos, num espaço/tempo múltiplo e que não podem ter seu sentido apreendido na forma isolada de uma oração ou palavra, sem que lhe seja inferido um contexto, um lugar no tempo e no espaço, dotado de uma expressividade conferida pelo homem e pelo(s) seu(s) interlocutor(es). Para Bakhtin, essas “tonalidades dialógicas” preenchem o enunciado e devem ser levadas em conta se quisermos estudá-lo e compreendê-lo.

“O dialogismo são as relações de sentido que se estabelecem entre dois enunciados” (FIORIN, 2008, p. 19). É por este motivo que não podemos eleger apenas o conceito de gênero como suporte para a análise do corpus desta tese sem o situarmos no quadro teórico mais amplo, representado pelo dialogismo. Na verdade, o próprio Bakhtin não concebe gênero sem considerar a relação dialógica que o define. Trocando em miúdos: todo discurso, por mais que recorte e se concentre num objeto específico, foi produzido levando-se em conta problematizações anteriores sobre o mesmo objeto e será formulado sempre em função de uma resposta, que se concretizará ou não, a respeito desse mesmo objeto: “A resposta transparecerá nas tonalidades do sentido, da expressividade, do estilo, nos mais ínfimos matizes da composição” (2000, p. 317).

UMA LEITURA DO CONCEITO DE AUTORIA: A AUTOBIOGRAFIA

Bakhtin trabalhou com a questão de autoria em praticamente todos os seus trabalhos. Uma vez que o gênero de sua escolha foi o romance, é natural que o conceito tenha sido



dirigido para a obra literária, em especial o autor-criador de um personagem, o herói, no dizer do filósofo.

A primeira necessidade a se considerar na questão de autoria é a de distinção entre o autor-pessoa, representado pelo autor da obra, o escritor, e o autor-criador, ou seja, aquele que exerce a função “estético-formal engendradora” dessa obra. A respeito do autor-criador, diz Faraco:

Este último é, para Bakhtin, um constituinte do objeto estético (um elemento imanente ao todo artístico) – mais precisamente, aquele constituinte que dá forma ao objeto estético, o pivô que sustenta a unidade do todo esteticamente consumado. (FARACO, 2005, p. 37)

A palavra utilizada por Faraco, e que parece ser fundamental para explicar essa relação entre autor e herói, é “axiológica”, no sentido de que a presença ou o “olhar” do autor na obra definirá “o todo” do herói e seu mundo. Será a presença do autor na obra e sua relação com o herói que definirá a constituição do “todo”.

Se podemos dizer que a distinção autor-pessoa/autor-criador é hoje um lugar comum nas teorizações estéticas, ainda assim as considerações bakhtinianas trazem ao conceito de autor-criador uma substância peculiar ao caracterizá-lo fundamentalmente como uma posição axiológica. (FARACO, 2005, p. 38)

Faraco lembra que as bases dessa conceituação bakhtiniana, “a grande força que move o universo das práticas culturais são precisamente as posições socioavaliativas postas numa dinâmica de múltiplas interrelações responsivas” (2005, p. 38). Nesse quadro teórico, ao proceder o processo axiológico, é como se o autor, ao realizar a transposição de autor-pessoa para autor-criador, criasse uma linguagem, uma “voz segunda”, “um ato de apropriação refratada de uma voz social qualquer de modo a poder ordenar um todo estético” (2005, p. 40).

Essa “voz segunda” parece ter alguma relação com o discurso secundário de Bakhtin, no reordenamento do discurso primário, aquele que tem relação com a realidade existente ou com os enunciados alheios, para que possa compor o discurso mais elaborado, da ordem estética, ou secundário. Ao transpor, da realidade para o plano estético, elementos que



passarão de um para o outro nível, eles se transformarão na voz do autor, assim como esse autor se transformará da ordem de pessoa para criador.

É também o que Bakhtin chama de princípio de exterioridade, um conceito dos mais importantes para a definição de autoria. “Trata-se de dizer ‘Eu sou eu’ na linguagem de outrem; e de dizer, na minha linguagem, ‘Eu sou outro’” (FARACO, 2006, p. 41). Ou seja, é preciso estar fora, olhar de fora para proceder à criação estética.

Posto em termos de linguagem, o princípio da exterioridade (a lógica imanente da criação estética) demanda do escritor que ele desista de sua linguagem, saia dela, liberte-se dela, olhe-a pelo olho de outra linguagem, desloque-a para outrem ao mesmo tempo em que se desloca para outra linguagem. (FARACO, 2005, p.41)

Uma questão colocada por Faraco ao discutir a autoria é se o princípio da exterioridade seria válido no caso da autobiografia, em que escritor e herói praticamente se confundem. Essa questão é importante para esta pesquisa, uma vez que permitirá a discussão de autoria não para a análise de uma obra literária, como o romance e a autobiografia, mas também para textos utilitários como é o caso dos projetos editoriais, porque é aqui que Bakhtin mostra a dimensão do conceito para o ato de criação em si e não apenas para a criação literária ficcional.

O que será considerado é o ato do deslocamento, o posicionamento do escritor frente a ele mesmo e sua atitude de valoração que “transcenda os limites do apenas vivido” (FARACO, 2006, p. 43), atitude que só é possível afastando-se de si e olhando-se “de fora” ou “no espelho”, conforme uma imagem bastante produtiva para o entendimento do conceito desenvolvida por Bakhtin e aqui reproduzida por Faraco:

O ato de autocontemplação no espelho motiva reflexão semelhante em Bakhtin. Pode parecer, numa abordagem superficial desse fenômeno, que estamos, de fato, nos vendo diretamente como os outros nos vêem. No entanto, diz Bakhtin, vemos no espelho uma face que nunca temos efetivamente na vida vivida: vemos apenas um reflexo de nosso exterior e não a nós mesmos em termos de nosso exterior, porque estamos em frente ao espelho e não no seu interior.

[...]



O que ocorre, de fato, é que, quando me olho no espelho, em meus olhos olham olhos alheios; quando me olho no espelho não vejo o mundo com meus próprios olhos e desde o meu interior; vejo a mim mesmo com os olhos do mundo – estou possuído pelo outro. (FARACO, 2006, p. 43)

É com esse entendimento que foi feita a análise da questão de autoria dos projetos editoriais da *Folha de S. Paulo*. A de um autor-criador que, para produzir um discursivo eivado de valores, o faz provocando um deslocamento, uma transposição, a introdução de uma “voz segunda”; um autor que se descreve no texto não como os outros o veem, mas da forma que ele se vê, como num espelho, com olhos “outros mas meus”, que me enxergam como um todo, mas sempre através do espelho.

A NOÇÃO DE ESFERA DE ATIVIDADE

Um outro aspecto importante a se considerar para a concepção bakhtiniana de gênero é a noção de *esfera de atividade* e comunicação humanas, uma vez que o conceito não pode ser apartado das situações de interação social que o engendram. Rodrigues (2007, p. 164) apresenta um exemplo relevante ao afirmar que “é somente nessa situação de interação que se podem apreender a constituição e o funcionamento dos gêneros”:

Por exemplo, embora se possam encontrar traços formais semelhantes entre os gêneros biografia científica e romance biográfico, eles são gêneros distintos, pois mesmo que os “valores biográficos” (princípio organizador da narrativa que conta a vida de um outro, ou da própria vida, na autobiografia) sejam compartilhados pela ciência e pela arte, eles se encontram em esferas sociais diferentes, com funções discursivo-ideológicas distintas (finalidade histórico-científica e finalidade artística).

Como é das especificidades da comunidade discursiva dos jornalistas, interlocutores e de certa forma também autores dos projetos editoriais, que esta tese trata, é importante deparar essa questão.

Os conceitos de *esfera de atividade* e *campo* passam, então, a ter o *status* de referência teórica desta tese e, até por uma questão de coerência teórica e acadêmica, foi-se buscar, na



obra produzida pelo Círculo, referências a esses termos para que possam auxiliar o tratamento dos diversos gêneros próprios da comunidade discursiva dos jornalistas.

As primeiras abordagens a essas noções são encontradas em “Marxismo e Filosofia da Linguagem”, de Voloshinov, obra publicada entre 1929 e 1930 e que, logo nas primeiras páginas, faz a seguinte referência ao assunto:

Cada campo de criatividade ideológica tem seu próprio modo de orientação para a realidade e refrata a realidade à sua própria maneira. Cada campo dispõe de sua própria função no conjunto da vida social. *É seu caráter semiótico que coloca todos os fenômenos ideológicos sob a mesma definição geral.* (grifo do autor) (1999, p.33)

Para se configurar como um campo, uma esfera de atividade, portanto propício à formação de um gênero discursivo e de signos ideológicos, é necessário mais do que o simples encontro entre dois ou mais indivíduos de uma mesma comunidade.

Diz Voloshinov:

Os signos só podem aparecer em um terreno interindividual. Ainda assim, trata-se de um terreno que não pode ser chamado de “natural” no sentido usual da palavra: não basta colocar face a face dois *homo sapiens* quaisquer para que os signos se constituam. É fundamental que esses dois indivíduos estejam socialmente organizados, que formem um grupo (uma unidade social): só assim um sistema de signos pode constituir-se. A consciência individual não só nada pode explicar, mas, ao contrário, deve ela própria ser explicada a partir do meio ideológico e social. (grifos do autor) (1999, p. 35)

No entender do Círculo de Bakhtin, toda manifestação discursiva é, portanto, sempre orientada em função das intervenções anteriores daquela mesma esfera de atividade, seja de um mesmo autor ou de outro; essa manifestação é parte de uma discussão ideológica maior que “responde a alguma coisa, refuta, confirma, antecipa as respostas e objeções potenciais, procura apoio, etc.” (1999, p. 123). Ainda que essa manifestação discursiva assuma a forma de um produto acabado, ele representa apenas uma fração de uma discussão ideológica maior, “um momento na evolução contínua, em todas as direções, de um grupo social determinado” (*ibid.*) e, para que se possa estudá-la, não se pode apartar essa manifestação da situação



extralinguística que a reveste, sob pena de que seu significado global, histórico e concreto escape.

Segundo Rodrigues (2001, p. 69-70),

A partir da concepção sócio-histórica da constituição e do funcionamento dos gêneros do discurso defendida por Bakhtin, bem como das próprias indicações fornecidas por ele, propõem-se as diferentes esferas sociais como um princípio de organização dos gêneros do discurso. Essa proposta de organização, assentada no princípio das esferas sociais, trabalha com o todo do gênero e com a sua existência concreta, ou seja, trabalha-se com a noção de *gênero histórico*, considerando, inclusive, a impossibilidade de uma classificação exaustiva, em função da sua extrema variedade e infinidade, e, em especial, do seu processo contínuo de formação.

Rodrigues vai além:

A constatação de que as características particulares da constituição e do funcionamento dos gêneros estão vinculadas às especificidades da comunicação discursiva das diferentes esferas sociais onde eles se situam, torna as esferas sociais um critério pertinente para o estabelecimento de uma proposta para a organização (agrupamento) dos gêneros. (2001, p. 71)

Os gêneros, com seus propósitos discursivos, não são indiferentes às especificidades da sua esfera, ou melhor, eles as "mostram". Todo gênero tem um conteúdo temático determinado: seu objeto discursivo, sua orientação de sentido específica para com ele.

Para Bakhtin, [...] os gêneros do discurso correspondem a situações de interação típicas da comunicação discursiva de uma determinada esfera social. [...] tem-se que uma função determinada (científica, jornalística, cotidiana etc.), junto com condições determinadas, próprias de cada esfera da comunicação discursiva, gera gêneros do discurso particulares. As diferentes esferas sociais constituem historicamente seus gêneros, elas têm seu repertório de gêneros que se diferencia e cresce à medida que se desenvolve e se "complexifica" a própria esfera. Assim, cada gênero tem determinada orientação etiológica, determinado objetivo discursivo, sua própria concepção de autor e destinatário. Cada gênero "reflete" no seu próprio



conteúdo temático, estilo verbal e composição as condições e a finalidade da esfera a qual pertence.

Também cada esfera conhece e "aplica" os seus próprios gêneros. Se as pessoas, na interação sócio-verbal, "moldam" seus discursos em determinada forma genérica, um dos aspectos para o bom desempenho da interação está ligado ao domínio do gênero daquele tipo de interação. (Rodrigues, 2001, p. 70)

Este trabalho concentra-se em analisar os gêneros jornalísticos a partir de suas estabilidades, criadas num processo histórico, e, por isso, marcadas por constantes instabilidades que são também a sua gênese. Essa aparente contradição constitui-se em condição para a caracterização dos variados gêneros jornalísticos. Tal caracterização desempenha a função de facilitar a análise de suas características internas, de suas relações com o contexto exterior e com a história, uma função metodológica e, certamente, de aproximação ao entendimento da esfera de atividade que se propõe conhecer.

É com essa leitura de conceitos do Círculo de Bakhtin que se prosseguirá os estudos dos projetos editoriais e gráficos do jornal *Folha de S. Paulo*. A exposição da noção de esfera certamente abre caminho para a próxima seção, em que serão expostos alguns dos principais gêneros jornalísticos, na perspectiva, principalmente, de representantes dessa esfera de atividade.



O JORNALISMO E ALGUNS DE SEUS GÊNEROS

Os estudos de Bakhtin, ao se deterem nos três campos da cultura humana, a ciência, a arte e a vida, apontam para uma direção mais filosófica do que científica ao eleger o homem e a história como núcleos de sua preocupação principal.

Se o homem é sujeito, não há como objetificá-lo sem uma dose da presença do próprio homem que, por seu turno, é um elo na cadeia desse diálogo sem fim em que se encontram o eu e o outro, o sujeito e seu objeto de pesquisa, na perspectiva de um saber sempre dialógico e não monológico.

Se assim se postula e se o pesquisador da área das Ciências Humanas está inserido, em última instância, como homem, no estudo de outro homem, que aparece como objeto através de um texto, de um fenômeno social, de um componente midiático, nele haverá sempre uma relação sujeito-sujeito e não sujeito-objeto, uma vez que o homem não pode ser reduzido, nem mesmo num estudo científico, a um papel comparável ao de um micróbio sendo analisado pelas lentes de um microscópio.

O pesquisador não é um ser isolado do fenômeno a ser estudado, nem a comunidade a ser pesquisada é um organismo inerte e distante, incapaz de interagir com a “autoridade máxima” que a analisa. Se essa comunidade for reconhecida como sujeito, e como possuidora de um saber a ser valorizado e considerado, a composição de forças sujeito-objeto se transforma em sujeito-sujeito e a relação dialógica explorada pelo Círculo de Bakhtin se impõe.

É nessa perspectiva que se adentra o universo do jornalismo para analisar essa esfera de atividade e seus gêneros. Foi também respeitando esse ponto de vista que muitas descrições dos gêneros em jornalismo aqui trabalhadas são oriundas do próprio universo do jornalismo, além de outras feitas por teóricos do discurso.

O primeiro passo para considerar, na perspectiva dialógica, como os gêneros se situam em determinadas esferas é situar a natureza e a função dessa esfera no conjunto da vida social, ou seja, observando-a em suas manifestações discursivas para, através delas, poder captar sua relação com o mundo, com os seus vários “eus” e “outros”.



A própria atividade do jornalismo merece uma análise mais apurada. Para Melo:

[...] o jornalismo é concebido como um processo social que se articula a partir da relação (periódica/oportuna) entre organizações formais (editoras/emissoras) e coletividades (públicos receptores), através de canais de difusão (jornal/revista/rádio/televisão/cinema) que asseguram a transmissão de informações (atuais) em função de interesses e expectativas (universos culturais ou ideológicos). (MELO, 2003, p. 17)

Interessante notar a visão de “processo” de Melo, em contraposição à definição de “atividade profissional” que será vista a seguir, extraída do *Dicionário Houaiss de Língua Portuguesa*. Para Melo, o que faz com que o jornalismo se configure como um processo social, autônomo, contínuo e permanente é a necessidade dos cidadãos de recorrerem “a uma mediação para apreender uma realidade que se tornou muito ampla para ser captada pelos mecanismos da sensorialidade individual” (MELO, 2003, p. 63). Nesse sentido, para o autor, a informação não prescinde da opinião, pois o indivíduo não precisa apenas saber o que ocorre, mas também o que se pensa sobre aquilo que ocorre.

Segundo o Dicionário Houaiss (2001, p. 1687):

Jornalismo s.m. - 1 atividade profissional que visa coletar, investigar, analisar e transmitir periodicamente ao grande público ou a segmentos dele, informações da atualidade, utilizando veículos de comunicação (jornal, revista, rádio, televisão etc) para difundi-las 2 o conjunto dos jornais; imprensa [...] 3 abordagem superficial de um tema, menos interessada em esclarecê-lo do que em agradar o gosto e os interesses populares que estão na moda <o teor das declarações do cientista tende mais para o j. do que para a ciência>. [...]

A definição do dicionário divide-se em três partes. A primeira corresponde à atividade global de um jornalista, da coleta à transmissão da informação atual. A segunda generaliza as atividades relacionadas à profissão e aos seus vários desdobramentos, ao resumi-las no termo *imprensa*. Já a terceira definição, também a menos usual, é a que relaciona o conceito de jornalismo com a de uma abordagem superficial de um tema, provavelmente por conceber a atividade do jornalista, que corresponde à primeira definição, com seu compromisso na divulgação de um fragmento do “real”, uma abordagem do acontecimento, e não de sua



totalidade, ou seja, de sua amplitude que não condiz com o ritmo da produção do jornalismo diário.

Também é bastante comum que se confunda o jornalista com o profissional da mídia que cumpre a função de entrevistar, apresentar ou transmitir determinado conteúdo informativo e não aquele que coleta, investiga, analisa e também transmite as informações. É o jornalista relacionado com o termo genérico *imprensa*, descrito pelo dicionário na segunda definição. É muito comum, por exemplo, em emissoras de rádio do interior, programas que se intitulam jornalísticos nos quais o ouvinte liga para reclamar de determinado problema e o radialista o anuncia “no ar”, tomando-o como um valor de verdade, sem antes nem apenas tomar o cuidado de checar a informação “*in loco*” ou, pelo menos, ouvir o “outro lado” da notícia.

Complementando a definição de Melo, considerar-se-á, ainda, neste trabalho, como jornalismo, aquela primeira acepção do dicionário Houaiss, ou seja, a “atividade profissional que visa coletar, investigar, analisar e transmitir periodicamente ao grande público ou a segmentos dele, informações da atualidade, utilizando veículos de comunicação”. O jornalismo é visto aqui, então, como uma atividade complexa que envolve processos de *difusão* (notícia, informação), *interpretação*, *análise* (reportagem), *argumentação* (opinião) e *reflexão* (crônica, comentário). Para que possa executar e exercitar esses gêneros, bem como cumprir essas funções, o jornalista se comunica com seu interlocutor, que pode ser o leitor, ouvinte, telespectador, internauta ou outro, dependendo do veículo de comunicação em que atue. Como sua atuação dá-se sempre em um meio de comunicação de massa, esse jornalista não pode ter uma ideia definida dos gostos e valores do seu interlocutor, mas pode supô-los, seja por meio de pesquisas seja por sua intuição e experiência de ofício.

Os próprios projetos editoriais do jornal *Folha de S. Paulo* e da revista *Superinteressante* trazem exemplos de como os jornalistas podem supor expectativas e valores de seus leitores. “A expectativa do leitor é que o jornal se diferencie pela excelência do produto [...]”, crê a *Folha de S. Paulo*, e assim o expressa no seu projeto editorial de 1986 (Anexos, p. A-49). Por seu turno, a revista *Superinteressante* acredita que seu leitor “é uma vítima da dicotomia entre corpo/ciência/matéria versus espiritualidade/humanidade/sentimento”, segundo expressa em seu Plano Editorial de 1996 (Anexos, p. A-115), no item “O Leitor – Comportamento, atitudes e valores (20 ou mais características do leitor, segundo a experiência e a intuição da redação)”.



Considerar as definições de gênero do discurso a partir do ponto de vista do jornalista não significa que não serão levados em conta estudos de pesquisadores da área dos estudos da linguagem sobre os gêneros jornalísticos; pelo contrário. Porém, a terminologia adotada no jornalismo e o conhecimento daquela esfera sobre os variados gêneros não é desprezado e serve de referência para a análise. Nessa abordagem, cada enunciado e cada manifestação discursiva são considerados elos de um tipo particular de comunicação, que partilha as mesmas características de outros enunciados, e que são comuns àqueles pertencentes às mesmas situações de interação, particulares de cada esfera de comunicação discursiva que, historicamente, gera seus gêneros discursivos próprios.

Para Bakhtin, as diferentes esferas sociais têm seu repertório de gêneros que se diferenciam e crescem à medida que a própria esfera torna-se mais complexa. O caso da imprensa, um sistema que passa por um momento de transformação intensa, é também exemplo de uma estrutura já bastante complexa e sustentada por uma base comercial e econômica de igual complexidade.

Os projetos editoriais, objetos de estudo desta pesquisa, estão incluídos nessa rede de relações, em que se desenvolvem variados gêneros linguísticos. Antes de estudá-los, serão abordados outros gêneros, aqueles efetivamente disponibilizados ao público nos jornais impressos.

O jornalismo é composto por uma infinidade de gêneros discursivos, a qual só tende a se ampliar com a consolidação e os desdobramentos do jornalismo *on-line*. A divulgação de informações, que é a essência do jornalismo, assumiu na rede inúmeras características. Além dos sites jornalísticos comandados por empresas de comunicação ou profissionais do setor, proliferam iniciativas de criação de pequenos sites de divulgação de notícias, sem a estrutura das grandes corporações no que se refere a pessoal e equipamentos para a realização de todo o processo de recepção, apuração, confecção e divulgação da notícia.

Apesar disso, essas distinções de gêneros discursivos e sua classificação carecem de unanimidade entre teóricos de comunicação, linguistas e analistas do discurso. A própria noção de gênero que, por sua complexidade, não é definida de maneira uniforme entre os especialistas, é difusa no campo do jornalismo, em que a classificação também acontece de forma desordenada, uma vez que são utilizadas teorias de diferentes campos do conhecimento.

Charaudeau, ao considerar aspectos que definiriam o que ele chama de classe textual, discorda das denominações dadas pelos jornalistas para determinar tipos de escritura ou de



programas de televisão: “Essas definições não coincidem nem entre si nem com as definições dadas por semiólogos e analistas de discurso. Além disso, nada indica que essas categorias possam ser consideradas gêneros” (2006, p. 204), diz ele.

Para, então, chegar à definição de um gênero “informação midiática”, Charaudeau realiza um cruzamento entre “um tipo de estância enunciativa, um tipo de modo discursivo, um tipo de conteúdo e um tipo de dispositivo”. Apesar de interessante, este trabalho não tenciona deter-se na análise empreendida pelo autor, já que a concepção de gênero aqui adotada será a bakhtiniana, considerada por Charaudeau uma concepção de princípios “um pouco mais operatórios, mas que fornecem ainda classes de atos de linguagem (mais do que de textos) muito amplas” (2006, p. 205). Vale a pena, porém, introduzir alguns aspectos da abordagem de Charaudeau, uma vez que eles levam em consideração a questão da subjetividade da visão do jornalista na concepção do gênero.

O autor identifica alguns gêneros discursivos próprios do jornalismo, como *editorial*, *crônica*, *reportagem*, *entrevista-debate*, *notas-boxes*, *análises*, etc., e os submete a classificações do tipo “acontecimento relatado”, “acontecimento comentado” e “acontecimento provocado”. Nessa estrutura, as tipologias *editorial* e *crônica*, por exemplo, estariam localizadas na classificação “acontecimento comentado”, assim como *notas-boxes*, em “acontecimento relatado”, e *debates* em “acontecimento provocado”, e assim por diante, numa gradação de menor para maior grau de engajamento da subjetividade do jornalista. Charaudeau identifica também uma instância externa à mídia que produz discursos a serem transmitidos por ela, formada por especialistas e comentaristas de *assuntos diversos*.

Cada um desses tipos de textos provoca uma nova pergunta por parte do pesquisador francês: “Trata-se de variantes de gêneros, de subgêneros ou de novos gêneros? A questão permanece, pois é sempre difícil discernir o que, sob as variações da forma, estabelece uma ruptura e, por conseguinte, a aparição de uma nova categoria” (2006, p. 211).

Como já foi dito em seção anterior, para a finalidade desta pesquisa adota-se o termo *gênero* para cada uma dessas manifestações do jornalismo que mantêm estabilidades e que são reconhecíveis pelos componentes da mesma esfera da atividade. É uma opção que pode ser já entrevista no conceito de gênero de discurso de Bakhtin e está relacionada à sua natureza e heterogeneidade, que fazem com que cada enunciado se ligue a outro, formando elos que influenciam um ao outro, numa constante troca de informações, respostas, posicionamentos e estilos. Essa característica, que não permite posicionar o gênero numa classificação isenta de interferências externas, também não permite categorizá-lo de maneira



sistemática e precisa, o que demonstra a complexidade da questão. A grande contribuição de Bakhtin foi, em vez de reduzir a concepção de gênero a um mero elenco de sistemas, apontar as suas complexidades, ainda que com o risco de ser acusado de ter desenvolvido um conceito amplo demais.

Esta tese defende que os gêneros jornalísticos se situam na categorização de discurso secundário definida por Bakhtin, pois, conforme já se viu anteriormente, além de eles utilizarem formas elaboradas, são mediados por um veículo de comunicação e, no caso em estudo, por um jornal impresso, que utiliza a linguagem escrita. Apesar de partir deste princípio, pode-se também optar por enquadrar os gêneros jornalísticos, embora numa gradação mais próxima do discurso secundário, em uma modalidade com ramificações no discurso primário, como se estivesse localizado num espaço intermediário entre o discurso primário e secundário. Primário, pela sua relação estreita com a “realidade” e com a “realidade” dos enunciados alheios, no dizer do próprio Bakhtin.

A relação com o “real”, no sentido para o termo que será proposto a seguir, é o próprio cerne do jornalismo, que também se utiliza de enunciados alheios para corroborar sua relação com os acontecimentos, que se supõe fragmentos da “realidade”. A utilização de enunciados de “outros” é uma constante no texto jornalístico e tem vários objetivos, entre os quais o de reforçar a imparcialidade do discurso, já que, dessa forma, quem está relatando, afirmando ou negando algo, numa notícia, passa a ser o protagonista do acontecimento, e não o jornalista.

A notícia⁶, por exemplo, considerada o gênero mais simples do jornalismo – o que deve ser visto com reservas, uma vez que não há nada de simples nesse gênero –, parte sempre ou de um valor de verdade, um “fato” observado pelo jornalista ou relatado por uma fonte, ou seja, parte sempre de sua relação direta com a “realidade” visível ou mediatizada por enunciados alheios, com a característica, sempre presente, de ser uma informação nova ou ainda não conhecida pelo público. Vale relembrar aqui, pela utilização seguida do termo, algumas considerações sobre “realidade”, uma vez que a “reprodução do real” é a forma de ver o texto jornalístico tanto pelo senso comum quanto pelos próprios jornalistas.

Como ponto de partida desta análise adota-se a concepção bakhtiniana de que os signos manifestos nos discursos sociais “refletem e refratam” uma realidade. Complementando essa ideia, Bakhtin/Voloshinov afirma:

⁶ Adota-se aqui a definição de Charaudeau: “coexistência do dito e do fato que cria a ilusão de um saber universal” (2006, p. 88).



Um signo não existe apenas como parte de uma realidade; ele também reflete e refrata uma outra. Ele pode distorcer essa realidade, ser-lhe fiel, ou apreendê-la de um ponto de vista específico, etc. Todo signo está sujeito aos critérios de avaliação ideológica [...]. O domínio do ideológico coincide com o domínio dos signos: são mutuamente correspondentes. Ali onde o signo se encontra, encontra-se também o ideológico. Tudo que é ideológico possui um valor semiótico. [...] Cada campo de criatividade ideológica tem seu próprio modo de orientação para a realidade e refrata a realidade à sua maneira. (grifos do autor) (BAKHTIN, 1999, p. 32-33).

A visão de “real” e de “realidade” aqui utilizada é pré-requisito para este estudo, bem como a base sobre a qual ele está amparado. Se o discurso social reflete e refrata o real, ele o faz de forma distinta em campos do conhecimento e de atuação social. O modo como se refrata e se reflete o “real” no discurso jornalístico, em especial no projeto editorial da *Folha de S. Paulo*; a maneira como se diferencia de outros discursos; quais são as suas particularidades; tais são os aspectos que interessa verificar neste momento.

A relação com o contexto e a autossuficiência ou não do discurso também são fatores que enquadram o discurso jornalístico nas definições do discurso primário e secundário. Se, por um lado, durante a sua produção, é necessário introduzir elementos que permitam ao leitor situar o contexto em que se localiza o “acontecimento”, o “fato” que se está relatando, por outro lado é sabido que uma notícia, lida a partir de uma distância temporal ou espacial, apresenta dificuldades de entendimento, já que a notícia é apenas um fragmento de um processo histórico mais amplo. Sabe-se também que, para a narração desse fragmento, podem ser omitidas informações que se supõem conhecidas de um público determinado. É necessário que os sujeitos envolvidos no processo de interlocução conheçam alguns aspectos relacionados a um determinado tempo e espaço para reconhecer a notícia. Uma manchete, por exemplo, como “Morre o presidente da República” só terá um significado semelhante para todos os leitores se emissor e receptor, ou autor e interlocutor, compartilharem o mesmo momento no tempo, uma mesma abrangência espacial e deles estiverem igual e mutuamente inteirados.

Mas o discurso jornalístico tem também uma boa dose do que se considera como pertencente ao gênero secundário, no sentido de aparecer “em circunstâncias de uma comunicação cultural, mais complexa e relativamente mais evoluída” (Bakhtin, 2000, p. 281). Ainda que a tônica do discurso jornalístico padrão, representado pela notícia (também o



gênero jornalístico menos complexo, uma vez que pode ser considerado um resumo do “fato”, do “acontecimento”), seja a simplicidade, traduzida em aspectos como a utilização da ordem direta do discurso, do léxico simples e acessível ao público leigo, da reiteração da informação e de fatos circunstantes e complementares, etc., seu desenvolvimento foi amparado em observações e estudos que visavam à facilidade e à rapidez na recepção da informação. Os manuais de redação e estilo visam também a discriminar essa elaboração e a determinar aos jornalistas aspectos relacionados a todas as fases de execução de um jornal. Em relação a isso, por exemplo, o Manual de Redação da *Folha* estabelece várias normas, em consonância com seu projeto editorial, para definir detalhes de um bom texto; ele determina, por exemplo, que a identificação do gancho – a informação que mais interessa ao leitor – deve ser o ponto de partida para a redação do *lead*, ou lide, o primeiro parágrafo de uma matéria. Diz o Manual de Redação (2001, p.29):

É preciso atentar também para o fato de que muitas vezes o lide de uma notícia não deve antepor ao próprio fato quem ou o que produziu o acontecimento. Assim, evite lides de tom oficioso, como: “O governo vai editar na próxima semana uma medida provisória liberando o preço das mensalidades escolares”. A notícia é: “As mensalidades escolares serão liberadas a partir da próxima semana por medida provisória do governo”.

Por essa lógica, abrir o enunciado com ênfase na palavra *governo* distanciaria o leitor de sua realidade imediata, que é reforçada com a ênfase em *mensalidades escolares*, uma vez que um grande número de pessoas é afetado com um aumento desse tipo. Ao mesmo tempo, *governo* teria um sentido muito mais genérico, na medida em que, num mesmo noticiário, poderia ser sujeito de outras tantas notícias, ao contrário de *mensalidades escolares*, mais restrito, mais específico e, ao mesmo tempo, de impacto maior na vida do leitor. Essa definição vai ao encontro de uma prescrição a respeito das características necessárias para um acontecimento se transformar em *notícia*: a proximidade com o leitor.

O citado Manual da *Folha* expõe um aspecto do funcionamento da esfera jornalística, a proposição de normas que prescrevem as condutas. E é a partir delas que os gêneros ganham conformações.

Outra característica, a de ser acessível a um contingente grande de pessoas, é o que justifica, no jornalismo, a adoção de um registro linguístico que suplante variantes regionais, culturais, de formação educacional. Assim, com o objetivo de ser entendido por um público



heterogêneo e, de certa forma, indeterminado – um grande jornal ou emissora de TV atinge pessoas de idade, sexo, raça e condição social diferentes – o texto jornalístico propõe-se a adotar o que entende como “a conciliação entre esses dois interesses – de uma comunicação eficiente e de aceitação social” (LAGE, 2003, p. 38). O mesmo autor afirma que a linguagem jornalística “é basicamente constituída de palavras, expressões e regras combinatórias que são possíveis no registro coloquial e aceitas no registro formal” (LAGE, 2003, p. 38). Como se vê, as reflexões teóricas realizadas internamente, na própria esfera jornalística, mostram sempre e fortemente uma preocupação com um interlocutor, cujas características acabam também por traçar.

É simplificador, entretanto, imaginar que o formato do texto jornalístico padrão visa unicamente à transmissão mais direta do conteúdo a um número maior – e indistinto – de leitores, telespectadores e ouvintes. Conforme afirma Charaudeau (2006, p. 36), a “informação é pura enunciação. Ela constrói o saber e, como todo saber, depende ao mesmo tempo do campo de conhecimento que o circunscreve, da situação de enunciação na qual se insere e do dispositivo no qual é posta em funcionamento”.

As escolhas adotadas no momento da produção jornalística referentes à elaboração do texto, com ênfase na técnica, no controle de qualidade e na recepção instantânea do conteúdo trazem em si não apenas um, mas vários sentidos, implícitos ou explícitos. É preciso chamar a atenção, agora, para o fato de que essas técnicas, por serem quase industriais, no sentido que, por possuírem um formato pré-determinado, acabam por acelerar a etapa de redação do noticiário, reduzem a individualidade do autor e, portanto, do estilo que caracteriza o formato dos textos mais elaborados, como os literários e os espaços de opinião e análise dos jornais.

Pode-se dizer, então, que é na ausência de uma elaboração maior que consiste a verdadeira elaboração da produção jornalística. Sua objetividade é fruto de um fazer complexo, gerador de um efeito de sentido obtido ao se tentar excluir a subjetividade do enunciado: é como se o autor não estivesse presente nos textos, como se eles fossem compostos apenas por ações, traduzidos pela clássica “fórmula matemática” que representa o lide da notícia: o que? quando? quem? onde? como? por que? De um ponto de vista discursivo, pode-se dizer que se trata de efeitos de “verdade”, de objetividade, de isenção na narração do fato.

Dessa forma, ainda que preso sob um modelo estruturado para lhe reduzir a subjetividade, o ato de informar ou o discurso do texto informativo está eivado de sentidos. De acordo com o fundamento dialógico que sustenta esta pesquisa, o sentido nunca é dado



antecipadamente. Para Charaudeau, que se deteve nas reflexões sobre o jornalismo, ele “é construído pela ação linguageira do homem em situação de troca social. O sentido só é perceptível através de formas. Toda forma remete a sentido, todo sentido remete a forma, numa relação de solidariedade recíproca” (2006, p. 41). Para ele, o sentido se constrói nas finalizações dos processos de semiotização, transformação e transação, sendo que o ato de informar está relacionado ao processo de transformação:

O processo de transformação consiste em transformar o “mundo a significar” em “mundo significado”, estruturando-o segundo um certo número de categorias que são, elas próprias, expressas por formas. Abrange categorias que identificam os seres do mundo *nomeando-os*, que aplicam a esses seres propriedades *qualificando-os*, que descrevem as ações nas quais esses seres estão engajados *narrando*, que fornecem os motivos dessas ações *argumentando*, que avaliam esses seres, essas propriedades, essas ações e esses motivos *modalizando*. O ato de informar inscreve-se nesse processo porque deve *descrever* (identificar-qualificar fatos), *contar* (reportar acontecimentos), *explicar* (fornecer as causas desses fatos e acontecimentos). (p. 41)

Pode-se passar, agora, para a descrição de como o jornalismo faz essas operações e transformações a partir de alguns de seus gêneros principais, vistos como fenômenos históricos, que não podem ser dissociados dos condicionantes culturais que os engendraram e que vão, certamente, transformá-los.

É prudente alertar que não é pretensão deste trabalho esgotar a questão dos gêneros jornalísticos ou apontar uma distinção entre eles. O corpus desta tese é composto pelos projetos editoriais e gráficos que, como se verá no decorrer da pesquisa, não se encaixam precisamente na definição de “gêneros jornalísticos”, apesar de pertencerem à mesma comunidade discursiva ou esfera de atividade. O projeto editorial tem outra natureza, outros objetivos e, ademais, não se destinam, pelo menos a princípio, visto que a *Folha* viria a mudar esse quadro, a um público heterogêneo como é o caso dos gêneros jornalísticos.

Optou-se, aqui, por abordar, de modo descritivo e brevemente, a estrutura da *notícia*, do *editorial* e dos *artigos de opinião*, além do princípio de distinção dos gêneros do jornalismo brasileiro em duas categorias: o jornalismo opinativo e o jornalismo informativo. Cita-se, por exemplo, Melo (1994, p. 64-65), que toma como exemplos de jornalismo



informativo a nota, notícia, reportagem e entrevista, e de jornalismo opinativo o editorial, comentário, artigo, resenha, coluna, crônica, caricatura e carta. O Manual de Redação da *Folha* (2001, p. 71-72) entende que o jornal reúne os seguintes gêneros: análise, artigo, editorial, crítica, crônica, “feature”, resenha, notícias e reportagem e, além do gênero informativo, diferencia também os gêneros interpretativo e opinativo. Melo prefere fazer a distinção apenas entre jornalismo informativo e opinativo, argumentado que:

O jornalismo articula-se [...] em função de dois núcleos de interesse: a informação (saber o que se passa) e a opinião (saber o que se pensa sobre o que passa). Daí o relato jornalístico haver assumido duas modalidades: a descrição e a versão dos fatos. (MELO, 2003, p. 63-64)

Antes de adentrarmos no universo de descrição dos principais gêneros da *Folha*, vale citar, a título de exemplo, trecho de artigo de maio de 1996, publicado pelo então *ombudsman* Marcelo Leite, que assinala falta de transparência de um dos setores da jornal, o de Opinião. Pelo seu caráter esclarecedor, o artigo encontra-se também nos Anexos desta tese. Diz Leite:

[...] Em um ano e meio como ombudsman, notei que o leitor não faz a menor idéia de como são pautadas e escritas as páginas 2 e 3 do primeiro caderno, publicadas sob essa rubrica.

São cinco os elementos básicos dessas páginas:

*Editoriais – textos não assinados que saem em duas colunas na parte esquerda da pág. 1-2;

*Colunas – três fixas, no centro da mesma 1-2, cujos titulares são Clóvis Rossi, Fernando Rodrigues e Carlos Heitor Cony, e outra vertical e variável, à direita, com um nome para cada dia da semana;

*Tendências/Debates – artigos da pág. 1-3 escritos geralmente a convite do jornal;

*Painel do Leitor – seção de cartas, inclusive aquelas que caracterizam o chamado direito de resposta;

*Erramos – espaço para retificações de erros da Folha. (Anexos, p.A-73)

Sobre algumas dessas seções se falará mais adiante, e também sobre o valor que o jornal dá às categorias de jornalismo informativo e opinativo, ou a uma terceira categoria, o jornalismo analítico, que irá ocupar as atenções do jornal no projeto gráfico de 2010.



Segue-se uma análise mais detalhada sobre os gêneros notícia, editorial e artigos de opinião. Há outros de igual importância em jornalismo, como a reportagem, o perfil, a entrevista, etc.. A notícia foi escolhida pelas suas particularidades como gênero que, de certa forma e teoricamente, estaria contido em todos os outros. O editorial e o artigo de opinião pela sua proximidade com o gênero projeto editorial; o primeiro por refletir a opinião da empresa e o segundo pelo seu caráter opinativo.

NOTÍCIA

A notícia padrão, como já se mencionou aqui, é composta por um lide, ou *lead*, a abertura da matéria, com as informações mais relevantes. Aceita-se, geralmente, que o lide deva conter as seguintes informações: o que, quem, quando, onde, como e por quê.

Ao falar dos gêneros jornalísticos, o *Manual de Redação da Folha* descreve notícia da seguinte forma: “relata a informação da maneira mais objetiva possível; raramente é assinada” (2010, p. 74). Como se vê, mesmo a *Folha*, se se considera essa definição, não credita à notícia um “grau zero”, objetivo, posicionamento com o qual concorda a maioria dos estudiosos da linguagem. Fica-se com as palavras de Charaudeau:

Não há “grau zero” de informação. As únicas informações que se aproximam do grau zero, entendido este como ausência de todo implícito e de todo valor de crença, o que seria característico da informação puramente factual, são aquelas que se encontram nas páginas dos anúncios dos jornais: os programas dos cinemas, dos teatros e de outras manifestações culturais; as farmácias de plantão, os diversos anúncios classificados e etc. [...] Isso porque a informação não escapa a um outro paradoxo: cada vez que se dá uma explicação, esta sempre pode ser submetida a uma outra inquirição, numa cadeia infinita de “porquês”, tendo cada explicação “seu lado de sombra”. (grifos do autor) (2006, p. 59)

Mesmo assim, até para os “anúncios de jornais” apontados por Charaudeau, os recursos de sua apresentação e os modelos de sua disposição incluem, obviamente, elementos de escolhas a serem adotadas pelo veículo.



Para que se busque o máximo de isenção possível, a notícia também tem como norma ser estruturada a partir do princípio da pirâmide invertida, definido assim pelo *Manual de Redação da Folha de S. Paulo*:

Técnica de redação jornalística pela qual as informações mais importantes são dadas no início do texto e as demais, em hierarquização decrescente, vêm em seguida, de modo que as mais dispensáveis fiquem no final. É a técnica mais adotada em jornais do Ocidente. Deve ser usada pelos jornalistas da **Folha** em textos noticiosos. (2010, pg. 94)

Para o *Manual da Folha*, a técnica da pirâmide invertida surgiu para resolver um problema de notícias enviadas a vários jornais diferentes, principalmente por assessorias de imprensa e agências de notícias. Os grandes jornais, hoje, evitam reproduzir esses materiais em suas páginas sem uma pesquisa própria, mas num determinado momento isso foi comum, e o editor, quando tinha problemas de espaço, simplesmente cortava o final do texto para possibilitar a publicação do material. Com o lide, as informações essenciais eram mantidas, independentemente do corte:

Acabou por servir ao leitor, que também pode realizar a mesma operação de corte. Lido o primeiro parágrafo, o leitor já está informado do que há de mais importante e pode dispensar o resto, se desejar. É a técnica de redação jornalística mais disseminada no mundo ocidental. (FOLHA DE S. PAULO, 1987, p. 157).

A própria definição de notícia não é unanimidade entre estudiosos do jornalismo, como Nilson Lage, Ciro Marcondes Filho e Adelmo Genro Filho. Por isso, concorda-se aqui com a opinião que Sylvia Moretzsohn expressa no livro *Jornalismo em tempo real – o fetiche da velocidade* (2002, p. 66), para quem “o importante [...] é perceber que, afinal de contas, não há como definir notícia com critérios internos à profissão”. Aquilo com que praticamente todos os autores concordam é que notícia é uma mercadoria, “mas não uma mercadoria qualquer”, segundo Genro Filho, que propõe discutir o jornalismo “como produto histórico da sociedade burguesa, mas um produto cuja potencialidade a ultrapassa e se expressa desde agora de forma contraditória, à medida que se constituiu como uma nova modalidade social cuja categoria central é o singular” (1987, p.5).



Para constituir-se como notícia e, portanto, como objeto da atenção do jornalista, o fato relatado num texto do gênero *notícia* deve ter algumas características peculiares, como a proximidade em relação ao público para o qual se destina, o ineditismo, a atualidade e outras. Com a prática profissional, essas características são absorvidas pelos produtores da notícia, que criam entre si uma comunidade discursiva, com valores, termos e lógica próprios. Assim, é comum ouvir-se de jornalistas que “notícia boa é notícia ruim”. Esse enunciado, que poderia chocar membros de comunidades discursivas outras, faz parte do cotidiano do profissional que, no dia a dia, convive com a tarefa de seleção dos fatos, eivados de elementos que chamem a atenção de seu público. Por essa lógica, um acidente que provoque grande número de vítimas é mais interessante para a cobertura jornalística do que outro no qual poucas pessoas morreram. Assim, além da forma textual, há um conteúdo, *grosso modo*, padrão no jornalismo.

Saindo um pouco da comunidade jornalística, vale a pena conhecer a definição de notícia de Charaudeau:

Propomos chamar “notícia” a um conjunto de informações que se relaciona a um mesmo *espaço temático*, tendo um caráter de *novidade*, proveniente de uma determinada *fonte* e podendo ser diversamente tratado. (2006, p. 132)

O autor esmiúça cada um desses termos que ele próprio grifa, revelando o seu entendimento de cada um deles. Para Charaudeau, opinião com a qual esta tese compartilha, é como se a partir da notícia, do tratamento discursivo dado a ela, fossem se originar os outros gêneros.

A notícia é objeto de um tratamento discursivo desenvolvido sob diferentes formas textuais: de anúncio (os títulos), de notificação (as notas), de relatório (artigo) etc. É o que se denomina “acontecimento relatado” (AR). (2006, p.152)

Os diversos gêneros da atividade jornalística é que vão conferir maior ou menor carga de individualidade ao texto. Dessa maneira, apenas matérias de grande importância investigativa ou de característica predominantemente opinativa serão assinadas, como os artigos, as grandes reportagens e as matérias de denúncia. Notícias dentro do padrão geral podem ou não ser assinadas, dependendo da importância que se lhes atribui como fato num



dado momento. O certo é que, com um grau maior ou menor de informatividade ou de opinião expressa, todo o conteúdo de um jornal, incluindo sua diagramação, fotos, tabelas, infográficos, charges, etc., é portador e produtor de um efeito de sentido que pode desvendá-lo ideologicamente, e que nem mesmo a técnica de redação de notícias é capaz de esconder por completo.

EDITORIAL

O *Manual de Redação da Folha* traz cinco remissões ao termo *editorial* em sua versão de 1987 e apenas três nas versões de 2001 e 2010 (esta mais recente reedição aparece em função da adequação à reforma ortográfica). Os termos, cada um dentro de um capítulo de temática específica – “Política Editorial”, “Estrutura da Folha”, “Padronização de Estilo”, “Procedimentos Profissionais” e “Vocabulário Jornalístico”, respectivamente –, aparecem do seguinte modo na versão de 1987:

Editorial – A opinião da *Folha* se expressa formalmente em seus editoriais. Os editoriais não dirigem o noticiário, mas a Redação deve procurar investir na produção de textos sobre os temas abordados com frequência em editorial. O jornal estimula a produção de artigos assinados que estejam em divergência com as posições dos editoriais. Nada impede que a *Folha* mude de opinião; em tais casos, o jornal deve dizê-lo com clareza ao leitor. (1987, p.30).

Editorial – Os editoriais aparecem todos os dias na página A-2, em dois módulos à esquerda. Em casos excepcionais, a critério da Direção de Redação, podem aparecer na primeira página, em local a ser definido em cada caso. (1987, p. 51).

Editorial – O editorial da *Folha* deve ser enfático sem ser estridente, sereno sem ser pesado e desinteressante; deve expressar os pontos de vista do jornal de maneira aguda, sem tergiversar. Deve apresentar concisamente a questão de que vai tratar, desenvolver os argumentos que o jornal defende, refutar os que a eles se opõem e finalizar condensando a posição adotada pela *Folha*. O



editorial deve dispensar a linguagem empolada, evitar a ironia e a interrogação, quase nunca adotar a exclamação. (1987, p. 75).

Editorial – Exige um alto espírito de responsabilidade por parte dos que se envolvem em sua produção e edição, porque ele expõe a imagem do jornal como um todo. Os editorialistas devem manter contato estreito com a Redação. A Redação deve fornecer todo o material de subsídio que os editorialistas julgarem necessário. A Redação pode sugerir temas aos editorialistas através da “Crítica da Edição”, depois de discutidos na reunião de produção. O coordenador de Editoriais recebe cópias das pautas e da “Crítica”. Ele também participa ou se faz representar nas reuniões diárias da edição. Todo texto que se referir a assunto tratado em editorial numa mesma edição deve fazer remissão a ele. Os editoriais devem ser chamados em um sumário na primeira página e ser objeto de remissão nos pés de chamadas sobre o mesmo assunto, quando houver. (1987, p. 109).

Editorial – É o texto em que o jornal exprime de maneira formal suas opiniões. Nunca é assinado. (1987, p. 152).

Elencadas essas citações, pode-se, agora, observar como a *Folha* refere-se ao termo “editorial”, nas duas menções feitas a ele nas versões de 2001 e 2010 do seu *Manual de Redação*, respectivamente, nos capítulos “Procedimentos” e “Padronização e Estilo”:

Editorial – Os editoriais não dirigem o noticiário, mas temas que neles aparecem com frequência devem ser explorados pela reportagem. A *Folha* procura publicar artigos assinados que discordem das posições dos seus editoriais.

Nada impede que o jornal mude de opinião sobre determinado assunto. Nesse caso, deve dizê-lo com clareza. (2001, p. 40).

Editorial – Texto que expressa a opinião de um jornal. Na *Folha*, seu estilo deve ser ao mesmo tempo enfático e equilibrado. Deve evitar o sarcasmo, a interrogação e a exclamação. Deve apresentar com concisão a questão de que vai tratar, desenvolver os argumentos que o jornal defende, refutar as opiniões opostas e concluir condensando a posição adotada pela *Folha*. (2001, p. 64).



O *Manual* remete ainda mais uma vez ao termo “editorial”, na entrada para o termo “gêneros jornalísticos” do capítulo Padronização e Estilo, ao enumerar diversos gêneros como notícia, resenha, artigo, entre outros:

Editorial – expressa a opinião do jornal e nunca é assinado; deve ser enfático, equilibrado e informativo, apresentar a questão tratada e desenvolver os argumentos defendidos pelo jornal, ao mesmo tempo em que resume e refuta os contrários. (2001, p. 71).

Na atualização de suas versões do *Manual*, a *Folha* cumpre a afirmação, feita na Introdução da versão 2001, de “flexibilização progressiva das normas” presentes nas edições anteriores, tornando-se mais direta e econômica. Isso acontece quando, por exemplo, ao orientar o conteúdo de seus editoriais, omite os termos “enfático sem ser estridente, sereno sem ser pesado e desinteressante; deve expressar os pontos de vista do jornal de maneira aguda, sem tergiversar”, resumindo-os apenas à orientação para um estilo ao mesmo tempo “enfático e equilibrado”. No que se refere à proposta de novos manuais serem uma versão “revista e ampliada da edição anterior, lançada em 1992 – que, por sua vez, atualizava as edições de 1984 e 1987, fazendo acréscimo a elas”, a orientação não se cumpre, uma vez que diversas informações sobre o editorial da *Folha*, como sua localização no corpo do jornal, o grau de responsabilidade que se exige de seus produtores e detalhes da relação entre redação e editorialistas, ficam de fora da nova versão, que reduz de cinco para três o número de remissões à palavra “editorial”, em relação ao *Manual* anterior. Ainda que tais dados não configurem o conteúdo essencial dos objetivos de um *Manual de Redação*, sua omissão pode estar relacionada a uma redução da velocidade de mudanças que a *Folha* vinha impondo a partir de 1984, e que serão tratadas mais adiante detidamente.

Para Melo, editorial “é o gênero jornalístico que expressa a opinião oficial da empresa diante dos fatos de maior repercussão no momento” (2003, p. 103). Melo diz duvidar, porém, que, num país como o Brasil, a argumentação contida num editorial seja dirigida à opinião pública ou à coletividade.



[...] isso acontece em relação às empresas que atuam nas sociedades que possuem uma opinião pública autônoma. Em outras palavras: que dispõem de uma sociedade civil forte e organizada, contrapondo-se ao poder do Estado.

Esse não é o caso da sociedade brasileira, cuja organização política tem no Estado uma entidade todo-poderosa, presente em todos os níveis da vida social. Por isso é que os editoriais difundidos pelas empresas jornalísticas, embora se dirijam formalmente à “opinião pública”, na verdade encerram uma relação de diálogo com o Estado. (2003, p. 104)

Se se considerar a quantidade de temas políticos tratados nos editoriais da *Folha* e de seus concorrentes diretos, os chamados grandes jornais brasileiros, é possível que Melo esteja certo ao identificar um espaço de interlocução com o governo nos editoriais.

Apesar de se apresentar como um jornal dinâmico, arrojado, pronto a mudar de ideia sempre que os fatos assim o exigirem, não se pode perder de vista que a *Folha* é um empreendimento comercial, e o editorial, como espaço de expressão da opinião da empresa, de uma forma ou de outra precisa conciliar seus interesses na confecção de seus editoriais, sejam eles os do mercado, dos leitores, do governo, da opinião pública ou outro que seja.

Se não bastasse a necessidade de conciliação de todos esses interesses, a própria *Folha* assume características centralizadoras na produção de seus editoriais, fato que não a difere de outros veículos de comunicação no Brasil:

Esse tipo de centralização decorre da opção político-mercadológica que a *Folha* adotou como sua linha editorial ‘A *Folha* tem um pé fora e outro dentro do *establishment*’, afirma Otávio Frias Filho. Ressalta, para que não haja dúvidas: a *Folha* é um jornal do *establishment*, mantendo em relação a ele uma postura ‘crítica e apartidária’, que luta pela democracia dentro dos limites do liberalismo burguês. Definindo-se dessa forma, a *Folha* assume, ela própria, o lugar de um partido político com características bastante específicas. Seus editoriais devem refletir essas características, trabalhando no espaço muitas vezes contraditório do *establishment*, de um lado, e da defesa das instituições democráticas, de outro. (ARBEX JUNIOR in: MELO, 1992, p.92).



Ou seja, uma linha editorial que atenda o leitor, a ordem estabelecida, o liberalismo e o mercado, como aparentemente busca fazer a *Folha*, sem dúvida é caracterizado como um espaço de contradições e embates.

ARTIGO DE OPINIÃO

Outro gênero importante no jornalismo brasileiro é o artigo de opinião, que se diferencia do editorial porque seus autores não precisam necessariamente representar a empresa jornalística em questão; por isso, é sempre assinado, seja por membro do corpo de articulistas do jornal ou por pessoas convidadas ou que encaminham espontaneamente o material para publicação, geralmente profissionais renomados em sua área de atuação ou políticos.

Em seu *Manual de Redação* de 2010, a *Folha* assegura que somente publica artigos inéditos ou, em casos excepcionais, “no mesmo dia que outro jornal brasileiro”. Afirmar também que se reserva o direito de não publicar artigo que, na opinião de sua assessoria jurídica, “veicule calúnia, difamação ou injúria ou possa, por qualquer outro motivo legal, dar margem a processo judicial com base na legislação em vigor”. O jornal justifica-se afirmando que, “embora a responsabilidade jurídica pelo artigo caiba a quem o assina, a responsabilidade jornalística e política cabe ao jornal” (p. 109).

Importante lembrar, aqui, algumas conclusões obtidas por Marchezan (2010) ao analisar, como gêneros do discurso, 200 artigos de opinião escolhidos aleatoriamente do jornal *Folha de S. Paulo*, publicados entre 2007 e 2008, e que se dedicaram, prioritariamente, à política brasileira:

Os textos opinativos examinados apresentam dois modos de tratamento da política, embora sejam ligados: um que se detém em uma análise da ação política, da inação ou do dizer; outro que se restringe à apresentação de uma sanção. A análise e a sanção à política são tecidas a várias vozes, das quais, no entanto, se destaca, mesmo que não necessariamente em primeira pessoa, uma voz principal que as conduz e se expõe enfaticamente: é a voz autoral do jornalista, em exercício na esfera política. Interessa-nos, portanto, a relação dessas duas áreas de atividade – jornalística e política -, seguindo o



desempenho do jornalista em seara que, se não lhe é alheia, não é também a de que é membro direto. (MARCHEZAN, 2010, p. 270-271)

Mais do que isso, Marchezan aponta um caráter disfórico na visão que os jornalistas analisados têm da política; um caráter que, segundo ela, é inerente à maneira como os próprios articulistas estudados veem esse gênero:

Parafraseando Medvedev, [...] podemos dizer que os artigos de opinião analisados focam a política e a conceituam como um jogo cínico de poder, para poucos participantes e muitos espectadores. A noção de gênero do discurso, relacionada a outras noções do pensamento do Círculo de Bakhtin – tais como, conteúdo temático, vozes do eu e do outro, coordenada espaço-temporal do evento discursivo (o cronótopo), entonação, esferas de atividade – permite uma consideração dos artigos de opinião selecionados, de modo a explicar suas formas estabilizadas de dizer, sem, contudo, esquematizá-los em abstrações, dessoradas de vida, nem enredá-los em detalhes de seus eventos particulares. (MARCHEZAN, 2010, p. 275)

Assim como no gênero notícia há um caráter disfórico resumido pelo enunciado “notícia boa é notícia ruim”, Marchezan nota esse mesmo caráter no gênero artigos de opinião, o que, no caso analisado pela autora, vale para o editorial de temática política. Resta lembrar que tanto num caso como no outro esse caráter disfórico é conferido ao gênero pela própria esfera de atividade, pelos seus próprios autores.

De qualquer forma, a lembrança desse caráter disfórico transferido ao gênero pela forma que a própria esfera de atividade atribui ao tema político é relevante, uma vez que os artigos de opinião estão sendo estimulados pela *Folha*. Aliás, a crítica, contra tudo e contra todos, é um dos compromissos da *Folha* e prescrição do seu projeto editorial de 1985: “Devemos aprofundar a política editorial traduzida na prática de um jornalismo crítico, apartidário, moderno e pluralista”, ou “Crítica contra tudo e contra todos porque a *Folha* é e precisa ser radicalmente apartidária” (Anexos, p. A-40).

Independentemente desse caráter disfórico, o jornalismo opinativo tenderá a ser estimulado pela *Folha*. Como será visto no decorrer desta tese, as reformas gráfica e editorial, promovidas pelo jornal em maio de 2010, têm como uma de suas principais bandeiras o fato de a *Folha* passar a ser o veículo de comunicação impresso com maior número de articulistas do país – mais de cem – e de seu quadro de articulistas estar composto por pessoas de áreas,



tendências, formações e ideias as mais variadas possível, formando um quadro que o jornal orgulha-se de apresentar como sendo característica do seu jornalismo: a imparcialidade, a multiplicidade de opiniões e o apartidarismo.



O GÊNERO PROJETO EDITORIAL

O tipo de texto que pode ser considerado pertencente ao gênero *projeto editorial* (abreviadamente PE), pelo menos no caso dos grandes veículos de comunicação, não é de acesso público. PEs são textos estratégicos, geralmente não assinados, de autoria da cúpula do veículo e de circulação restrita, mesmo entre os funcionários da empresa jornalística. Por isso, o leitor do veículo, muitas vezes, desconhece sua existência e não é incomum que quando se fala em “projeto editorial”, equivocadamente se pense em outro gênero do discurso, qual seja, o “editorial”, até porque, mesmo dentro do universo do jornalismo diário, poucos profissionais têm contato com um PE.

À guisa de exemplo, far-se-á aqui uma breve transcrição de uma sequência cinematográfica, que permitirá uma rápida identificação desse gênero, conforme pode ser visto no filme *Cidadão Kane*⁷ que, por ser um clássico da sétima arte, pode colaborar com o objetivo de fornecer repertório eficientemente contextualizado, de modo a aclarar o fim precípua dos textos pertencentes àquele gênero. Em determinada cena, a personagem principal, Charles Foster Kane – uma alusão ao magnata das comunicações William Randolph Hearst – dono do *Examiner Inquirer*⁸, conversa com seus amigos e colaboradores Leland e Mr. Bernstein, revelando-lhes seus planos para o jornal:

- Preciso tornar o *Inquirer* tão importante para Nova York quanto o gás para esta lâmpada, diz ele.
- E o que vai fazer, Charlie? – pergunta Leland.
- Uma declaração de princípios – responde, acrescentando: “Não ria, Jediah! Está tudo aqui escrito”.
- Não vá fazer nenhuma promessa que não possa cumprir, alerta o amigo.

⁷ WELLES, Orson. *Cidadão Kane*. In: WELLES, Orson. *Cidadão Kane* (CD1); *A Batalha por Cidadão Kane* (CD2). DVD Duplo remasterizado. Manaus: Videolar, 2009 (*Citizen Kane*: RKO Pictures, 1941; *The battle over Citizen Kane*: WGBH Education Foundation; demais materiais: Turner Entertainment Co. e AOL Time Warner Co.).

⁸ *The New York Inquirer*, no roteiro original em inglês. Ver nota seguinte.



- Estas vou cumprir, diz. E passa a ler o texto:
- “Eu darei ao povo desta cidade um jornal diário que mostrará as notícias com sinceridade. Eu também farei...”
- É a segunda frase com ‘eu’ – nota Leland.
- As pessoas saberão quem é o responsável – diz Hearst. E continuou: “Eu também farei uma luta sem trégua pelos seus direitos como cidadãos e seres humanos”. Assinado: Charles Foster Kane.
- Posso ficar com ela?, pede Leland.
- Eu vou publicá-la.
- Solly – [Charlie Kane chama um ajudante do jornal]
- Sim, Sr. Kane.
- Eis o editorial, Solly. Coloque num box na primeira página.
- No jornal de hoje?
- Exato, Solly.....
- Diz então Leland:
- Solly, quando você terminar, eu quero isso de volta. Eu quero guardar esse pedaço de papel. Algo me diz que ele pode se tornar muito importante. Um documento.... como a declaração da Independência e a Constituição...⁹

⁹ O texto acima foi transcrito das legendas do filme **Cidadão Kane**. O roteiro publicado na internet interrompe a cena no ponto em que, na cena da película já montada e editada, Kane encerra dizendo “Assinado: Charles Foster Kane”, sem conter essa fala, porém, conforme se pode constatar a seguir:

KANE:

[...] I've got to make the "New York Enquirer" as important to New York as the gas in that light.

LELAND (quietly):

What're you going to do, Charlie? (Kane looks at him for a minute with a queer smile of happy concentration)

KANE:

My Declaration of Principles (he says it with quotes around it). Don't smile, Brad (getting the idea). Take dictation, Mr. Bernstein.

BERNSTEIN:

I can't take shorthand, Mr. Kane!

KANE:

I'll write it myself (Kane grabs a piece of rough paper and a grease crayon. Sitting down on the bed next to Bernstein, he starts to write).

BERNSTEIN (looking over his shoulder):

You don't wanta make any promises, Mr. Kane, you don't wanta keep.

KANE (as he writes):

These'll be kept. (stops for a minute and reads what he has written; reading:)

I'll provide the people of this city with a daily paper that will tell all the news honestly (starts to write again; reading as he writes:)

I will also provide them...

LELAND:

That's the second sentence you've started with "I"...

KANE (looking up):

People are going to know who's responsible. And they're going to get the news - the true news - quickly and simply and entertainingly (he speaks with real conviction:).

And no special interests will be allowed to interfere with the truth of that news.



Esse diálogo do filme *Cidadão Kane* talvez seja uma imagem exemplar de uma situação que envolve a criação de um projeto editorial, ali chamado *declaração de princípios*. No prosseguimento do filme, entretanto, Kane usa o *Inquirer* como uma extensão de si mesmo, e maneja a verdade para fins pessoais.

Leland, além de ter interpretado o documento como o fez e de ter tomado a atitude há pouco descrita, ao pedir para guardar a *declaração de princípios*, também teve um vislumbre do que iria se tornar o *Inquirer*, quando interrompeu Kane e disse: - “É a segunda frase com ‘eu’”.

Um jornal é um sistema complexo, como em geral são os veículos de comunicação de massa. Envolve uma miríade de profissionais, de várias áreas de formação. Deve contar com um departamento gráfico, um departamento comercial para venda de publicidade, um departamento jornalístico, um departamento de vendas de assinaturas; isso para listar apenas os setores mais evidentes. De caráter informativo, opinativo, interpretativo, analítico ou de entretenimento, cada edição pode ser considerada um fragmento da superfície da história: fragmento que, sozinho, pode não fazer muito sentido, mas, aclarado pela luz de seus interlocutores, produtores, personagens, tempos e espaços próprios, vozes, omissões, forma e conteúdo entrelaçados, revelam muito de uma cultura e de uma sociedade.

Cada um desses veículos é visto por seu leitor como possuidor de uma identidade, pois mantém com ele uma identificação, algo que o faz ser reconhecido mesmo a partir do rápido vislumbre de uma edição, disposta em uma banca de jornais, e essas características às vezes são construídas por movimentos fortuitos, a partir de estilos próprios de funcionários, jornalistas, diagramadores, etc., outras vezes são arquitetadas por planejamentos prévios, como aqueles determinados pelos projetos editoriais e gráficos desses veículos que, por sua vez, são fruto de intensas discussões que levam em conta procedimentos estratégicos, visando a obter resultados específicos.

Cada edição, cada editorial pode revelar um pouco daquilo que o projeto editorial se propõe a fazer num único texto. Seria o mesmo que dizer que o princípio constitucional de que “todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza” (art. 5º, *caput*, da atual *Constituição* brasileira¹⁰, p. 21), reflete o que ocorre na rotina dos cidadãos do país. O

(**CITIZEN KANE** by Herman J. Mankiewicz & Orson Welles. Typed/Donated by John Powers & Jon Reifler: <http://www.godamongdirectors.com/scripts/citizenkane.shtml>. Acesso em 20/02/2011).

¹⁰ *Constituição da República Federativa do Brasil - 1988*. Atualizada e acompanhada dos textos das Emendas Constitucionais de nºs: 1 a 67, e das Emendas Constitucionais de Revisão de nºs 1 a 6. 12ª ed. Belo Horizonte: Assembleia Legislativa do Estado de Minas Gerais, 2011.



que não significa que ambos os textos – no caso, o PE e a *Constituição* federal – não sejam reveladores como enunciados.

Historicamente, nem todo jornal ou veículo de comunicação, principalmente os mais antigos, preocupou-se com planejamentos, munindo-se de um projeto editorial e/ou gráfico. Foi assim com a *Folha de S. Paulo*. Sobre os projetos editoriais da *Folha*, Silva (2005, p. 97) afirma:

A primeira característica surpreendente no projeto é a sua própria existência. Não que os jornais não tenham, em geral, projetos ideológicos, políticos e técnicos que orientem suas edições. É difícil supor que seja viável fazer jornal sem projetos. Mas é raro encontrar-se um veículo de comunicação, no Brasil pelo menos, que os explicita no papel e os faça circular entre todos os jornalistas. O mais comum é que as idéias constitutivas do que se chama “linha editorial” de um veículo sejam transmitidas oralmente pelas chefias aos subordinados, de forma assistemática, durante o cumprimento das tarefas do dia-a-dia, à medida que a ocorrência de “acertos” e “erros” acontece em cada texto ou foto produzida. O aprendizado da “linha editorial” se dá, assim, a partir do método do “estímulo-resposta” na prática cotidiana da Redação.

Criada em 1921, com o nome de *Folha da Noite* – alguns detalhes de sua história serão abordados a seguir – o jornal logo conquistou estrutura financeira para a criação da *Folha da Manhã* que, em seu primeiro número, resumia o pragmatismo do veículo com a seguinte afirmação: “Com o correr do tempo e na medida do possível, (iremos) aperfeiçoando segundo o que nos aconselhar a prática” (*apud*: MOTA, 1981, p. 6).

Oficialmente, a *Folha* só teria um projeto editorial sistematizado a partir da década de 70, o que não significa que seus proprietários não possuíssem opiniões bastante definidas sobre o que deveria ser um jornal. Olival Costa, por exemplo, um dos criadores da *Folha*, resumia assim essa atividade:

Um jornal não é uma poliantéia. Quem quer literatura busca-a nos livros. A função do jornal é informar. Mas informar não é apenas noticiar: é, a um tempo, selecionar e orientar. No esforço de selecionar se acha subentendida a obrigação de criticar. (*apud*: MOTA, 1981, p. 15)



Ao ser criada, a *Folha* se caracterizava pelo oposicionismo ao governo. Quando, em 1929, o segundo sócio da empresa, Pedro Cunha, se retirou da sociedade, ela passou a apresentar uma postura governista e, com a Revolução de 30, o jornal foi invadido e empastelado¹¹.

Uma nova fase começava para empresa *Folha da Manhã Limitada*, adquirida, então, em janeiro de 1931, pelo grupo formado por Octaviano Alves de Lima, Diógenes de Lemos Azevedo e Guilherme de Almeida, além de Rubens do Amaral, que atuava principalmente como redator-chefe.

Com os novos proprietários, as *Folhas* ficaram conhecidas pela defesa dos ideais agrícolas. Esse posicionamento era manifestado pela cobertura jornalística do setor, pela defesa da categoria em editoriais e até pelo estímulo à venda de assinaturas, que podiam ser trocadas por café, por exemplo.

Um documento um pouco mais sistematizado que resumisse os ideários do jornal surgiria apenas com o terceiro proprietário da empresa, José Nabantino Ramos, que dirigiu a empresa no período de 1945 a 1962: eram as “Normas de Trabalho da Divisão de Redação”, que visavam a estruturar o trabalho da *Folha da Manhã*, da *Folha da Tarde* e da *Folha da Noite*, com a “definição da empresa do ponto de vista político, ideológico, técnico e administrativo. Uma carta de princípios, enfim”, conforme registra o livro *História da Folha de São Paulo*, de Carlos Guilherme Mota e Maria Helena Capelato:

Estranhava ele [Nabantino] que a vida dos jornais dependesse de critérios puramente pessoais e conjunturais, e tudo se fizesse ao “sabor da improvisação”, como escreveria no prefácio de *Jornalismo, Dicionário Enciclopédico*. O novo diretor das *Folhas* representava a renovação do capitalismo e trazia uma nova mentalidade à empresa. [...]

Sua concepção de jornal é mais funcional, percebendo que pode ele exercer múltiplos papéis, afetando a atuação do Estado, estimulando ou desanimando “os que trabalham”, levando “tranquilidade ou agitação ao povo”. Dada essa multifuncionalidade dentro da sociedade moderna, tornava-se necessário regulamentar de modo explícito um programa para reger as relações do jornal com o meio em que operava. Daí seu profundo espanto quando percebera que o jornal que ajudara a adquirir em 1945 não possuía uma carta

¹¹ Empastelar – invadir uma gráfica ou redação de jornal, para inutilizar o trabalho em curso ou danificar equipamentos e materiais (Cf. Instituto Antonio Houaiss. *Dicionário Houaiss da língua portuguesa*. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001. 1ª. Ed.)



de princípios, ou um regimento: “Estranhei profundamente que tudo isso se fizesse ao sabor da improvisação e do critério de cada um”. (MOTA, 1981, p.101)

Para preencher essa lacuna, a da ausência de uma carta de princípios ou regimento, Nabantino produziria três documentos que podem ser considerados precursores de projetos editoriais: o *Programa de Ação das Folhas* (1948) (Anexos, p. A-4), as *Normas de Trabalho da Divisão de Redação* (1959), que não foi localizado para constar dos Anexos deste trabalho, e a *Carta de Princípios* (Anexos, p. A-10). Sobre este último documento, Mota reproduz o seguinte trecho atribuído a Nabantino Ramos:

“Demo-nos até ao capricho de elaborar a nossa ‘Carta de Princípios’, isto é, o caminho que escolhíamos como jornalistas, para ‘estimular o progresso político, econômico, social e moral do povo brasileiro’.” Juarez Bahia, em seu livro *Jornal, História e Técnica*, transcreve na íntegra a “carta”, afirmando tratar-se de iniciativa pioneira no campo jornalístico. (MOTA, 1980, p. 108)

O livro em questão faz a seguinte abertura ao introduzir a íntegra da carta de princípios da *Folha*:

Grandes jornais, no mundo inteiro, têm o seu programa de ação. É documento que vale por uma carta de princípios, com aplicação interna, para orientação do corpo de trabalhadores da redação, oficinas, e administração, assim como em função de suas relações com a comunidade. Coincidentemente com o programa de ação, alguns jornais brasileiros passaram a utilizar códigos de ética e manuais de redação, refletindo um avanço no processo de editoração jornalística.

No País a primeira empresa jornalística a definir um programa de ação foi a Folha de S. Paulo [...]. No documento, aprovado em assembléia geral da organização, dizia-se que seu objetivo era estimular o progresso político, econômico, social e moral do povo brasileiro. (BAHIA, 1972, p. 132)

Interessante notar que o primeiro projeto editorial da *Folha*, o de 1978, denominado “Levantamento de pontos indicativos de posição editorial e avaliação sintética do momento



político”, cuja íntegra não se conseguiu obter, é considerado, pelo professor e jornalista Carlos Eduardo Lins da Silva, bastante semelhante ao *Programa de Ação* produzido por Nabantino em 1948, apesar de esse autor não denominar PEs àqueles documentos. Falando sobre o documento de 1978, diz Silva:

Exposto o objetivo e delimitados os marcos referenciais, o documento parte para o conteúdo. O que mais chama a atenção nesse “Levantamento” é que ele praticamente não se refere ao jornal. Poderia ser um programa de ação para um partido político, uma plataforma de ação para um candidato a cargo público. Nesse aspecto, assemelha-se muito ao “Programa de Ação”, de 1948, que chegava ao detalhismo de discriminar como, na opinião do jornal, deveria se organizar e funcionar o Estado brasileiro e como deveriam funcionar os organismos reguladores das relações internacionais. Mas o “Programa de Ação”, apesar de tão generalista, dedicava quase 1/3 de seu espaço para definir o que era informação para o jornal, sobre que temas o jornal deveria opinar, como a empresa deveria gerar recursos e dava algumas linhas básicas sobre como deveria ser editado o jornal. (SILVA, 1988, p. 69-70).

A próxima seção deste trabalho abordará a conjuntura interna do jornal na época em que o projeto de 78 foi elaborado, o que deverá esclarecer esse “tom” político identificado por Silva no documento. Em relação ao *Programa de Ação*, provavelmente Silva, ao dizer que o texto poderia ser um programa de ação para um partido político, se refere a trechos como este, que compõe o item “A Opinião”:

Para tomar posição em face de qualquer problema, a comissão indaga obrigatoriamente o que mais convém, não a governos, partidos ou classes, mas apenas ao “interesse público”, e por esse critério é que se pautam os comentários e campanhas. (Anexos, p. A-6)

Com estrutura de glossário, organizado por itens, o *Programa de Ação*, por exemplo, faz as seguintes recomendações no item “Política internacional”:

- a) Autodeterminação dos povos. b) Acomodação de seus interesses vitais por meio de acordos que reduzam ou eliminem os conflitos econômicos e



ideológicos, freqüentemente responsáveis pela guerra. c) Reunião dos Estados em organismos internacionais de âmbito cada vez mais amplo, dotados de cortes de justiça que tenham o poder de julgar conflitos, impor sanções aos transgressores, executar efetivamente as sentenças, para que a ordem jurídica que já foi capaz de estabelecer a paz no interior das nações possa também estender os seus benefícios à órbita internacional. (Anexos, p. A-6)

Esse modelo de estrutura formal, a forma composicional em termos bakhtinianos, não é verificado nos atuais projetos editoriais da *Folha de S. Paulo* mas, ainda que o Programa de Ação possa ser considerado como projeto editorial, ele, comparado com os documentos atuais do jornal, revela o dinamismo presente no conceito de gênero, a evolução histórica que o faz se modificar, e tais instabilidades, verificadas entre esses textos da *Folha*, nas décadas de 40 e 70, e as posteriores estabilidades, caso existam, virão justamente a demonstrar o quanto a sociedade, a história e o contexto interferiram na utilização dessa ou daquela forma de um gênero tão particular e revelador. Note-se que o corpus deste trabalho restringe-se aos PEs e gráficos do jornal produzidos a partir da década de 70, e que o cotejamento com os documentos produzidos por Nabantino tem, justamente, a intenção de demonstrar a dinamicidade e a riqueza da utilização do gênero nessa esfera da vida social.

Como os editoriais, os PEs da *Folha* representam o espaço de exposição de princípios da empresa, expressos a cada análise de fatos ou acontecimentos publicados no jornal. Assim, os PEs da *Folha de São Paulo* podem ser considerados um texto do gênero prescritivo, de finalidade prescritiva. Isso não significa que eles deixem de ser também informativos, que é uma das principais características do texto jornalístico, inclusive no caso dos textos jornalísticos opinativos, quase sempre amparados na informação nova e inédita. Para chegar às prescrições, os projetos analisam e discutem posturas, procedimentos e técnicas adotadas até então, para sugerir e propor – ou não – novos procedimentos. São, portanto, também altamente persuasivos, uma vez que para prescrever eficientemente normas, precisam convencer seus interlocutores.

Uma questão que poderia se impor é se os PEs podem ser considerados textos jornalísticos, apesar de não serem produzidos necessariamente por jornalistas – no caso da *Folha* sua autoria é atribuída ao Conselho Editorial do jornal que, em março de 2011, era composto por Rogério Cezar de Cerqueira Leite, Marcelo Coelho, Janio de Freitas, Gilberto Dimenstein, Clóvis Rossi, Carlos Heitor Cony, Celso Pinto, Antonio Manuel Teixeira



Mendes, Luiz Frias e Otavio Frias Filho. Desses, pelo menos três deles - Rogério Cezar de Cerqueira Leite, Antonio Manuel Teixeira Mendes e Luiz Frias - não podem ser considerados jornalistas, não apenas porque não têm formação na área ou não atuam nessa atividade, mas porque exercem outras profissões.

Apesar disso, considerar-se-á o projeto editorial um texto jornalístico, uma vez que é produzido na esfera de atividade dos jornalistas. Pode ser caracterizado como pertencente ao gênero jornalístico, porém com finalidade prescritiva, uma vez que se aproxima de outros textos que visam a ensinar e/ou orientar procedimentos, como bulas de remédio, manuais técnicos, atos legislativos ou receitas culinárias.

Como aqueles, um PE parte de uma situação ideal final para descrever as etapas e os procedimentos necessários para se chegar até ela, objetivando com que o receptor/interlocutor conclua que as técnicas e prescrições sugeridas são o melhor caminho para se atingir aquela situação final.

Poderíamos então dizer que um PE é um gênero que determina as feições de outros gêneros dentro de sua comunidade discursiva, de sua esfera de atividade, ou seja, trata-se de um *metagênero*: ele é um gênero jornalístico, uma vez que pertence à esfera social dos jornalistas, mas que tem um objetivo diverso dos gêneros jornalísticos mais usuais; em vez do objetivo precípua de informar, aquele texto intenta principalmente orientar, ensinar e planejar, a partir de uma visão estratégica daqueles que, supostamente, detêm o poder e o conhecimento daquela esfera social.

O conhecimento da identidade de um texto, pela caracterização de seu gênero, permite o desvendamento de sua estrutura interna, revelando também, ao mesmo tempo, muito de sua ideologia. Grande parte dos PEs tem justamente o objetivo de sugerir normas que permitam atingir seus objetivos editoriais, mercadológicos, etc.. Alguns limitam-se a ordenar as seções de um determinado veículo de comunicação, nem sempre entrando em detalhes sobre os motivos que determinaram tal escolha em detrimento de outra. É o que se verifica em alguns casos observáveis de PEs – disponibilizados inclusive na *Internet* – de pequenas publicações, revistas científicas ou de variedades e de alguns sites de notícias. Já os PEs de grandes jornais, revistas ou programas de televisão têm, além dessa característica, também a de revelar planos e programas de metas, o que justifica seu caráter de documento restrito ao público interno.

O texto dos PEs da *Folha de S. Paulo*, observado apenas no seu caráter discursivo, tem algumas características do gênero notícia (no sentido de possuir uma estrutura padrão e simples a ponto de estar contida em outros gêneros informativos do jornalismo), mas traz



também consigo muitos elementos que caracterizam o gênero editorial, se analisado não apenas pelo seu padrão textual – que, em última instância, também deriva do gênero notícia nos aspectos relatados acima – mas também pelo fato de ser produzido por membros do Conselho Editorial do jornal, reproduzindo, portanto, em tese, a opinião oficial da empresa.

Os projetos editoriais funcionam como orientação aos jornalistas e funcionários da casa, para que não se percam na rotina de uma atividade que exige muito mais do que conhecimento, técnica, capacidade de observação e análise, mas também independência e capacidade de contextualização de uma realidade fragmentada.

Os PEs dos jornais podem ajudar a enxergar essa complexidade com mais clareza. Eles revelam como o jornal se vê, como vê seu público alvo, como vê o jornalismo, seus concorrentes, seu mercado, a estrutura social e política do país em que atuam.

A divulgação pública dos PEs de grandes jornais, revistas ou programas jornalísticos de TV, como já se disse, não é comum, e coube à *Folha de S. Paulo* o pioneirismo no Brasil da divulgação pública desse tipo de material. Na edição especial de aniversário de 80 anos do jornal, publicada no dia 18 de fevereiro de 2001, a jornalista Ana Estela de Sousa Pinto justificava a divulgação do PE como uma opção do jornal pela transparência:

Um dos esteios do projeto era que a Folha fosse transparente externa e internamente. Projetos editoriais e manuais foram divulgados abertamente e, em 1989, o jornal tornou-se o primeiro da América Latina a instituir a função do ombudsman, que entre outras atribuições faz uma crítica interna diária, distribuída para todos os jornalistas. (PINTO in: FSP, 2001, p. 14).

Essa iniciativa, de tornar público um documento até então inacessível, permitiu não apenas conhecer motivações, antes reservadas aos formuladores de um dos maiores e mais representativos jornais do país, mas também abriu a possibilidade de elegê-lo como objeto de uma análise, cujo intento é caracterizar um gênero de discurso tão importante no jornalismo moderno, mas ainda tão pouco estudado. É possível que essa divulgação tenha sido também mais uma ferramenta de marketing do jornal, a fim de afetar transparência e inovação junto a seu público leitor. Se isso for, dá-se, dessa forma, uma “contaminação” desse gênero de discurso com outros, porque transforma a voz do PE na mesma voz da publicidade, do *marketing* e de outras ferramentas que possuem objetivos diversos daqueles do PE.

Os PEs analisados têm uma forte dimensão estratégica, isto é, tática e preditiva. Nesse sentido, tornar o projeto acessível ao público significa levar essa dimensão estratégica até às



últimas consequências: representa dar ao público, com a “coragem” de uma prestação de contas “sincera”, a medida exata e prática de quanto o veículo pretende mostrar-se confiável. Nesse sentido, além do objetivo publicitário, impõe-se um outro, de tornar o leitor parceiro da gestão editorial do jornal.

Os PEs da *Folha*, desde 1984, foram publicados e continuam disponíveis no site <http://www.folha.uol.com.br/>, medida adotada num processo amplo de reformulação do jornal, cujo marco de consolidação deu-se naquele ano, com a campanha de eleições diretas para a presidência da República.

Segundo Otávio Frias Filho (apud ABREU; LATTMAN-WELTMAN; ROCHA, 2003, p. 370), o projeto editorial é concebido como “um texto que sintetiza a visão que o jornal está tendo sobre o jornalismo mesmo, sobre os objetivos, as metas, os problemas a superar, etc. Esse texto, de certa forma, atualiza os pressupostos, os métodos, os objetivos que o jornal procura alcançar”. Para Silva, esses projetos visam ainda a determinar as feições “ideológicas, políticas e técnicas” do jornal (SILVA, 1988, p.68). De forma geral, os projetos representam um espaço de exposição de princípios da empresa. Esses princípios deverão ser seguidos pelos profissionais de várias áreas, de forma a estabelecer uma unidade na forma como o veículo será visto por seu público e pela sociedade.

Por conta dessas características, os PEs podem ser considerados textos de finalidade prescritiva, que, como outros da mesma categoria, visam a orientar procedimentos, da mesma forma como legislações e demais normas jurídicas, ainda que não apresentem declaradamente sanções para o seu descumprimento.

No caso do PE da *Folha de S. Paulo*, o jornal faz uma análise dos panoramas histórico, político, econômico e jornalístico, e fundamenta sua posição editorial, tentando não deixar espaço para dúvidas e questionamentos. Como será mostrado na seção a seguir, vários artifícios são utilizados para esse fim, como o discurso em terceira pessoa, léxico específico, o esforço de produção de um efeito de sentido de autoridade, impessoalidade da pessoa verbal e outros recursos.



Conforme exposto na introdução da tese, o objetivo desta seção será também cotejar projetos editoriais de dois veículos de comunicação, a saber, o jornal *Folha de S. Paulo* e a revista *Superinteressante* (Anexo, p. A-108).

O objetivo primeiro, entretanto, era contrastar o projeto da *Folha* com os de outros grandes jornais do país, ou seja, de veículos impressos diários representativos do jornalismo nacional, para que se pudesse fazer sua análise de gênero do discurso, incluindo análises de seu conteúdo temático, configuração formal ou plano composicional (estrutura formal dos textos pertencentes ao gênero) e o estilo verbal (que leva em conta as questões individuais de seleção e opção de recursos lexicais, fraseológicos e gramaticais).

O objetivo inicial, porém, não pôde ser concretizado. As tentativas de obtenção de tais projetos mostraram que divulgá-los, ainda que para a finalidade de pesquisa, não é prática comum entre os grandes veículos de comunicação, que fazem antes o contrário: mantêm esse material sob sigilo, permitindo sua circulação apenas entre grupos muito diminutos e restritos. Não se trata aqui de discriminar essas tentativas, mas acentuar que, apesar de alguns dirigentes de jornais afirmarem que o documento não pode ser considerado “um segredo guardado a sete chaves”, sua liberação, na prática, é quase impossível. Apesar de afirmarem que o conteúdo desses textos não incluía orientações sigilosas, os editores dos jornais abordados recusaram-se a cedê-los. Além dos jornais, a solicitação de PEs foi estendida a outros veículos de comunicação, sempre sem sucesso, com exceção da revista *Superinteressante*.

A análise desse exemplar de PE suscitou, então, um novo problema: estava claro que tanto o exemplar da *Folha* quanto o da *Superinteressante* pertenciam ao gênero *projeto editorial* (PE), dadas suas características, já estudadas por Cristóvão (2005), entre elas: a de pertencer a uma esfera social determinada; a de terem objetivo prescritivo; e a de serem dirigidas, pelo menos aparentemente, aos jornalistas e demais colaboradores daquele veículo de comunicação. Tais semelhanças, porém, terminavam justamente quando se considera que o projeto da *Folha* pressupõe um público amplo e indefinido enquanto que o da *Superinteressante* é dirigido diretamente àqueles que produzem a revista, como se verá.

O projeto da *Superinteressante* mostrou diferenças substanciais em relação ao projeto da *Folha*, em duas categorias bakhtinianas elencadas para o estudo de gênero, mas especialmente no que se refere ao seu plano composicional. Só para citar, por agora, um exemplo, a *Superinteressante* refere-se a alguns de seus funcionários pelo primeiro nome.



Esse procedimento não acontece em todo o projeto, mas em partes dele, logicamente naquelas que tratam de assuntos bem internos do jornal.

Assim como faz a *Folha* em seus PEs – e aqui já se refere ao que se classifica como estabilidade do gênero – também a *Superinteressante* aborda “temas” relacionados ao panorama econômico e político mundial e nacional (no caso da *Superinteressante*, com maior ênfase no aspecto científico, por razões evidentes: trata-se de uma revista de divulgação e popularização científicas). A diferença entre os projetos – a análise permite mostrá-lo – apesar de ter-se podido trabalhar com apenas uma versão do projeto da *Superinteressante* (o Plano Editorial de 1996 deixa supor que, naquele período, as atualizações eram anuais), é que, neste caso, as ações prescritivas são bastante específicas, ao ponto de serem discriminadas ações como workshops e viagens, alguns em datas e horários determinados, o que também faz dele um PE muito mais datado. É nessa circunstância que são citados nomes de funcionários, como nos exemplos a seguir:

Enviar Flávio Diegues a Paris para estagiar na *France Press*, excelente fonte de infografia, com *know-how* que vale conhecer. (Anexo, p. A-150)

Ou:

Enviar André Singer para Curso de *Stanford*, em julho. Custo: 6.500,00 dólares. (Anexos, p. A-150)

Em ambos os exemplos não há menção ao cargo do funcionário citado, informação fundamental para a contextualização do interlocutor do projeto editorial da revista a respeito da informação. Ora, tal procedimento só é aceitável se esse dado específico – o nome de uma pessoa em particular – for do conhecimento de uma mesma comunidade discursiva, o que, em geral, pode não ocorrer no caso de um público leitor desses veículos, formado por milhares de pessoas. Ao divulgar publicamente um dado desse tipo, esse componente teria que ser alterado, colocando-se, por exemplo, o cargo no lugar do nome, e a *Folha de São Paulo*, no momento em que divulgou no jornal e na *internet* o seu PE, provavelmente tomou o cuidado de adequá-lo – caso em que não tivesse sido formulado com a pretensão de divulgá-lo - a um público mais amplo, provocando o que poderia ser chamado uma “contaminação do gênero”. É preciso convir em que citar o nome de um funcionário específico, a não ser que se trate de um jornalista famoso, não é procedimento usual de um gênero de discurso que tenha como



interlocutor um número indistinto de pessoas, com profissões, graus de instrução e classes sociais diferentes.

Justamente por estar circunscrito a um público direto bastante restrito, o projeto da *Superinteressante* utiliza artifícios referenciais diferentes dos da *Folha*: o fato de ele nomear os funcionários indica também uma durabilidade menor para a permanência das prescrições lá descritas (funcionários mudam com alguma frequência, pressupõe-se), ao contrário dos da *Folha*, que se referem apenas a cargos e funções. Talvez por isso, os projetos da *Superinteressante* fossem atualizados a cada ano (Anexos, p. A-110), ao passo que os da *Folha* vigem por um período de tempo consideravelmente maior.

Diante desse quadro, ainda que outros veículos possam não adotar o mesmo critério da *Superinteressante*, é forçoso concluir que é o projeto da *Folha* aquele que representa uma exceção diante da realidade com que os veículos de comunicação se portam diante desses documentos.

Ao mesmo tempo é como se, ao se decidir por divulgá-los, os projetos da *Folha* tivessem sido contaminados por outros gêneros, inclusive da esfera publicitária ou de marketing, mas não apenas jornalística. Isso porque, ao tornar público um documento de caráter restrito, o jornal assumisse uma postura de “transparência” diante de seu público, qualidade desejável para um veículo de informação. Ao mesmo tempo, para a finalidade desta pesquisa, passa-se a contar com dois tipos de PEs: restritos e abertos ao público.

CONTEÚDO TEMÁTICO, CONFIGURAÇÃO FORMAL E ESTILO

Para caracterizar o PE no quadro do dialogismo, é preciso adentrar no estudo dos elementos considerados como constituintes de todos os gêneros de discurso, a saber: o conteúdo temático, a configuração formal do objeto e o estilo verbal.

A fim de que possa ser reconhecida uma pertença a determinado gênero, esses três elementos devem manter estabilidades que lhes permitam ser reconhecíveis como componentes de um mesmo gênero. No que se refere ao conteúdo temático, como já se viu até aqui, os PEs da *Folha* e da revista *Superinteressante* estão dentro de um mesmo domínio de sentido, portanto, compartilham o mesmo conteúdo temático.

Conforme observa Fiorin (2008, p. 62):



O conteúdo temático não é o assunto específico de um texto, mas é um domínio de sentido de que se ocupa o gênero. Assim, as cartas de amor apresentam o conteúdo temático das relações amorosas. Cada uma das cartas trata de um assunto específico (por exemplo, o rompimento de X e Y, por causa de uma traição), dentro de um mesmo conteúdo temático. As aulas versam sobre um ensinamento de um programa de curso. As sentenças têm como conteúdo temático uma decisão judicial.

Também os projetos editoriais possuem esse domínio comum do tema e, nesse sentido, a comparação entre os projetos do jornal *Folha de S. Paulo* e da revista *Superinteressante* faz-se necessária, uma vez que corrobora a proposta bakhtiniana para o gênero nos seus aspectos fundamentais: o gênero sempre é e não é o mesmo. As similaridades entre os projetos dos dois veículos de comunicação são proporcionais às suas diferenças fundamentais.

No plano formal, nota-se que os PEs de ambos os veículos utilizam muitas das regras adotadas, já problematizadas nesta tese, para o texto jornalístico, elaborado para produzir efeitos tais como objetividade, neutralidade, imparcialidade, concisão, certeza, simplicidade; em especial os PEs da *Folha*. Da mesma forma como orienta seus jornalistas, nos PEs, o Conselho Editorial faz uso da norma culta, porém com utilização de termos acessíveis a um público leigo e amplo, de maneira que não haja diferenças significativas com a linguagem jornalística padrão. Ainda assim, pelo menos um dos projetos, o de 1982, como se verá mais adiante, utiliza com naturalidade – e sem a necessidade de definições ao interlocutor – termos como *metáfora*, *taquigráfico*, *monolitismo*, *paradoxo*, *conivência*, *tangido*, que, apesar de não caracterizarem um conjunto de destinatários formado necessariamente por um público culto, também não fazem parte do universo jornalístico diário, principalmente nas editorias que atingem, em maior grau, leitores de menor escolaridade, como os do caderno *Cidades*, que inclui *Polícia*, e *Esportes*.

Apesar de não poderem ser considerados, obviamente, gêneros literários, por terem uma função utilitária, os projetos editoriais, pelo menos os exemplares pesquisados, dão um grande espaço para marcas autorais e estilísticas, por não exigirem formas por demais padronizadas. A falta de padrão começa pelo tamanho do texto que, no caso dos projetos da *Folha*, não ultrapassa dez páginas e, da Revista *Superinteressante*, supera as oitenta.

Os dois projetos também não têm uma unidade no que se refere à separação por itens temáticos. O da *Superinteressante*, além de possuir uma divisão mais rígida que o da *Folha*,



composto apenas por intertítulos, traz um volume considerável de material anexo, como pesquisas de opinião, uma carta, organogramas, etc..

No plano estilístico, ainda, os projetos da *Folha* são mais formais e objetivos, enquanto o da *Superinteressante*, ao contrário, opta por um texto mais solto, descontraído, às vezes divertido, irônico, mais leve em algumas seções do que em outras, em especial naquelas que falam sobre o seu leitor e seus concorrentes. São particularidades que também se encontram nos veículos para os quais esses projetos prescrevem suas condutas. No veículo revista, por exemplo, esse tipo de texto é muito mais apropriado do que no jornal diário. A prática da leitura de revistas leva a constatações como essas, extraídas de um depoimento de Vilas Boas (199):

O estilo gráfico e a linguagem tendem para uma gramática própria do gênero revista. Na escolha dos significados, além do habitual estilo formal-coloquial do jornalismo, a revista toma expressões da literatura e as transpõe para o uso corrente. Da mesma forma o faz com expressões populares (jargões, neologismos, coloquialismos etc). (VILAS BOAS, 1996, p. 71-72)

Apesar da utilização preponderante da norma culta, o projeto da revista também tem registros coloquiais e não reluta em adotar neologismos para provocar um efeito bem-humorado, irônico e nada formal. Vejam-se os exemplos a seguir, tomados ao PE da *Superinteressante*:

Objetivos da revista

(pontos básicos para cumprir a missão)

- 1) Explicar o que as outras revistas mal conseguem entender.

Traduzir para o **leitorês** o que os outros publicam em **cientifiquês**. (Anexos, p. A-114, grifo nosso)

O leitor é **múltiplo**. Há vários, com diferentes características: é homem ou mulher, tanto faz. Às vezes, um bom jeito de visualizá-lo é pensar nele como uma família inteira: ele é pai, é mãe, filho ou filha, avô ou avô. Só não é o cachorro e nem o papagaio. (Anexos, p. A-115)

Para que direção a revista está indo?



Para o nada. Andou sumindo, deixando de circular. Pode reaparecer, mas a gente acha que demora. (Anexos, p. A-131)

Para onde vai:

É uma revista com cara antiga e bem ruinzinha. (Anexos, p. A-131)

Pontos fracos:

São massudos e, freqüentemente, chatos. (Anexos, p. A-132)

Pontos fracos:

Infografia bonitinha mas ordinária: pouco jornalística. (Anexos, p. A-135)

Pode-se observar nos exemplos que a tônica está na informalidade – “a gente” – apesar do uso da norma culta; no jogo de palavras como “bonitinha mas ordinária”; na mensagem direta, sem rodeios – “Para que direção a revista está indo? Para o nada” -, mas bem humorada – “só não é o cachorro e nem o papagaio”.

No projeto da *Folha*, por sua vez, como se viu nos exemplos anteriormente mostrados do PE de 1982, há uma maior variedade de léxico em oposição ao estilo do jornal, sugerido pelo seu Manual de Redação. Em relação à utilização de termos técnicos, por exemplo, diz o Manual, na entrada do verbete “Economês”: “Todos os termos técnicos e jargões devem ser evitados ou explicados em linguagem compreensível para qualquer leitor”. (FOLHA DE S. PAULO, 2010, p. 66). Apesar disso, não se veem nos projetos recursos próprios de outros gêneros, como ironias, ou mesmo recursos típicos de gêneros jornalísticos – além dos já citados aqui – como citações, itálicos, aspas, reprodução ou referências a discursos de outrem.

No PE da *Folha* há predominância, para usar conceitos da semiótica, de textos não-figurativos ou temáticos, aqueles que, segundo Fiorin, “procuram explicar os fatos e as coisas do mundo, buscam classificar, ordenar e explicar a realidade” (1998, p.72). Isso se deve à condição dissertativa do projeto - em oposição ao texto narrativo, por exemplo – pela sua própria finalidade de prescrição de comportamentos, atitudes, posicionamentos ideológicos e políticos, ainda que qualificados como apartidários, sobretudo ao colocar um jornal como empresa capitalista que deve, portanto, sujeitar-se às normas do mercado.



A questão da autoria dos PEs também é matéria que merece reflexão, sobretudo quando se os considera do ponto de vista do gênero do discurso. No caso da *Folha de S. Paulo*, a produção dos seus PEs é de incumbência, segundo o próprio jornal, do seu conselho editorial; uma autoria, portanto, coletiva. Por sua vez, o Plano Editorial da *Revista Superinteressante* parece ter sido confeccionado por seu editor na época, o jornalista Eugênio Bucci.

O Conselho Editorial da *Folha* foi criado em 1978, uma fase de intensa efervescência e tentativas de modernização do jornal. No mesmo ano, foi criada a seção “Tendências e Debates”, projetada por Cláudio Abramo e mantida até hoje.

Silva (1988, p. 67), que já atuou como *ombudsman*, secretário de redação, e, no início dos anos 80, foi um dos arquitetos do *Projeto Folha*, fala sobre a criação do Conselho Editorial desta forma:

Em maio de 1978 é criado o Conselho Editorial. Esse seria o organismo através do qual o projeto deixaria de ser apenas idéias na cabeça de algumas pessoas e ganharia sistematização e forma concreta. Trata-se de um colegiado composto por jornalistas e não jornalistas que se reúnem mensalmente em caráter consultivo para analisar a conjuntura política e econômica do país, criticar o desempenho jornalístico da Folha e recomendar linhas de ação editorial futura. Seus membros são indicados pela direção da Empresa Folha da Manhã S/A. Os integrantes da direção de redação (o diretor e os dois secretários de redação) têm direito a lugar e voz nas reuniões.

Entre 1978 e 1984, o Conselho Editorial foi o fórum privilegiado para a discussão do projeto do jornal. Seu secretário, Otavio Frias Filho, foi o principal fator de emulação dos documentos que deram consistência a esse projeto. Depois de maio de 1984, o Conselho Editorial cedeu à direção de redação esse papel de liderança no que se refere à condução e à teorização do projeto.

A citação pretende mostrar que houve uma maior democratização na estrutura dos projetos, uma vez que foi “cedida” à direção de redação o papel de liderança na condução do projeto. Se se pensar que seus membros são indicados pela direção, entretanto, que são



pessoas de confiança da direção, essa democratização torna-se relativa, mas, ainda assim, significativa.

Ao se considerar os documentos produzidos por José Nabantino Ramos (Anexos, p. A-4 e A-10) como protoespécimes ou germens de PEs, serão verificadas no corpúsculo desta pesquisa três formas de autoria distintas para os projetos editoriais: no caso das *Folhas*, uma autoria nominal, definida pelo proprietário da empresa em pessoa; no caso da *Folha de S. Paulo*, uma autoria em que a “voz do dono” está camuflada na figura do seu conselho editorial; e no caso da *Superinteressante*, a autoria manifestada pela pessoa de confiança do proprietário da empresa, o editor da publicação. O que isso pode representar na vida do jornal?

É o caso de perguntar também qual orientação teria mais legitimidade em se tratando de um discurso de finalidade prescritiva: a voz do proprietário da empresa, do funcionário-editor ou do conselho editorial que reúne, a um só tempo, representantes da direção, dos empregados e também da sociedade? Para responder a essa pergunta, num primeiro momento, parece natural que se retire da lista, quando se julga a legitimidade, a primeira opção, uma vez que o proprietário estaria defendendo apenas os seus próprios interesses. Nos dois casos seguintes também há ressalvas a fazer, porque, de uma forma ou de outra, conselho editorial e editor são representantes da direção e indiretamente estariam também vinculados aos interesses dos proprietários, cuja defesa empreenderiam.

Na opinião de Arbex Júnior (*apud* MELO, 1992) – no trecho transcrito a seguir ele se refere ao ato da escrita de editoriais, mas é possível estender suas considerações a outros gêneros – é como se os editores vislumbassem, intuissem e incorporassem os desejos e as pretensões da cúpula dos jornais, e agissem em função dessas presunções. Nesse caso, não haveria uma pressão direta sobre os editores ou jornalistas:

[...] não se trata de “pressões diretas”, mas de um jogo muito mais sutil, que Otávio Frias Filho definiu como o exercício da “presunção” por parte dos editorialistas.

“Presunção”, no caso, significa que os editorialistas, em face de um determinado problema, “presumem” que determinada “linha” conseguiria abranger o conjunto dos interesses em questão. Partindo dessa “presunção”, escrevem o editorial, com um grau de autonomia relativamente grande. Assim, o jogo de interesses é acionado não diretamente, como “numa mesa de negociações” – imaginar as coisas dessa forma seria um simplismo, um



“conto da carochinha”, na expressão de Otávio Frias Filho – mas no próprio processo de elaboração do texto, como dado *a priori*. [ARBEX JUNIOR, apud MELO (org.), 1992, p. 94-95].

O PE funcionaria também como mais um mecanismo de pressão, com o seguinte atenuador: por ser, no caso da *Folha*, de circulação pública, ele não dispensaria o artifício da “presunção” de que fala Arbex, até porque, no cotidiano do trabalho do jornalista, as pressões impõem-se diariamente, num jogo de interesses, contextualizações e lógicas afeitas a determinadas comunidades discursivas, que não prescindem das articulações impostas para afirmarem a sua lógica.

Nesse momento em que se está tratando de cargos e pessoas, convém esclarecer um aspecto teórico importante da questão: tendo em vista as concepções bakhtinianas acerca da noção de autor, não se está evocando, aqui, a noção de autor-pessoa, mas, sim, a de autor-criador.

Nesse sentido, vale lembrar a contribuição de Faraco (2005, p. 38) que, embora aborde o trabalho de Bakhtin em matéria de análise da obra estética, pode ser também utilizado para o estudo de textos não artísticos. Sobre o autor-criador, escreve Faraco:

Ele é entendido fundamentalmente como uma posição estético-formal cuja característica básica está em materializar uma certa relação axiológica com o herói e seu mundo: ele os olha com simpatia ou antipatia, distância ou proximidade, reverência ou crítica, gravidade ou deboche, aplauso ou sarcasmo, alegria ou amargura, generosidade ou crueldade, júbilo ou melancolia, e assim por diante.

Em outras palavras, esse olhar é sempre valorativo. No caso dos projetos editoriais da *Folha*, dada a sua finalidade prescritiva, há, ainda, a necessidade de convencer o outro dos valores do autor-criador. Os argumentos, os exemplos, os recursos de que o autor-criador faz uso para desenvolver o seu texto, ainda que de finalidade utilitária e não estética, encaminham-se sempre para o objetivo de prescrever e orientar, que é seu objetivo, mas, principalmente, e antes disso, convencer o outro de suas qualidades.

Para mostrar que o jornal vem se profissionalizando, por exemplo, diz o projeto editorial de 1986:



As contratações são feitas por concurso público e exame de banca. O Plano de Metas Trimestrais está implantado, ainda que seus resultados palpáveis estejam muito aquém da expectativa. A Avaliação do Desempenho está consolidada. (Anexos, p. A-50)

Para vencer tempos sombrios, o jornal aparece como capaz de apresentar uma saída:

Para a imprensa, esta é uma época cheia de promessas. [...] Mas é também uma época sombria: os produtos jornalísticos tendem a perder suas características e confundir-se numa área cinzenta sob o predomínio da timidez e da redundância, fruto do receio de perder posições no mercado. [...] Mais uma vez o futuro da invenção jornalística depende em grande parte do comportamento da *Folha*, de sua capacidade para enfrentar esta nova situação com audácia e ecletismo, de se apropriar das experiências feitas fora e dentro do país, no passado e no presente, para combiná-las e adaptá-las num modelo próprio capaz de dar resposta aos problemas práticos de cada momento. (PE 88, Anexos, p. A-61)

Neste trecho, por exemplo, o autor-criador parte de uma situação ruim, e, para demonstrá-la, utiliza-se de léxico que traduz essa precariedade: “época sombria”, “perder suas características”, “confundir-se”, “área cinzenta”, “timidez”, “receio”, “perder posições”. A solução para essa situação sombria é justamente a *Folha*, em última instância o “autor-criador” do texto mas, nesse momento, revestido da figura do seu interlocutor, ou seja, o outro, aquele para quem as prescrições estão destinadas, aquele que, se aceitar cumprir essas determinações, poderá sair dessa “época sombria” e alçar um novo patamar, que o autor-criador resume utilizando um universo lexical totalmente diverso do primeiro, no qual estão dispostos termos como: “capacidade”, “audácia”, “ecletismo”, “modelo próprio”.

PESSOA VERBAL

Assim como acontece na quase totalidade dos gêneros jornalísticos, o projeto editorial da *Folha de S. Paulo* tem como característica a utilização privilegiada da terceira pessoa, ainda que do singular, ou o verbo na forma impessoal.



O uso da primeira pessoa do plural também é verificado de forma bastante acentuada, e poderia levar a crer que sua utilização acontece com o mesmo propósito do de sua utilização em obras científicas, quando, no dizer de Fiorin (2001, p. 96), “o enunciador usa *nós* porque não é um indivíduo que fala em seu próprio nome, ele tem atrás de si a comunidade científica, que fala em nome da Ciência, do Saber”. No caso dos PEs da *Folha*, ainda que se utilizem recursos linguísticos que denotam certeza e autoridade, que poderiam ser confundidos com o saber científico, o “*nós*”, ali, tem um outro objetivo. Ele aparece, quase sempre, no momento de o projeto cumprir a sua finalidade de prescrição de tarefas ou condutas. Nesse momento, o enunciador parece sugerir e simular a assunção das tarefas propostas junto com o enunciatário, aparentando-lhe uma impressão de parceria na execução das atividades/condutas/preceitos/orientações/indicações, como nos exemplos a seguir:

Precisamos informar mais e melhor. Temos que publicar textos mais corretos, mais objetivos, mais concisos, mais claros, mais completos e, sobretudo, mais exatos. (PE 84, Anexos, p. A-36)

Quem exige esse zelo rigoroso é o interesse do leitor, ele próprio cada vez mais exigente. Nós não temos alternativa exceto a intransigência técnica. Os companheiros que não exercem cargos de chefia precisam investir constantemente em seu próprio desenvolvimento profissional. (PE 84, Anexos, p. A-36)

Outras incidências da primeira pessoa do plural podem ser verificadas, embora em menor grau, em situações de autoelogio ou de autocrítica, sugerindo o abrandamento de uma atitude arrogante ou, no caso do autoelogio, um indício de modéstia, já que o “*nós*” compartilha os eventuais sucessos e fracassos. Abaixo, exemplos dessas exceções, respectivamente nos PEs de 1981 e 1985:

Embora haja um sem-número de críticas que merecemos e que com freqüência nos fazemos, o jornal representa atualmente muito mais do que já representou através de sua atuação e imagem públicas no passado. (PE 81, Anexos, p. A-20)

Como profissionais de primeira linha que somos (e que pretendemos, cada vez mais, ser) [...] (PE 85, Anexos, p. A-43)



Mas o fator mais marcante nessa utilização das formas verbais é que todos os projetos, apesar de terem como traço principal o uso da terceira pessoa do singular, utilizam, em algum momento, a terceira pessoa do plural. A única exceção é o projeto de 1997, que faz da impessoalidade a sua marca e, em apenas três ocasiões, refere-se explicitamente à *Folha*, e na terceira pessoa.

O mecanismo de neutralizar a primeira pessoa do singular, ou ainda do plural, utilizando a terceira, é frequentemente utilizado em variadas situações discursivas além do jornalismo, como a linguagem oficial. “[...] é como se o enunciador se esvaziasse de toda e qualquer subjetividade e se apresentasse apenas como papel social” (FIORIN, 2001, p. 84).

Na obra *O Regime de 64* (1988), o mesmo autor analisa procedimentos discursivos do período “revolucionário”:

[...] quando o enunciador vai expor fatos relevantes para provar o que está afirmando, não se utiliza da primeira pessoa do singular, que cria um efeito de sentido de subjetividade, mas retira-se do discurso, escondendo-se atrás da neutralidade dos fatos (diz: ‘Isso é assim e assim’ e não ‘Eu penso que isso seja assim e assim’). (FIORIN, 1988, p. 125).

Como acontece no recurso argumentativo da utilização de modalidades, a opção pela terceira pessoa empresta ao texto um sentido de certeza às afirmações, provocando no leitor uma sensação de que as prescrições propostas são o único – ou pelo menos o melhor – caminho a ser seguido pelo jornal.

O uso da primeira pessoa cria um efeito de sentido de “subjetividade”, enquanto a utilização da terceira pessoa ou do verbo impessoal produz um efeito de sentido de “objetividade”. Se um cientista dissesse “Eu afirmo que a Terra é redonda”, isso poderia ser entendido como um ponto de vista pessoal. Entretanto, quando ele diz “A Terra é redonda”, é como se o próprio fato se narrasse a si mesmo. Nesse caso, temos a impressão de que uma verdade objetiva se estabeleceu. (FIORIN, 1988, p. 17).

Com a primeira pessoa, a impressão de subjetividade é ampliada, ainda que, como a *Folha* quer fazer notar, haja – ou pareceu haver, no momento em que o PE foi escrito – um consenso sobre seu conteúdo.



Ao analisar editoriais da *Folha de S. Paulo*, Discini (2003, p. 156) comenta o aparente distanciamento do “eu” que fala:

Já que dizer eu constrói um efeito de subjetividade, tenta-se [...] desestabilizar esse efeito, para que os fatos pareçam narrar-se a si mesmos, sem, aparentemente, um narrador instalado no discurso. O editorial, então, quer parecer objetivo, parece, mas não é [...].

Esse efeito de objetividade é o mesmo que se verifica nos projetos editoriais da *Folha*, sendo que o projeto da *Superinteressante* é um pouco diverso. Apesar de também optar, muitas vezes no texto, pela utilização de verbos impessoais, principalmente ao analisar o cenário mundial e brasileiro, o projeto faz ressalvas para que seu leitor saiba da subjetividade de suas análises, como nos exemplos:

Cenário mundial e brasileiro *sob a ótica da revista*. (grifo nosso) (Anexos, p. A-118)

O Leitor

Comportamento, atitudes e valores

(20 ou mais características do leitor, *segundo a experiência e a intuição da redação*. [...]) (grifo nosso) (Anexos, p. A-115)

O projeto da *Superinteressante* também utiliza com frequência a primeira pessoa do plural. Vejam-se alguns exemplos:

Para maior clareza do que acabamos de expor, seguem em um caderno separado alguns exemplos de como ficaria a revista com esta nova proposta. Redesenhamos, de acordo com os padrões aqui propostos, a edição de outubro de 1996. (Anexos, p. A-138)

Agora, com a autorização da matriz, G+J, que nos deu permissão expressa para fazer a revista on-line (ver histórico), podemos avançar com a SUPER on-line, que hoje já conta com cerca de 6 000 acessos diários. (Anexos, p. A-143)



Avançamos na organização do fluxo e já asseguramos um bom planejamento das matérias, o que se reflete numa edição mais cuidadosa, nos títulos, no espelho mais equilibrado. (Anexos, p. A-149)

Neste caso, além de um caráter mais subjetivo do que objetivo, outro efeito de sentido se impõe no projeto: o de construção em grupo, em equipe, apesar de ter uma assinatura individual, como já foi dito. O plural reforça os avanços coletivos do grupo que produz a revista, e não de apenas uma pessoa ou posição hierárquica.

ESTILO

Os três componentes identificados para a caracterização do gênero, já mencionados neste trabalho, principalmente os denominados estilo e estrutura formal, estão de certa forma imbricados, ou seja, muito da estrutura formal dos textos irá definir o seu estilo que, por sua vez, também influencia na escolha dos elementos formais do enunciado. Quando se fala no uso preferencial das formas verbais dos projetos editoriais de cada veículo de comunicação, também se fala do estilo de cada um.

E, da mesma forma que revista e jornal apresentam diferenças suficientes para colocá-los em gêneros distintos, também os seus projetos editoriais, de certa forma, espelharão um pouco dessas características estilísticas dos gêneros que engendrarão. O próprio leitor de cada um desses veículos irá definir o estilo, o “tom” de jornalismo que cada um deles pratica, e este, por sua vez, irá definir o estilo dos seus respectivos PEs. Nesse sentido, o referente dialógico que compõe o universo teórico bakhtiniano se impõe, em contraponto à clássica noção de estilo oriunda do senso comum como aquele componente individual do enunciado, do texto, do discurso. Neste caso, também, o estilo é definido pela relação “eu”/”outro”, do individual e do relacional:

“O estilo é o homem”, dizem; mas poderíamos dizer: o estilo é pelo menos duas pessoas ou, mais precisamente, uma pessoa mais seu grupo social na forma do seu representante autorizado, o ouvinte – o participante constante



na fala interior e exterior de uma pessoa. (BAKHTIN/VOLOSHINOV, 1976, p. 16)

Brait (2005, p. 80) percorre as obras do Círculo de Bakhtin para mostrar a maneira como:

em cada uma delas, a questão do estilo associa-se a reflexões, análises, conceitos e categorias específicas, assumindo aspectos que, somados, contribuem para uma melhor compreensão da forma de ser da linguagem que, sendo social, histórica, cultural, deixa entrever singularidades, particularidades, sempre afetadas, alteradas, impregnadas pelas relações que as constituem.

Para Brait, o conceito bakhtiniano de estilo “não pode separar-se da idéia de que se olha um enunciado, um gênero, um texto, um discurso, como participante, ao mesmo tempo, de uma história, de uma cultura e, também, da autenticidade de um acontecimento, de um evento” (2005, p. 96).

É esse aspecto relacional e dialógico do estilo que será ressaltado aqui. No caso do nosso objeto de estudo, pode-se dizer que essas são relações que se estabelecem tanto em função das características do gênero em que cada veículo se expressa quanto do leitor para o qual se dirige. Apesar de o jornal e a revista pertencerem a uma mesma esfera de comunicação verbal, há especificidades em cada público desses veículos e, conseqüentemente, no tipo de jornalismo praticado. O jornal *Folha de S. Paulo*, considerado jornalismo sério, de abrangência política e econômica, capaz de interferir nos destinos da nação, pratica, no seu PE, um texto mais sóbrio. A revista *Superinteressante*, cujo desafio é “decifrar”, a um público leigo, os “mistérios” da ciência, cativando-o, possui um texto mais divertido, repleto de “tiradas” espirituosas, e às vezes um pouco “ácidas”, principalmente ao falar de seu leitor ou dos concorrentes, como nesse exemplo, ao mencionar o que considera os “pontos fortes” dos procedimentos da revista *Globo Ciência*:

Dão novos produtos eletrônicos (mas as páginas de novos produtos tem sabor de catálogo, não de jornalismo). (Anexos, p. A-128)

São traços de estilos criados a partir do diálogo provocado pela relação entre as palavras “catálogo” e “jornalismo”, na qual “catálogo” assume características de “lista”, “rol”,



portanto de imobilidade, e “jornalismo” de “movimento”, “vida”, “ação”. Um teria sabor de morte, paralisia, e outro, de vida.

Essas possibilidades de uso da palavra, mais ou menos sérias como no exemplo, que também, em menor grau, são típicas, cada qual, de *jornal* e/ou *revista*, acabam “contaminando” o gênero *projeto editorial*, tanto no seu estilo quanto no seu plano composicional. Nesse jogo dialógico, essas determinações são, em grande parte, uma exigência de seus leitores, sobre quem se falará no próximo sub-item.

A IMAGEM DO LEITOR

O leitores da *Folha* e da *Superinteressante* não são os interlocutores diretos dos PEs desses veículos de comunicação, ressalvados os projetos da *Folha de S. Paulo* disponíveis no *site* do jornal. Apesar disso, a figura do leitor é, em última instância, de importância máxima para ambos os textos, uma vez que de sua aprovação dependerá o sucesso desses meios de comunicação de massa, e essa preocupação está expressa em ambos os projetos.

Dessa forma, vale verificar como o leitor é tratado nesses documentos. Esse assunto será retomado adiante, quando se analisará, mais atentamente, o *cópus* principal desta tese. Aqui, o objetivo será identificar características do gênero *projeto editorial*, no que se refere ao cotejamento entre os projetos dos dois veículos do *cópus* de pesquisa.

O projeto da *Superinteressante* inicia explicitando o seu objetivo: “Explicar o que as outras revistas mal conseguem entender. Traduzir para os leitores o que os outros publicam em cientifiquês”. O último enunciado denota, certamente, um quê de arrogância no trato com a concorrência, ou seja, um diálogo, uma resposta, um contraponto a essas publicações.

Ambos os veículos preocupam-se em identificar seus leitores: o jornal, através de pesquisas precisas, elaboradas e contínuas; a revista, por um processo intuitivo, mas também elaborado a seu modo. Apesar de fazer a afirmação de que o conhecimento do seu leitor se dá por um processo intuitivo, no decorrer do projeto se verão várias pesquisas da Editora Abril a respeito da *Superinteressante* e das revistas concorrentes, o que faz supor que, apesar desse exercício intuitivo, várias ações do grupo Abril são programadas com base em dados e não na intuição.



Ao comparar o projeto da *Superinteressante* com o da *Folha*, verificam-se várias similaridades: há uma análise da linha editorial, do panorama mundial e brasileiro no setor, da concorrência, etc. Essas similaridades mostram a coincidência de conteúdo temático, o que faz ambos os veículos pertencerem a um mesmo gênero do discurso. As diferenças de estilo e configuração formal estão mais relacionadas às diferenças entre o gênero revista e jornal do que propriamente ao gênero projeto editorial.

Aparentemente, mas só aparentemente, o projeto da revista *Superinteressante* sustenta, ao contrário dos projetos da *Folha*, desprezar o conhecimento – por que não dizer, *científico* – das características do público leitor da revista obtido através de pesquisas. Seu projeto, inicialmente, recusa-se a “consultar” as pesquisas sobre esse assunto, e propõe que as decisões a serem tomadas em função do diálogo com o leitor sejam feitas “segundo a experiência e a intuição da redação” (Anexos, p. A-115).

Dessa forma, *intuitivamente*, o projeto praticamente *especula* sobre o seu leitor; propondo-se a descobrir seu “comportamento, atitudes e valores”, como nos excertos:

Tem **tudo no quarto**: TV, som, a coleção da SUPER, outras coleções, livros e computador. Sobre tudo computador. Num altar. (Anexos, p A-115)

É uma vítima da dicotomia entre corpo/ciência/matéria versus espiritualidade/humanidade/sentimento. É difícil para ele integrar-se como um todo harmonioso, conciliar vida pessoal e vida profissional, conciliar religiosidade e prazer etc. Essas dicotomias decorrem bastante da formação escolar e da própria cultura ocidental, que conduz a sofrimentos hoje conhecidos. Essas dicotomias decorrem, enfim, da própria organização do conhecimento e do modo como o leitor se relaciona com esse conhecimento. (Anexos, p. A-115)

A revista propõe-se a atender a algumas necessidades que imagina serem do leitor, como “sentir-se inteligente enquanto lê” ou “saber em primeira mão quais são as tendências para o futuro” (Anexos, p. A-117).

Como já dito, quando propõe uma análise intuitiva do seu público, isso não significa que a revista não possua pesquisas a respeito do seu leitor. Pelo projeto de 1996, é possível notar que elas existem, e que devem ser feitas anualmente [veja-se o excerto: “Analise o perfil



básico do leitor em 1995 (fonte Marplan), compare com os anos anteriores e, se houver alguma alteração importante, faça sua análise”]. (Anexos, p. A-163)

Os dados disponíveis, no PE de 1996 da revista *Superinteressante*, mostram que o seu leitor é instruído (41% de nível superior e 46% colegial) (Anexos, p. A-163), sendo que a maioria pertence ao sexo masculino. Porém, ao contrário do projeto da *Folha*, divulgado a um público mais amplo, o da revista, restrito ao público interno, parte do princípio de que seu interlocutor conhece outras pesquisas anteriores, e, por isso, chega a deduções que não deixam claro o percurso lógico que permitiria chegar a conclusões que, além de tudo, podem soar nada objetivas, tais como: “O leitor não é aquele garoto chato e de óculos tipo ‘geninho’” ou “Para eles, ela [*Superinteressante*] tem imparcialidade, seriedade e rigor científico sem ser ‘chata’” (Anexos, p. A-164).

Para definir seu leitor, a *Superinteressante*, além dessa análise a que se está chamando *intuitiva*, faz um roteiro que apresenta ao jornalista que trabalha em sua redação, reunindo cinco aspectos que podem marcar o encontro do homem com a ciência. Esses cinco itens estão reunidos no apêndice do PE denominado **ponto E** (Anexos, p. A-194), “Panoramas do mundo do leitor”. Os cinco itens são os seguintes: 1. O ambiente – Onde pode acontecer o encontro do leitor com a ciência; 2) O tempo – O interesse do homem pela ciência pode mudar de acordo com o tempo histórico e pessoal; 3) A atração – O que leva o leitor à ciência (subdividido em curiosidade, necessidade, busca e desejo); 4) As “vozes científicas” – quem fala de ciência para esse leitor; e 5) As emoções – o que o leitor pode sentir diante da ciência (subdividido em respeito, temor, fascínio e vocação).

Repetindo: apesar de sugerir ao seu jornalista uma apreciação intuitiva do leitor, o autor do PE da revista *Superinteressante* não se furta a utilização de pesquisas.

Uma delas é a do Instituto Marplan e, pelo que se pôde aferir, trata-se de pesquisa realizada a pedido da Editora Abril, que publica a *Superinteressante*, para todas as suas publicações, uma vez que o projeto editorial elenca os dados também de outros títulos da empresa. Traz, ainda, dados da pesquisa da Marplan realizada com a concorrente *Globo Ciência*, o que leva a crer que as informações comparativas são importantes para a definição dos rumos editoriais da publicação. Vale ressaltar que, na página com o perfil resumido dos leitores da *Superinteressante* e seu similar, com o perfil dos leitores da *Globo Ciência*, há uma observação no canto inferior direito da página: “Informações de uso interno”. Da pesquisa da Marplan são citados também dados sobre perfil do leitor e algumas opiniões do público sobre a revista.



Também são utilizados dados da pesquisa com comparativos de venda em banca das revistas *Superinteressante*, *Globo Ciência* e *Ciência Hoje*; como se vê, trata-se de nova alusão da publicação aos seus concorrentes.

Vistos, então, exemplares de projetos de ambos os veículos, jornal e revista, verifica-se que ambos têm finalidade prescritiva. São, também, produzidos na mesma esfera de atividade. Partem de formas composicionais um pouco diversas no que se refere ao tamanho dos textos, à disposição das páginas, à segmentação dos assuntos. O conteúdo temático, porém, é praticamente o mesmo: a ideia de jornalismo; o panorama histórico, econômico e social em que o veículo está inserido; a concorrência; os caminhos para ampliar a qualidade; a visão do leitor e aquilo que ele espera de seu jornal, revista ou outro. Em relação ao estilo, nota-se uma similaridade do projeto em relação ao tipo de suporte em que está amparado: o projeto de um jornal sério como a *Folha* segue o estilo de texto refletido nas páginas do jornal, enquanto o projeto da revista *Superinteressante* apóia-se num texto mais livre, mais autoral, pode-se dizer. Constituem-se, dessa forma, como pertencentes a um mesmo gênero do discurso, com todas as nuances e instabilidades próprias de um processo dialógico.



PERCURSO DOS PROJETOS EDITORIAIS (PES)

Os textos materializam o sentido que o homem dá ao seu universo social em determinada circunstância espaço-temporal. Assim, é legítimo inferir que cada versão do projeto editorial ou gráfico do jornal *Folha de S. Paulo* pode lançar luzes sobre a maneira como o jornal vê o mundo, o jornalismo, seus interlocutores diretos e seus leitores. É possível inferir ainda, à luz do dialogismo, que esses sentidos são materializados a partir do processo de interlocução que o jornal mantém com o mundo que o cerca, num movimento de inter-relacionamento, influências, diálogos em determinado momento do tempo e num ponto do espaço, em certa fase de desenvolvimento de um gênero do discurso particular.

Diz Marchezan (2010, p. 269-270):

Lugar de interação de várias consciências – que na perspectiva adotada, são consciências socialmente construídas – o enunciado, o texto organiza-se e acontece em complexas coordenadas espaço-temporais, em que se situam ou a que se remetem essas consciências. Desse emaranhado, destaca-se, portanto, o aqui/agora dos sujeitos responsáveis pelo acontecimento do enunciado, mas também o aqui/agora do herói (a personagem, ou ainda o sujeito) que habita o enunciado.

Dependendo do gênero, há desdobramentos das coordenadas espaço-temporais importantes para compreensão. Um romance antigo, por exemplo, ao ser lido hoje pode demandar o esforço de entendimento das cenas enunciativas, que o teriam gerado. Tal esforço impõe-se, pelo menos, na análise do pesquisador, sem que, no entanto, deva ou possa renunciar a si mesmo como participante também do diálogo com a obra.

Será esse esforço que a presente seção empreenderá, qual seja, tentar identificar as cenas enunciativas que geraram os vários exemplares dos projetos editoriais da *Folha de S. Paulo*, a partir, principalmente, da identificação dos momentos político e econômico pelos quais passava o país. Outros aspectos virão à tona, entre os quais, por exemplo, a menção aos



concorrentes diretos do jornal, e o diálogo interno entre os vários projetos ou com os interlocutores desses enunciados. Um percurso semelhante foi empreendido na dissertação de mestrado desta pesquisadora, intitulada “O projeto editorial da *Folha de S. Paulo* sob a perspectiva do Círculo de Bakhtin”, porém, considerando-se apenas o último projeto, de 1997.

Os PEs da *Folha de São Paulo* são documentos escritos pela alta cúpula do jornal, formada por seu Conselho Editorial, e dirigidos primordialmente aos jornalistas da casa, com o objetivo de, a partir de uma análise crítica dos rumos adotados por esse veículo de comunicação nos anos anteriores, informá-los e orientá-los sobre os valores que se deseja transmitir a seus leitores e à sociedade da qual participa o jornal.

A partir do conceito bakhtiniano de gênero, pode-se inferir que cada projeto editorial representa uma evolução – e, neste termo, não há uma valoração positiva ou negativa - em relação ao seu exemplar anterior, num movimento de contínua mudança. Por isso, esta análise estará referenciada num período histórico em que os projetos da *Folha* serão avaliados como a materialização de um sentido, num determinado período de tempo e em determinado lugar do espaço, em constante mutação. Resumindo: serão consideradas as inconstâncias, as evoluções e involuções, a dinamicidade que originou a materialização do sentido e, por ventura, caso ocorra, a aparente imobilidade.

Pode-se considerar que o jornalista, em uma relação de interlocução que se estabelece por esses documentos, à luz do referencial teórico proposto pelo Círculo de Bakhtin sob o nome de *dialogismo*, é, para os PEs, o *outro*, visto não como um simples receptor, mas como aquele que, na relação de alteridade com o *eu* que fala (o enunciador), cria um espaço de interlocução próprio e interdependente.

É importante entender que o jornalista, ainda que interlocutor direto do texto, não é o único *outro* envolvido na relação dialógica estabelecida pelo PE da *Folha de S. Paulo*. Há nesse texto outros interlocutores. Apesar de ter uma autoria, os projetos editoriais se definem pela concepção do *outro*, seja ele o jornalista a quem o texto se dirige; seja o leitor – objetivo final da proposta; seja também a opinião pública, personagem difuso, porém importante na própria concepção de jornalismo da *Folha*; seja ainda, quem sabe, as várias outras personagens citadas pelos projetos: governos, mercado, concorrentes diretos, jornalismo de televisão, rádio, *Internet*. Todos esses *outros* e ainda possíveis *outros* não elencados aqui podem ser vistos como interlocutores indiretos do discurso da *Folha*, porque também interferem no conteúdo daquilo que será dito. Além do locutor e do interlocutor, há outras



vozes que constituem a autoria do texto, vozes das quais o autor se apropria como se fossem dele, e com as quais sente certa *empatia* ou identificação ou de quem se distancia.

No diálogo do PE com seus jornalistas, com o público e com os outros PEs, há também um diálogo com a história do país e do mundo, com o mercado e com a política, além de outros que se consideraram menos evidentes. Não parece ser possível, tampouco útil, separar de maneira estanque cada um desses interlocutores. O que parece produtivo é identificar outro personagem nessa relação dialógica: o *eu*, que também se define pela contraposição ao *outro*.

Dessa forma, é preciso observar os sentidos produzidos pelos PEs para que, através deles, possa-se buscar o *outro* no discurso da *Folha*. Para essa tarefa, a contextualização do momento histórico em que os projetos foram produzidos é de fundamental importância. Diz Faraco:

Para Bakhtin, o que constitui a realidade fundamental da linguagem é essa atividade sócio-semiótica – que se dá não entre dois indivíduos isolados que apenas atualizariam um sistema objetivo ou apenas expressariam uma subjetividade dada *a priori*, mas entre indivíduos socialmente organizados, isto é, constituídos e imersos nas relações sociais historicamente dadas e das quais participam de forma ativa e responsiva. (FARACO *et al.*, 2007, p. 103)

Outra tarefa importante para essa contextualização será a análise da evolução das propostas de um projeto para outro. Por isso, o estudo será feito em ordem cronológica, do primeiro PE até o último, o de 1997. Procurar-se-á extrair dos projetos sinais das condições históricas que os engendraram, ao invés de buscar na história esses elementos. Com isso, se estará buscando contextualizar esses documentos produzidos pela *Folha*, na tentativa de extrair-lhes os sentidos, mas sem a pretensão de esgotá-los: “O sentido da palavra é totalmente determinado por seu contexto. De fato, há tantas significações possíveis quantos contextos possíveis” (BAKHTIN/VOLOSHINOV, 1999, p. 106).

Lembrando Voloshinov:

O problema da *relação recíproca* entre a infra-estrutura e as superestruturas, problema dos mais complexos e que exige, para sua resolução fecunda, um volume enorme de materiais preliminares, pode justamente ser esclarecido, em larga escala, pelo estudo do material verbal. [...]



As palavras são tecidas a partir de uma multidão de fios ideológicos e servem de trama a todas as relações sociais em todos os domínios. É portanto claro que a palavra será sempre o *indicador* mais sensível de todas as transformações sociais, mesmo daquelas que apenas despontam, que ainda não tomaram forma, que ainda não abriram caminho para sistemas ideológicos estruturados e bem formados. (1999, p. 41)

ELOS DE UMA GRANDE CORRENTE

Conhecer a história da empresa a partir da década de 70, quando surgiu o primeiro exemplar de projeto editorial, será útil para este estudo porque a concepção de gênero em Bakhtin pressupõe o controle do conhecimento do contexto em que o enunciado foi produzido. Tendo em vista que todos os enunciados se juntam em elos que formam uma grande corrente, e para que se possa melhor visualizar o surgimento e o desenvolvimento de cada um dos projetos, é preciso dispô-los em nova ordem e encadeamento, de tal forma que se possa vislumbrar o conjunto total que, porém, nunca será completo, por mais dados que se descubram e por mais que sejam sequencializados e dispostos de maneira a formar o contexto requerido: sempre haverá outros contextos, outras histórias, outros personagens que influenciaram aquele enunciado, sem que seja sequer possível supô-los.

Ainda assim, parece importante situar o surgimento desses projetos investigando e descrevendo uma história um pouco mais ampla do jornal, o que remeterá o estudo à época de criação da *Folha* e aos acontecimentos posteriores, até o período em que se inicia a produção dos projetos. Por isso, será conveniente conhecer brevemente as circunstâncias que transformaram a *Folha* no maior jornal do país e, num momento posterior, num veículo que luta para continuar se mantendo entre os mais importantes.

Note-se que, neste ano de 2011, a *Folha* completou 90 anos de história e, desde a sua fundação, o jornal passou por várias fases, algumas até aparentemente contraditórias. Nasceu com uma proposta de defesa da classe média urbana, para depois ser baluarte dos ideais do campo. Defendeu posturas com as quais se indisputou posteriormente. Acatou as determinações da ditadura militar para, a seguir, ostentar a bandeira – inclusive mercadológica, usada em publicidade com o objetivo de favorecer o crescimento do jornal – e a defesa das eleições diretas e da abertura política. Mas foi com essa dinâmica que marcou a história do jornalismo brasileiro.



Pode-se considerar o ano de 1921 como o do início do jornal *Folha de S. Paulo*, cujo primeiro nome foi *Folha da Noite*, fundada pelos jornalistas Olival Costa, Pedro Cunha e outros funcionários do jornal *O Estado de S. Paulo*. A data de fundação era 19 de fevereiro.

Segundo Mota, “o momento histórico do nascimento da primeira das *Folhas* é caracterizado por perturbações sociais e políticas que culminaram no colapso da Primeira República”, e foi marcado por uma “intensa contestação ao sistema de poder” (MOTA, 1981, p. 5), propícia à criação de veículos de comunicação oposicionistas. Era também a fase em que o Brasil começava a implantar em seu território alguns avanços técnicos vindos do exterior, mas ainda não havia consolidado a imprensa como um negócio empresarial rentável, e o jornalismo era considerado um “bico” ou apenas um espaço de projeção política.

Isso talvez explique algumas especificidades do jornal recém-criado. Uma delas seria a característica revelada por Taschner (1992) de que, apesar dessa época em que se vivia o início da sociedade industrial, o jornalismo em geral, e o da *Folha da Noite* em particular, se “envergonhavam” de assumirem-se como *mercadoria*. A autora cita trecho de um anúncio de assinaturas do jornal para corroborar a sua tese: “Dado o preço excessivamente módico da assinatura, ninguém dirá que esta folha é publicada com idéia de lucro” (TASCHNER, 1992, p. 37), dizia o anúncio:

Essa poderia ser escolhida como uma das principais características do jornal no seu nascedouro: o jornal era obviamente uma mercadoria (o anúncio era de assinaturas), mas seus donos não conseguiam assumir publicamente essa condição. Nesse sentido, a *Folha da Noite*, em seu início, teve um quê de imprensa de transição, no sentido de que a atividade jornalística devesse ser considerada um princípio, um sacerdócio, uma missão de certa forma humanitária, ainda que embasada em princípios morais, éticos, políticos ou outros, e que o objetivo de lucro pudesse contaminar esses princípios. (TASCHNER, 1992, p. 37)

Como se vê no decorrer deste capítulo, foram necessários mais de 60 anos para que a empresa se assumisse como totalmente capitalista, ou seja, como uma empresa que encara a informação uma mercadoria, noção que se revela explicitamente no PE da *Folha* de 1997. O que esse projeto faz – e a empresa considera um avanço – é admitir a total submissão dos critérios jornalísticos às leis do mercado. Pelo menos é assim que se expressam grandes



defensores do *Projeto Folha*. Senão, vejamos: segundo a jornalista Ana Estela de Souza Pinto, no *Caderno Especial*, que celebrava o aniversário de 80 anos da *Folha* (2001, p. 14):

O que provocou surpresa e às vezes revolta nas mudanças propostas pelo projeto *Folha* em 1984 não foram os postulados editoriais, mas o fato de o jornal se assumir abertamente como produto, sujeito portanto às leis do mercado. (PINTO, 2001, p.14).

Ou, na expressão de Silva,

O padrão de qualidade exigido pela *Folha* não é necessariamente melhor ou pior do que qualquer outro. Com certeza, não há lei objetiva além do mercado para julgar esse assunto. (SILVA, 1988, p. 78).

Ou ainda, nas palavras do próprio Otávio Frias Filho, um dos donos do jornal, ao prefaciар o livro de Lins da Silva,

Ninguém conhece nem pode prever a contribuição que a imprensa dará à qualidade do mercado, sequer à sua sobrevivência, mas é certa, cada vez mais visível, a contribuição do mercado à qualidade técnica da imprensa. (SILVA, 1988, p. 26).

A questão das relações entre imprensa e poder econômico ou, de forma mais clara, entre os objetivos finais da imprensa – entre eles o de informar objetivamente e imparcialmente – e sua concretização como empresa, vai permear a história da *Folha* e imprimir um aspecto, um rosto, uma identidade, uma marca reconhecível em seu projeto editorial, que se assume ligado às forças do mercado, porém isento, apolítico e apartidário.

A história da *Folha* pode ser dividida em quatro períodos, de acordo com a feição que lhe imprimiram seus diferentes comandantes. Importante ressaltar que será retratada a história oficial, extraída de publicações reconhecidas sobre o jornal. Se fosse outro o objetivo que não o de uma contextualização histórica resumida, outras fontes teriam sido pesquisadas.

Já se disse que a primeira fase começa com a fundação da *Folha da Noite*. Para Jorge Cláudio Ribeiro (2001, p. 33-34), a criação do jornal foi um exemplo importante das contradições pelas quais passava a imprensa brasileira:



Logo após a Primeira Guerra, os donos de O Estado de S. Paulo fecharam o seu vespertino, o Estadinho. Com isso, os funcionários Olival Costa e Pedro Cunha perderam parte de seu ordenado. Para compensar, decidiram criar um jornal – a *Folha da Noite* – de onde pudessem tirar seu sustento e “mais livremente dar expansão aos seus pendores jornalísticos”. Essa contradição empresa/aventura se refletia na personalidade de seus fundadores: Olival Costa, estudante de Direito, era o empresário e Pedro Cunha era o jornalista competente, vocacionado e boêmio. (RIBEIRO, 2001, p. 33-4)

Conforme relata Ribeiro (2001, p. 34), o número inaugural da *Folha da Noite* trazia uma apresentação do dono do Estado, Júlio de Mesquita Filho, que concordou em continuar com os novos proprietários de jornal em seu quadro de funcionários, já que não considerava que seu próprio jornal e a nova empresa fossem concorrentes. Na apresentação, Mesquita Filho julga o novo jornal capaz “de mudar de opinião sempre que novos fatos assim o exigirem”, e essa característica, considerada pelo senso comum como o oportunismo no bom sentido empresarial, na acepção de que as oportunidades devem ser sempre consideradas e aproveitadas, é outro ponto que marcou a *Folha* durante toda a sua trajetória, até nossos dias.

Criada com poucos recursos, apesar do apoio inclusive financeiro do jornal *O Estado*, a primeira fase da *Folha* foi marcada, segundo alguns historiadores, pela “leveza” editorial e gráfica em relação aos demais jornais da época e, segundo Taschner, pela preocupação em “atingir diferentes faixas de seu mercado potencial, não só mediante a diversificação incipiente de jornais e de seções mas também [...] tratando de temas que interessassem a segmentos distintos da população, capitalizando suas insatisfações” (1992, p. 43). Além de ser dirigido à classe média, seus proprietários definiam a *Folha* como um “jornal popular”.

Amparada pelo seu sucesso comercial, a *Folha da Noite* criou em 1925 uma versão matutina do jornal, a *Folha da Manhã*, esta voltada para um público mais conservador e aquela a um público mais popular. Em função dos públicos diversos, os jornais também acabariam por apresentar estilos diferentes, apesar de o conteúdo ser basicamente o mesmo.

Taschner resume essa primeira etapa da *Folha* desta maneira:

Assim, as *Folhas* dessa primeira fase de existência, que se encerra com o Movimento de 30 [...] fazem parte de uma imprensa de transição em vários sentidos. Seu produto é uma mercadoria, mas envergonhada de sua condição.



Elas fazem parte de uma empresa, mas uma empresa nascida de modo aventureiro, precário, com patrões sem capital e assalariados sem salários. Elas não nasceram para defender uma causa específica, mas a idéia da missão da imprensa não está ausente do conceito que seus donos têm a respeito do produto. Os padrões de relações entre os concorrentes também não estão ainda plenamente estabelecidos como tais. O jornal tem anúncios. Mas eles pesam nas receitas muito menos do que a venda aos leitores. Ao mesmo tempo, o próprio setor de publicidade ainda está em vias de ser organizado, e, junto com ele, as suas relações com os meios de comunicação. (1992, p. 49).

Nessa primeira fase, a *Folha* se identifica como um jornal de oposição ao Governo e manifesta simpatia pelo movimento tenentista, encampando algumas bandeiras progressistas, como a do voto secreto e o direito a férias. Essa posição dura até 1929, quando Pedro Cunha se retira da sociedade e as *Folhas* passam a ser governistas. Com a movimentação política em torno da Revolução de 30, Olival Costa tem de enfrentar o seguinte dilema: ficar com “a reforma contra São Paulo, ou com São Paulo e contra a reforma”. O resultado da tomada de posição contra Getúlio Vargas resulta no empastelamento do jornal, o que representa um ataque às instalações da *Folha* que, segundo os historiadores, foi presenciada por Olival Costa.

Com o empastelamento, o jornal deixa de circular até 1931, quando é adquirido por Octaviano Alves de Lima, Diógenes de Lemos e Guilherme Almeida. O nome da empresa mudou para Empresa *Folha da Manhã Limitada* e inicia então o seu segundo período com uma linha editorial mais do que definida. De jornal voltado ao público urbano, passa declaradamente à defesa dos ideais da oligarquia agrária. Conforme excerto publicado no livro *Folhas ao Vento* (Taschner, 1992), lê-se, numa reprodução do primeiro número do jornal *Folha da Manhã* sob nova direção, em 15 de janeiro de 1931, uma espécie de declaração de princípios, um gérmen de *projeto editorial*, afirmando que:

A *Folha da Manhã*, assim como a *Folha da Noite* que reaparecerá na próxima semana, não terá compromissos outros senão os que assume perante



os leitores, de propugnar pela causa da lavoura, que deve ser considerada a causa de S. Paulo e do Brasil.

E assim foi: os dois jornais passaram a defender principalmente os interesses dos grandes produtores de café, o que caracterizou profundas diferenças em relação à primeira fase do jornal. Taschner considera essa transição como a passagem de uma “aventura empresarial” empreendida por Olival Costa e Pedro Cunha para uma “aventura jornalística” comandada por Octaviano de Lima. No primeiro caso, dois jornalistas que se aventuram a conquistar alguma independência financeira e, no segundo, um rico empresário que encontrara no jornalismo uma forma de defender os interesses da burguesia cafeeira.

Apesar de ter ampliado a tiragem do jornal de 15 mil para 80 mil exemplares, em 1945 Alves de Lima não havia conquistado ainda o seu intento de ampliar os lucros dos produtores de café e decidiu vender o jornal para o grupo formado por José Nabantino Ramos, Clovis Queiroga e Alcides Ribeiro Meirelles. No editorial que relatou a mudança de propriedade, os novos proprietários propõem a criação de uma sociedade anônima, composta por grandes e pequenos lavradores e pecuaristas, e resumem o “propósito definido de propugnar pelos interesses da lavoura e pecuária, através de um amplo programa de defesa de ambas as classes, que enfrentam, no momento atual, sérias dificuldades” (TASCHNER, p. 61).

Aparentemente, esse direcionamento não traria mudanças em relação à postura editorial anterior, entretanto traz embutido, segundo Taschner, quatro “indícios que prenunciam novidades” (1992, p. 62) e “preparam o caminho para a consolidação do grupo na fase seguinte, sob a direção dos atuais proprietários” (*ibid.*, p. 63): 1) a introdução da pecuária ao lado da lavoura como objeto de defesa; 2) a lavoura, não como causa, mas como setor que enfrenta dificuldades; 3) o aparecimento do discurso da eficiência; e – para a autora, o mais importante – 4) a preocupação com a imparcialidade.

O dinamismo do novo grupo levou o jornal a atingir grandes feitos empresariais, entre eles a criação da *Folha da Tarde* em 1949 (mais tarde, em 1960, dois anos antes de o jornal ser vendido em dificuldades financeiras, as três *Folhas* seriam fundidas numa só, a *Folha de S. Paulo*) e o visível crescimento do capital, nos anos iniciais da nova administração:

[...] constituída a sociedade anônima, o capital passou imediatamente de 2 milhões para 10 milhões de cruzeiros. E aumentou, três anos depois, para 40



milhões. Em 1950, já atingia a casa dos 100 milhões. (TASCHNER, 1992, p. 63).

Com o grupo liderado por Nabantino Ramos, a *Folha* passa a depender exclusivamente da venda de assinaturas, venda avulsa e publicidade. Transforma-se numa organização empresarial de atividade jornalística cujo objetivo, o lucro, foi assumido na época por seus diretores ao afirmarem que “nada justifica que a indústria jornalística opere em bases de lucro inferiores às normais” (TASCHNER, 1992, p. 67).

Novamente os termos *jornal* e *empresa* entram em conflito na visão de Taschner, ao opor “um jornal cuja organização tem forma de empresa” a “uma empresa que tem atividade jornalística”.

Apesar dessa dicotomia, que ainda parece mais um pedido de desculpas por autoproclamar-se empresa do que um projeto empresarial a ser perseguido, a *Folha* viria a enfrentar problemas financeiros nos anos seguintes, provocando a sua venda. A figura de Nabantino, entretanto, foi considerada essencial na transição da *Folha* para sua feição atual. Segundo Silva (1988, p. 42), conforme o que foi argumentado em capítulo anterior, Nabantino

[...] teve a preocupação de sistematizar suas experiências, produziu um extraordinário documento chamado “Normas de Trabalho da Divisão de Redação”, tentou teorizar sobre jornalismo, estabeleceu critérios de excelência para a atividade dos repórteres e redatores.

Para Silva, o documento citado, “Normas de Trabalho da Divisão de Redação”, foi “quase um precursor do ‘Manual de Redação’” (1988, p. 42), assim como se assemelham também outros documentos desses dois períodos: o *Programa de Ação das Folhas*, criado por Nabantino, teria semelhanças com o *Programa de Metas Trimestrais* adotado em 1985, e cursos promovidos na década de 50 foram semelhantes, segundo o autor, ao programa de seminários internos promovidos a partir de 1986.

Mas a assunção definitiva da ideia de que o mercado era um aspecto não apenas inevitável, mas até desejável e de que o jornal devia submeter-se a ele só viria na fase seguinte, com a compra da empresa, em 1962, por Octavio Frias de Oliveira e Carlos Caldeira Filho, ou ainda mais tarde, em 1984, quando o filho do primeiro, Otavio Frias Filho, assumiu a direção de Redação do jornal.



Octavio Frias de Oliveira e Carlos Caldeira Filho adquiriram o jornal em 1962 e levaram cerca de cinco anos para reorganizar a empresa, financeira e administrativamente. “Nesse período, não houve tempo para preocupação com o jornal em si. Todos os esforços se concentravam no saneamento financeiro da Empresa *Folha da Manhã S/A*”, afirma Silva (1988, p. 44).

O período coincidia com o golpe de 64 e com grandes transformações em todo o mundo. Assim como outros jornais brasileiros, a *Folha* apoiou o golpe e, ao contrário de outros veículos como *O Estado de S. Paulo*, não reviu sua posição até o processo de abertura política.

Apesar da ocorrência de alguns fatos posteriores ao golpe que poderiam comprometer o crescimento da imprensa, como o advento da TV no Brasil, aspectos outros, decorrentes do milagre econômico, do desenvolvimento da indústria e do crescimento do capital estrangeiro no país, além de condições favoráveis como o grande crescimento publicitário e períodos em que o custo do dinheiro no exterior beneficiava a importação, tais aspectos, dizia-se, facilitariam o saneamento financeiro e o posterior crescimento da *Folha de S. Paulo*. No período de 1968 a 1974 foram introduzidos o *off-set*, a fotocomposição e novas unidades impressoras:

Todos esses fatos e processos [...] atuaram de maneira solidária, criando uma constelação extremamente propícia ao desenvolvimento da publicidade e da indústria cultural no novo período inaugurado ao se completar a industrialização, excetuando-se, é óbvio, o caráter recessivo do ciclo 1962-67. Nem todos beneficiaram todos os mídia, nem ocorreram simultaneamente ou primordialmente para favorecer a indústria cultural. Mas o fato é que a favoreceram. (TASCHNER, 1992, p. 114- 115).

Tanto favoreceram que o período representou, para a *Folha*, não apenas a retirada da empresa do vermelho, mas a consolidação de um conglomerado que incluía duas gráficas e seis jornais, entre eles o *Última Hora* e o *Notícias Populares*. Em 1968, o grupo assume o controle da Fundação Casper Líbero, que vivia séria situação de crise. Historiadores relatam que o grupo teria sido ajudado ainda pela inflação, que teria trazido lucro com a especulação da venda avulsa do jornal.

Houve, ainda, um forte investimento no esquema de distribuição do jornal, com a aquisição de uma frota de veículos própria e o abandono do sistema coletivo de trens e ônibus.



Segundo Ribeiro (2001, p. 60), em 1960 a empresa possuía 24 veículos, número que saltou para 165 em 1965. E, no início dos anos 70, mais precisamente em 1971, o jornal abandona a composição de chumbo e adota o sistema de fotocomposição.

Politicamente, num período em que os jornais se defrontavam com as ameaças e as imposições da censura, a *Folha* acatou as disposições da ditadura. Segundo afirma o próprio Otavio Frias Filho, em depoimento a Ribeiro (2001, p. 45),

Nos anos 60 e 70, a *Folha* dedicou-se à recuperação empresarial e financeira e não tinha condições de interferir na cena pública com uma atitude que não fosse relativamente anódina. No período Costa e Silva e Médici, a *Folha* teve uma posição bastante anódina, em termos de não interferir opinativamente, inclusive não fez face à censura oficial, ao contrário do Estado, Veja e JB. A *Folha* simplesmente não enfrentou a censura, não moveu nenhuma oposição e não se dispôs a assumir papel político.

Esse argumento, o de opor suas preocupações com as finanças à possibilidade de reagir, de alguma forma, ao regime político da época, mostra que, por não contestar, a *Folha* “consentiu” com a ditadura militar porque a “neutralidade” é também uma tomada de posição, principalmente se se leva em conta que essa “adesão pelo silêncio” aconteceu num momento de crescimento do jornal.

Só na metade da década de 70, a partir das campanhas pela redemocratização do país, é que a *Folha* passa a participar daquele processo e a se diferenciar dos outros veículos de comunicação, enquanto o *Estado*, que assumiu uma posição frontalmente contrária à ditadura, resiste às inovações exigidas pelo novo contexto de abertura política.

A *Folha de São Paulo*, que aproveitou o período para crescer financeiramente, mas sem apresentar novidades editoriais, ao contrário de *O Estado*,

[...] manteve-se numa posição neutra: de 1969 até meados da década de 70, suspendeu seus editoriais, que já eram anódinos. Essa estratégia desagradou aos dois extremos do espectro político; as relações tornaram-se tensas, a ponto de ter havido, no início dos anos 70, um atentado contra dois veículos da frota das *Folhas* – justamente um dos símbolos da modernização da empresa. (RIBEIRO, 2001, p. 63).



O argumento da “adesão pelo silêncio” é reforçado com a citação anterior, afinal, se os editoriais já eram anódinos e não comprometidos com causa alguma, por que suspendê-los? A suspensão de uma atividade pressupõe uma ação que quebra o silêncio, a neutralidade. Ela contraria a idéia de neutralidade e mostra que, ao evitar qualquer opinião, a *Folha* abre mão de seu papel, no aspecto que se relaciona à liberdade de expressão, para compactuar com o regime.

Mais tarde, segundo Silva, numa opinião compartilhada por Frias Filho, essa “neutralidade” começa a desfazer-se. É a partir daí que a preocupação com a linha editorial do jornal irá gerar alterações que irão, por sua vez, gerar os projetos editoriais e gráficos objetos deste estudo. Contrapor esses projetos ao contexto histórico e social que os geraram será o objetivo da próxima etapa deste trabalho.

PE 1978 – GUINADA À ESQUERDA

Antes daquele que é considerado o primeiro PE formal da *Folha*, o de 1981, o jornal produziu um outro documento, em 1978, denominado “Levantamento de pontos indicativos de posição editorial e avaliação sintética do momento político”. Alguns trabalhos de Carlos Eduardo Lins da Silva trazem trechos e comentários sobre esse projeto:

O primeiro dos seis documentos que materializam o projeto data de junho de 1978. Ele constata a existência de uma “tendência” editorial, mas dá ao Conselho Editorial a missão de defini-la com mais precisão: “Uma das principais tarefas que se impõem ao Conselho Editorial consiste na formalização de uma tendência editorial da *Folha*. Formalização, porque essa tendência de certa forma já existe, tendo sido delineada na prática cotidiana e na discussão acumulada dos últimos anos. Há, porém, certos condicionamentos que incidem sobre essa tarefa de formalização e que devem ser respeitados. Residem esses condicionamentos na própria trajetória histórica do jornal – que não pode ser negada – e nas implicações do sistema capitalista em que vivemos ao qual a *Folha* está subordinada”. (Silva, 2005, p. 98-99)



Era um momento delicado para o país. O Brasil viveu até a década de 70 duros anos de ditadura militar, com torturas e vetos à atuação da imprensa, dos sindicatos, das atividades artísticas e, de forma geral, a toda expressão livre de ideias, incluindo o campo educacional.

Nesse período, a *Folha* vinha de um momento de recuperação financeira e só em meados da década de 70 passou a se dedicar mais ao conteúdo editorial, num momento que coincide com o parte final do período de ditadura.

Esse processo se deu, de maneira muito acelerada, entre 1974 e 1977. Eu me lembro que a *Folha* fez uma edição considerada histórica quando da missa do Vlado Herzog, em novembro de 1975. Essa edição foi um marco, a partir da qual as amarras de controle, em termos de censura e autocensura, se dissolveram na *Folha*. (FRIAS FILHO in ABREU; LATTMAN-WELTMAN; ROCHA, 2003, p. 355).

Na verdade, a presença dos jornalistas Cláudio Abramo e Boris Casoy, antes dessa data já na casa, acenava para uma postura mais modernizante, sendo que Abramo, mais tarde, iria comandar diversas alterações editoriais no jornal, como a criação da coluna “Tendências e Debates”:

A partir de 1974, com a infraestrutura reparada, Frias passou a dirigir mais suas atenções para a redação. Como os fundadores do jornal em 1921, ele estava consciente de que não podia tentar concorrer com ‘O Estado de S. Paulo’ em seu próprio terreno. Por isso, e também por suas próprias convicções pessoais, dirigiu a linha editorial para uma postura mais aberta, preocupada com os problemas das desigualdades sociais, sempre com a idéia fixa, que ele chama de “mórbida”, de manter o jornal independente. Por se dizer convencido de que só um bom produto poderia sobreviver, Frias pretendia também levar à redação método e organização. Mas, por várias razões, isso só viria a começar de fato em 1984, quando seu filho assumiu a direção de redação. (SILVA, 1988, p. 45).

Silva atribui essa demora na remodelação editorial do jornal, entre outros motivos, aos comandos da redação exercidos inicialmente por Cláudio Abramo e depois por Boris Casoy, profissionais que, “apesar das enormes diferenças entre si de personalidade e ideologia, têm em comum um estilo de liderança que os fez exercerem o cargo de maneira centrada em suas



próprias personalidades. Sua ação não fortaleceu a idéia de institucionalizar uma estrutura de organização e método na redação” (SILVA, 1988, p. 45).

Ainda segundo Silva,

De 1974 a 1984, com alguns atropelos no meio do caminho, o que se fez principalmente foi moldar-se uma política editorial própria.

O jornal pressentiu a “abertura” política e investiu nela. Viveu três anos do que Mota e Capelato chamaram de fermentação crítica. Houve um acidente de rota em 1977, quando em 1º de setembro, uma crônica de Lourenço Diaféria intitulada “Herói. Morto. Nós” foi publicada. As Forças Armadas a consideraram ofensiva. Diaféria foi preso. Sua coluna na edição seguinte saiu em branco. O jornal foi ameaçado de um mês de suspensão. Frias decidiu retirar seu nome do expediente e formalmente deixou a presidência da empresa. Cláudio Abramo foi afastado da redação e Boris Casoy assumiu o lugar. Os editoriais deixaram de ser publicados. (SILVA, 1988, p. 46).

Ainda que posteriormente tenha julgado exageradas as medidas adotadas para enfrentar o problema, a *Folha* seguiu seu curso de modernização e, em 1978, criou o Conselho Editorial e a seção “Tendências e Debates”, projetada por Cláudio Abramo e mantida até hoje.

Muitos jornalistas atribuem o sucesso que a *Folha* viria a ter no final do século XX justamente à presença de Abramo na empresa. Uma dessas vozes é a de Mino Carta, que, em 88, ao prefaciá-lo o livro “A regra do jogo”, uma reunião de entrevistas, artigos e depoimentos do próprio Abramo (1988), compilados, após a sua morte deste, por seu filho, Cláudio Weber Abramo, faz a afirmação a seguir:

Quem compara a Folha de onze a doze anos atrás com a de hoje, descobre quando nasceram as principais inovações, a vivacidade da primeira página, o pluralismo das páginas dois e três, a agilidade da estrutura, a preocupação com o rigor da informação. Com a saída de Cláudio Abramo do Estadão, o estilo literário cartorial teve a sua revanche. Com a saída de Cláudio da Folha, o jornal ganhou em excentricidade. É inegável que a Folha cresceu porque em vários pontos soube dar seqüência às idéias do seu criador, mas a essência está plantada no jornal dirigido por Cláudio Abramo. (ABRAMO, 1988, p. 12)



Abramo chegou à *Folha* em 1964, quando já era uma figura respeitada do jornalismo brasileiro, vindo de *O Estado*, onde promoveu uma grande reforma editorial. Em 1974, depois do consenso sobre o esgotamento da ditadura, e da vitória do MDB nas eleições daquele ano, começou a trabalhar nas mudanças do jornal, com a concordância dos Frias.

Frias decidiu mudar a *Folha* basicamente por razões de competição de mercado. O Estado podia ficar na oposição sem perder prestígio, pois era e sempre foi do establishment; sobre o Estado nunca pesou uma ameaça real. A *Folha* podia obedecer integralmente à censura, mas não era de confiança. Ao contrário de hoje, não fazia parte do poder. Frias percebeu que seu jornal só podia prosperar num regime democrático, e por isso adotou a linha combativa. (Abramo, 1988, p. 88)

Para essa nova empreitada, Abramo teria convocado os melhores profissionais do mercado, entre eles Jânio de Freitas, Luiz Alberto Bahia, Newton Rodrigues e Oswaldo Peralva. O jornal passou a contar com colaboradores do calibre de Bresser Pereira, Fernando Henrique Cardoso, Almino Affonso, Miguel Arraes e Jorge Cunha Lima.

Também em 78 é criado o Conselho Editorial, um processo narrado por Silva (1988, p. 67) da seguinte forma:

Em maio de 1978 é criado o Conselho Editorial. Esse seria o organismo através do qual o projeto deixaria de ser apenas idéias na cabeça de algumas pessoas e ganharia sistematização e forma concreta. Trata-se de um colegiado composto por jornalistas e não jornalistas que se reúnem mensalmente em caráter consultivo para analisar a conjuntura política e econômica do país, criticar o desempenho jornalístico da *Folha* e recomendar linhas de ação editorial futura. Seus membros são indicados pela direção da Empresa *Folha da Manhã S/A*. Os integrantes da direção de redação (o diretor e os dois secretários de redação) têm direito a lugar e voz nas reuniões.

Entre 1978 e 1984, o Conselho Editorial foi o fórum privilegiado para a discussão do projeto do jornal. Seu secretário, Otavio Frias Filho, foi o principal fator de emulação dos documentos que deram consistência a esse projeto. Depois de maio de 1984, o Conselho Editorial cedeu à direção de



redação esse papel de liderança no que se refere à condução e à teorização do projeto.

Logo a seguir, seria confeccionado o documento que, certamente, deu origem à série de PEs da *Folha*. Esse texto, denominado “Levantamento de pontos indicativos de posição editorial e avaliação sintética do momento político”, não chegou a ser divulgado publicamente e apenas alguns trechos dele são citados no livro de Silva (1988, p. 68). Não é possível afirmar, mas Silva, pela sua importância na história da *Folha*, certamente teria acesso ao texto completo. Pelo que expõe em seu livro e em sua tese de doutorado, o documento não representa exatamente um PE, pois consiste mais propriamente em um rol de definições do que viriam a ser os projetos.

Todas essas inovações são atribuídas ao processo desencadeado por Abramo. Kucinski (1998, p. 77-78), ao referir-se a jornais alternativos de esquerda, faz a seguinte síntese da contribuição do jornalista à *Folha*:

O projeto liberal de Cláudio Abramo deu à *Folha* a página três, de debates e idéias, e um papel proeminente na abertura democrática. Para isso, ele não hesitou em se apropriar de algumas experiências da imprensa alternativa, que havia atingido seu apogeu na época. Entre elas, a constituição de um conselho editorial que refletisse a sociedade civil, e a definição de alguns princípios editoriais referenciados no interesse público. O texto do projeto de política editorial de Cláudio Abramo de 1978, por exemplo, poderia ter sido copiado de *Movimento* (...).

Kucinski refere-se, certamente, ao jornal *Movimento*, ícone da esquerda na época. Assim como faz o jornalista, ao relacionar o projeto de 78 com um ícone da imprensa alternativa durante a ditadura militar, Silva aponta, como característica principal desse texto, o seu caráter “crítico” em termos políticos. Silva, porém, não citará a autoria de Abramo e vai acentuar outra característica do texto – a de ser conciliador, no que tange aos quesitos de trato com os jornalistas da *Folha*, procurando mesmo *agradá-los*, por resumir em suas páginas anseios comuns à sociedade brasileira do período, independentemente das posições político-ideológicas que se assumissem: “Um documento desse teor, é evidente, só poderia receber aplausos e apoios, por exemplo, da maioria absoluta dos jornalistas que trabalhavam na empresa” (SILVA, 2005, p. 100). Silva nota que o documento pouco trata do jornal como



produto editorial, e faz crer que o seu posicionamento “crítico” em relação à política vigente era o principal sentido expresso pelo documento. Segundo Silva (1988, p. 46),

Um documento do Conselho Editorial em 1978 oferece os pontos indicativos da “tendência editorial” da *Folha*: melhores condições de vida para a maioria da população através da organização de um regime democrático, liberdade de informação, fortalecimento dos organismos da sociedade civil, distribuição mais equitativa da renda nacional, apoio à livre iniciativa, submissão de toda a economia ao interesse social e preservação da identidade cultural brasileira.

Silva compara esse documento a textos de finalidade político-partidária: “Poderia ser um programa de ação para um partido político, uma plataforma de ação para um candidato a cargo público” (2005, p. 99).

A confecção do documento deu-se provavelmente na fase em que Cláudio Abramo fazia grandes mudanças no jornal, tanto gráficas como editoriais, como já foi citado no início deste trabalho, e isso ocorreu quatro anos após uma importante conversa entre o general Golbery do Couto e Silva e Otávio Frias, relatada por Otávio Frias Filho no livro *Eles mudaram a imprensa*:

[...] eu diria que o ano de 1974 foi bastante importante para a imprensa em geral e para a *Folha* especificamente. Estava-se preparando a posse do governo Geisel, e o general Geisel e o general Golbery estavam montando a equipe ministerial. Eles tinham um gabinete no Rio, no largo da Misericórdia, e meu pai foi chamado pelo Golbery, que ele conhecia anteriormente, [...] para uma conversa nesse local. Isso deve ter sido em janeiro, fevereiro de 74 [...]

Nessa conversa com meu pai, Golbery delineou os rumos que eles pretendiam impor ao novo governo, falou da necessidade de uma descompressão política, enfim, expôs todo aquele ideário que se tornou bastante conhecido depois. Inclusive, chegou a mencionar para meu pai – me lembro disso, pelo relato que meu pai me fez – que não era conveniente que houvesse em São Paulo só um jornal forte, em termos de peso na opinião pública, que era do interesse do governo que houvesse dois jornais. A conversa se resumiu a isso. Não houve qualquer tipo de apoio ou de



encorajamento por parte do governo. Todo o desenvolvimento da *Folha* durante o governo Geisel e durante o governo Figueiredo ocorreu rigorosamente à margem de qualquer tipo de estímulo governamental. (FRIAS FILHO in: ABREU; LATTMAN-WELTMAN; ROCHA, 2003, p. 354 – 355)

Os fatos que indicavam, na sociedade, a tendência de participação popular; a presença de Cláudio Abramo, um homem de esquerda, como diretor de redação; mais a “carta branca” oferecida pelo governo, na figura do general Golbery, estimulando a *Folha* a participar da “descompressão” política e a romper com o monopólio do jornal *O Estado de São Paulo*; tais fatos, enfim, podem ter influenciado o teor do documento que seria o gérmen do PE do jornal, em 1978.

Pelo relato feito por Silva acerca do texto de 1978, aquele documento não detalhava concepções de posturas técnicas do jornalismo, mas é possível inferir, pela postura de Abramo na execução da atividade, o quanto sua atuação esteve revestida desse componente político. Em “A regra do jogo”, uma reunião de depoimentos prestados por Abramo a jornalistas, e reunidos em livro após a sua morte, há exemplos da concepção de notícia do autor desse texto que deu origem aos projetos editoriais da *Folha*, como este:

Existe o jornalista que só conta o fato: um muro caiu na cabeça da dona Maria e ela morreu debaixo de 35 tijolos. Isso é um fato, puro e simples. Haverá outro jornalista que dirá que o muro caiu porque o dono do terreno se recusou a gastar o dinheiro e usou um suporte ruim, que ameaçava cair. Aí começa-se a desenvolver o que se passa, da narrativa do fato para a crítica da sociedade. (ABRAMO, 1988, p. 110)

Essa característica esquerdista do documento é bastante reforçada por Silva que, entretanto, não disponibiliza a íntegra do documento em nenhum dos três trabalhos que publicou sobre o Projeto Folha: a tese de doutorado “Mil dias – Análise das mudanças no processo de produção da Folha de S. Paulo durante a implantação do Projeto Folha (maio/1984-fevereiro/1987)” e dois livros: “Mil dias: os bastidores da revolução em um grande jornal” e “Mil dias – seis mil dias depois”. Como Silva disponibilizou em seus Anexos da tese todos os outros projetos editoriais produzidos até a data da defesa, é de se perguntar se



os cortes efetuados nesse de 1978 foram propositais ou não uma vez que, se verá a seguir, há uma cisão considerável entre este e os próximos projetos.

De qualquer forma, é para cumprir os objetivos deste trabalho que se achou por bem continuar a descrição de Silva sobre aquele embrião de projeto, até por ser a única referência a ele na pesquisa de obtenção de dados para a realização desta tese. Diz o autor sobre o projeto de 1978:

Trata-se de uma análise de uma conjuntura seguida de um enunciado de intenções. Da análise de conjuntura, vale destacar o pressuposto básico que encorajava o jornal a prosseguir na aposta que fazia já havia quatro anos na abertura política: “O regime autoritário, expressão política do capitalismo concentracionista, deixa de atender aos interesses objetivos das camadas cada vez mais significativas da população; torna-se obsoleto”.

As intenções, ou os “pontos para formalização da tendência editorial”, reafirmam a preocupação do jornal com as desigualdades sociais, reclamam melhores condições de vida para a maioria da população e indicam como meios para se chegar a este fim: a “organização de um regime democrático, que assegure a estrita observação dos direitos do homem e do cidadão e que atenda aos interesses da maioria da população, por meio da participação política de todos os setores da sociedade e de todas as tendências de opinião”; a “liberdade de informação, compreendida como direito de todos terem acesso ao conhecimento dos fatos e das idéias”; o “fortalecimento dos organismos da sociedade civil”; a “distribuição mais eqüitativa da renda nacional, prioritariamente por via tributária”; o “apoio à livre iniciativa econômica, com prioridade do capital nacional (privado ou estatal) sobre o capital estrangeiro”; a “submissão de toda a economia ao interesse nacional, por meio da fiscalização por parte do Estado democrático” e a “preservação da identidade cultural brasileira”. (SILVA, 1988, p. 70-71).

Interessante notar como Silva se detém em especificar termos e frases do documento, mas não coloca a sua íntegra nos anexos dos seus trabalhos, ao contrário do que faz com os outros projetos editoriais. Conclui, então, suas observações a respeito do projeto de 78:

Tratava-se de uma plataforma de opiniões que, por um lado, claramente diferenciava a *Folha* dos outros veículos de comunicação de grande porte,



devido à preocupação com a justiça social que os demais não tinham e, por outro lado, aproximava o jornal de um amplo setor da sociedade brasileira que no final da década de 70 somava seus esforços apesar das diferenças que havia internamente entre eles para tentar pôr fim ao regime autoritário que perdurava desde 1964. O tom generalista do documento do Conselho Editorial assegurava a possibilidade de adesão de muitas correntes de opinião antagonistas entre si. Um documento desse teor, é evidente, só poderia receber aplausos e apoios, por exemplo, da maioria dos jornalistas que trabalhava na empresa. (1988, p. 71).

Os PEs da *Folha* nascem conciliadores, na opinião do jornalista, para circularem e conquistarem a adesão, se não do público, ao menos dos profissionais da casa.

Interessante notar que Silva também identifica um tom “generalista” no documento, capaz de assegurar a “adesão de muitas correntes de opinião antagonistas entre si”. Esse expediente é extensamente tratado na obra do Círculo de Bakhtin. No capítulo “Discurso Indireto, discurso direto e suas variantes”, em *Marxismo e Filosofia da Linguagem*, Voloshinov fala sobre como um romance, seu objeto de estudo em questão, deveria estar recheado de aspas se fôssemos levar “a ferro e fogo” as diversas vozes que lhe compõem (p.165-166). É o uso do discurso alheio não demarcado (Fiorin, 2008, p. 38), como se o projeto fizesse uma crítica à característica do documento de submissão ao “senso comum” apontado acima como possibilidade de heterogeneidade constitutiva do texto¹², ou, em outras palavras, como se as “correntes de opinião antagonistas entre si” compartilhassem uma voz comum que pudesse ser resumida nos ideais políticos identificados com os da esquerda, que defendia, entre outros ideais, o fim do regime autoritário e das desigualdades sociais.

Vozes antes identificadas apenas como de esquerda agora atingiam outras correntes, retirando da esquerda a autoria desses ideais. Todo esse processo se funde e essas correntes passam de autores a interlocutores, sendo o ato responsivo característica fundamental no conceito de dialogismo proposto por Bakhtin.

Essa característica “social” do documento e da postura editorial do jornal é a que, segundo Silva, consegue a adesão não só da sociedade mas também dos jornalistas da *Folha*.

¹² O conceito de heterogeneidade constitutiva, desenvolvido por Jacqueline Authier-Revuz, é aquele em que se encontram as “vozes” presentes no discurso e que, por oposição à heterogeneidade marcada, não possui marcas que possibilitem a sua identificação imediata, ou seja, na qual o princípio da diferença entre o “eu” e o “outro” não é explicitado no discurso. AUTHIER-REVUZ, J. *Heterogeneidade expressa e heterogeneidade constitutiva: elementos para uma abordagem do outro no discurso*. *DRLAV* 26. Paria, Centre de Recherches de l'Université de Paris VIII. p. 91-51 (1982) Traduzido por Sandra Diniz Cosata – Uberlândia, Minas Gerais.



Ainda que no final da década de 70 não se pudesse falar nas questões sociais (mais consentâneas ao pensamento dos partidos de esquerda) como características do senso comum, havia um movimento latente na estrutura sócio-política brasileira, principalmente entre intelectuais e outros formadores de opinião, que aspirava a uma maior participação da sociedade nas decisões políticas. Ter antecipado esse fenômeno na cobertura dos movimentos pelas eleições diretas à presidência da República, conforme deixam claro os próprios projetos, foi o diferencial no crescimento da *Folha* e representou uma resposta, nessa corrente dialógica, às solicitações da sociedade.

Naquele período, o Brasil experimentava a abertura política “lenta e gradual”, formalizada em 1984, com o fim do mandato do presidente general João Baptista de Figueiredo. Para a *Folha*, foi também um período de profundas transformações.

De 1974 a 1984, com alguns atropelos no meio do caminho, o que se fez principalmente foi moldar-se uma política editorial própria para a *Folha*.

O jornal pressentiu a “abertura” política e investiu nela. Viveu três anos do que Mota e Capelato chamaram de “fermentação crítica”. (SILVA, 1988, p. 46).

Na verdade, esse documento datado de 1978 aparece num período em que a *Folha* passa a ser considerada oposição ao regime autoritário.

Apenas para ter um referencial cronológico, o ano de 1974 pode servir como ponto de partida. Foi quando a página 2 (de opinião) do jornal se abriu a intelectuais de oposição ao governo que haviam passado os dez anos anteriores distantes dos meios de comunicação. Também foi o ano em que o jornal desativou em definitivo o sistema de composição a quente e ingressou de vez nas técnicas industriais modernas.

A partir de então, a *Folha* passou a ser identificada como um jornal de resistência ao regime autoritário e uma espécie de “porta-voz” da chamada “sociedade civil”. (SILVA, 1988, p. 27).

Mas o documento pode também – mas provavelmente não apenas – ser uma resposta, nessa relação dialógica, a um fato que marcou tão profundamente a história do jornal que é citado em várias publicações que tratam da *Folha*, e por ela mesma, superficialmente, no PE



de 1981: o incidente com o jornalista Lourenço Diaféria, ao qual este trabalho já se referiu anteriormente.

Frias Filho também comenta o caso, no livro *Eles mudaram a imprensa*:

Lourenço Diaféria foi detido para interrogatório, nesse mesmo dia a cúpula do jornal, com a anuência do meu pai e do Caldeira, decidiu que a coluna dele sairia em branco enquanto ele não fosse liberado, e de fato isso aconteceu. Durante um ou dois dias, a coluna saiu em branco, consignando que era em sinal de protesto. Hugo Abreu, então chefe do Gabinete Militar, com quem meu pai tinha contatos esparsos, deu-lhe um telefonema e disse que o processo de enquadramento da *Folha* na Lei de Segurança já estava na mesa do Geisel, e que o procedimento judicial permitia que o jornal fosse fechado por 30 dias sem mais delongas. Meu pai achou que o jornal não tinha condições de enfrentar esse tipo de ameaça, que era o caso de recuar, e num dia bastante nervoso, em que houve várias reuniões, tomou uma série de providências: tirou o próprio nome do cabeçalho do jornal e afastou o Cláudio do comando da redação. (FRIAS FILHO, in: ABREU ; LATTMAN-WELTMAN; ROCHA, 2003, p. 356 – 357).

Esse recuo ou submissão às ordens governamentais contrariava a tendência de oposição da *Folha* no período, e foi reforçado pelo afastamento do jornalista Alberto Dines e pela contratação, para assumir o lugar de Cláudio Abramo, do jornalista Boris Casoy:

Logo depois da crise de 1977, porém, se percebeu que aquelas providências tinham sido excessivas, porque o Frota caiu e o Geisel mostrou que tinha controle da situação. Alguns jornalistas disseram – o próprio Cláudio, Mino Carta, por exemplo, fala muito disso – que meu pai decidiu erradamente, que estava mal informado, estava achando que o Frota poderia ganhar a parada, quando, na verdade, o Geisel ganhou com relativa facilidade. Existe uma certa imagem de que o Cláudio foi afastado e de que o Boris Casoy, uma pessoa que tinha origem em idéias de direita, fez uma intervenção na *Folha* e moldou a linha editorial do jornal dentro do que seria a preferência dos militares. Essa versão me parece totalmente infundada. (FRIAS FILHO in: ABREU; LATTMAN-WELTMAN; ROCHA, 2003, p. 356).



Ainda que internamente algumas medidas indicassem uma submissão aos poderes constituídos, nesse período, a *Folha*, entre os grandes jornais brasileiros, continuava a ser identificada, aos olhos do público, com os anseios da esquerda que começava a recuperar sua voz no país. Sobre esse período, e o imediatamente posterior, diz Frias Filho:

A *Folha* já tinha se tornado quase um porta-estandarte da luta pela democratização, pela anistia, pela Constituinte etc., e tinha uma posição muito visível de crítica, e até de fustigação do governo e do regime. (FRIAS FILHO in: ABREU; LATTMAN-WELTMAN; ROCHA, 2003, p. 356)

Mas os PEs seguintes mostrariam, sim, um recuo.

PE 1981 – UM JORNAL DE OPINIÃO

Em 1981, a *Folha* produziria o primeiro PE oficial da *Folha de S. Paulo*, sem o viés de esquerda que, ao que parece pelos relatos de Silva (1987), caracterizou o primeiro documento.

O PE de 1981 muda radicalmente os pressupostos expressos no documento elaborado em 1978. As questões sociais são apenas lembradas e recebem tom mais ameno do que aquele que predomina na descrição feita por Silva do projeto de 1978. O projeto de 1981, denominado “A *Folha* e alguns passos que é preciso dar”, divide-se em três tópicos – “Um tipo de jornal”, “Um ponto de passado e de futuro” e “Os passos necessários”. Logo no primeiro parágrafo do primeiro item, há um resumo do objetivo do jornal para os anos seguintes: “O objetivo de um jornal como a *Folha* é, antes de mais nada, oferecer três coisas ao seu público leitor: **informação** correta, **interpretação** competente sobre essa informação e **pluralidade** de opiniões sobre os fatos” (grifos nossos) (Anexos, p. A-18). Para o jornal, informação correta é “a descrição de tudo aquilo capaz de afetar a vida e os interesses que se acredita serem dos leitores”; interpretação competente são “comentários e análises redigidos por profissionais que, conforme os critérios adotados pelo jornal, aliam o domínio sobre uma determinada área do conhecimento ou da atividade humana ao domínio sobre a técnica de escrever”; e pluralidade de opiniões sobre os fatos é definida como “a publicação de textos, artigos, depoimentos, entrevistas etc. que, tomadas em seu conjunto, funcionem como uma



reprodução mais ou menos fiel da forma pela qual as opiniões existem e se distribuem no interior da sociedade” (Anexos, p. A-18).

A abertura do documento faz uma ressalva – a de que, se se limitar a reproduzir as opiniões alheias, sem que tenha a sua própria convicção, o jornal não será “um ser ativo, com uma identidade visível e um certo papel a desempenhar” (Anexos, p. A-19). “São, também, as opiniões claramente expostas pelo jornal que possibilitam o desenrolar de um importante diálogo silencioso entre o leitor e o seu jornal, diálogo que, com o passar do tempo, cimenta os laços de respeito e de estima entre o jornal e seu leitorado” (Anexos, p. A-19), afirma.

O tom político, quase panfletário que Silva atribui ao primeiro documento é substituído por argumentos, informações e alegações que funcionam quase como uma justificativa do movimento anterior, como se o tom de um jornal crítico já não fosse mais adequado. Afirma o projeto, referindo-se à década anterior, de 70:

[...] com relação ao projeto, “à idéia de jornal” propriamente dita, nada havia além de intenções e, portanto, promessas a oferecer. Era natural, dessa maneira, que a *Folha* lançasse mão de todo e qualquer recurso que pudesse auxiliar na sua caminhada, ainda que precária e provisoriamente; era natural, por exemplo, que aproveitasse os ventos da abertura que sopravam já no período 1974-1978 para concentrar a maior parte de seus esforços na criação de impacto opinativo (“agora sim a *Folha* tem opinião”, dizia-se com alguma frequência, pouco importa neste momento se acertada ou equivocadamente) que permitisse ao jornal alçar-se no conceito público. (PE 81, Anexos, p. A-20).

O que aconteceu em apenas três anos que tão radicalmente modificaria os rumos do PE? Quem fornece uma pista é o próprio projeto de 1981: a greve dos jornalistas em 1979, que conseguiu a adesão de todos os editores do jornal. A greve é citada como um dos percalços no caminho de consolidação do projeto, e isso consta tanto do próprio projeto de 81 quanto do texto de Silva:

Os jornalistas que até a greve pareciam aderir integralmente ao projeto por certo se desiludiram ao constatar que a *Folha* não deixara de ser empresa e que o modo de produção na sociedade brasileira não deixara de ser capitalista.



A empresa, por sua vez, pareceu compreender com mais clareza que não é possível somar tanto quanto ela havia desejado no início do processo de abertura política. (SILVA, 1988, p. 71)

O projeto de 81 também traduz a reação da empresa à desilusão dos jornalistas com a aplicação prática do projeto:

Por motivos que não vêm ao caso desenvolver aqui, este projeto nem sempre é compreendido em toda sua dimensão por todos quanto fazem o jornal. E, às vezes, é agredido ou negado, quando ocorrem falhas no plano profissional, por ação ou por omissão. (PE 81, Anexos, p. A-22)

Se, no documento de 1978, a *Folha* adota um tom esquerdizante em seu texto, talvez como reação a um processo traumático de restrição governamental à liberdade de imprensa durante todo o período de ditadura – afinal, em 1978 já se verificava no país o processo de abertura política, com anistia aos exilados, configurando-se, portanto, um tempo em que era possível reagir ao regime sem censura oficial – o documento de 1981 recua e impõe aos jornalistas seguir a orientação do jornal expressa por Silva na citação anterior: o jornal era uma empresa, e o país, capitalista.

A versão de 1981, então, no item “Os passos necessários”, traz uma espécie de exigência de adesão ao projeto, dirigida principalmente aos jornalistas que ocupam cargos de decisão na *Folha*. O texto afirma que não há intenção de romper com aqueles que optarem por não assumir as orientações do projeto como missão, mas que esses deverão “apenas ceder o lugar, exercendo outras funções, isto é, aquelas onde não haja decisões de natureza editorial ou administrativa diretamente envolvidas” (Anexos, p. A-22). Há, portanto, duas opções propostas pelo projeto aos jornalistas:

Sugerimos que todos os que exerçam cargos de chefia ou funções de confiança façam uma opção permanente – disponham-se a abraçar em definitivo o projeto do jornal como uma missão a ser cumprida a cada dia, com afinco, aplicação ou responsabilidade, ou que desistam do cargo, por discordância ou inapetência. (PE 81, Anexos, p. A-22)



Se a análise, neste ponto, se ativer ao conteúdo do projeto de 78, os jornalistas da *Folha*, para serem fiéis às propostas do jornal, deveriam adotar uma postura política mais assemelhada com a esquerda e com os ideais democráticos do período, constatação possível por basear-se no relato sobre o projeto de 1978 feito por Silva. Mas o que o novo projeto, o de 1981, exigia era uma adesão ao projeto, não àquele cujos termos só se conhece pelo relato de Silva, mas a um outro, proposto agora de forma muito genérica, já que o PE se ocupa mais em falar da postura de adesão que a *Folha* exige de seus profissionais do que do próprio projeto em si, apenas esboçado no item inicial, “Um tipo de jornal”, pelos conceitos, ainda que genéricos, explicitados em quatro parágrafos e resumidos no primeiro: “o objetivo de um jornal como a *Folha* é, antes de mais nada, oferecer três coisas ao seu público leitor: informação correta, interpretação competente sobre essa informação e pluralidade de opiniões sobre os fatos” (PE 81, Anexos, p. A-18).

Ao se evidenciar o processo dialógico proposto por Bakhtin, essas incoerências ficam mais aparentes. Por ser uma “arena de luta”, o campo da linguagem caracteriza-se por esse constante movimento entre forças que afetam o sujeito de todos os lados. As enunciações de um mesmo sujeito, separadas no tempo e no espaço, refletem e refratam as pressões centrífugas e centrípetas, se comparadas com outras efetuadas em diferentes momentos ou espaços.

Numa formação social determinada, operam o presente, ou seja, os múltiplos enunciados em circulação sobre todos os temas; o passado, isto é, os enunciados legados pela tradição de que a atualidade é depositária, e o futuro, os enunciados que falam dos objetivos e das utopias dessa contemporaneidade. Nela, atuam forças centrípetas e centrífugas: aquelas atuam no sentido de uma centralização enunciativa do plurilingüismo da realidade; estas buscam erodir, principalmente pela derrisão e pelo riso, essa tendência centralizadora. (FIORIN, 2008, p. 30)

Segundo Fiorin, com esse conceito de forças centrífugas e centrípetas, Bakhtin “desvela o fato de que a circulação de vozes numa formação social está submetida ao poder” (FIORIN, 2008, p.33). Na relação de forças estabelecida entre o projeto de 1978 e o de 1981 operaram forças centrípetas: o processo que se afigurava no final da década de 70, e que Silva chamou de consensual, era, por outro lado, a força que impedia a centralização, mas que foi bloqueada em algum momento, talvez após a greve de 1979. Neste projeto há movimento



inverso. A tentativa é a de conter qualquer movimento para fora: quem não concordar, que desista do projeto.

O *eu* se define pelo *outro*, ainda que seja para contrastá-lo, para negá-lo. E esse *outro* do qual se apropria o discurso, no caso da heterogeneidade constitutiva, nem sempre coincide com o *eu* pretendido ou real. No caso da *Folha*, nessa fase em particular, o que se supõe é que as incursões à esquerda, experimentadas na época da abertura, representaram um dos momentos em que o que sobressaiu na identidade visível do jornal – a maneira em que o público o vê – foi um dos raros momentos em que o “eu” de seus jornalistas toma corpo a ponto de se confundir com o do jornal, representado, em última instância, por sua cúpula diretiva. Num momento em que a situação política do país ainda não havia sido definida, esse movimento parecia funcionar, ainda que sob o ponto de vista empresarial. No primeiro confronto, entretanto, entre os objetivos profissionais – e não mais políticos – dos jornalistas, vistos como categoria, e os da empresa, esse “eu” manifesto não pôde se sustentar, e outros discursos se sobrepuseram: os da eficiência profissional, de adesão a um PE manifestado pelos termos informação correta, interpretação competente sobre essa informação e pluralidade de opiniões sobre os fatos, numa perspectiva política representada pelo liberalismo progressista.

O documento de 81 não explicita ainda sua opção pelo apartidarismo, tema do qual se ocuparão os dois projetos seguintes, mas expõe sua opção pela pluralidade de ideias e pela independência e deixa clara a sua adesão a uma postura liberal-progressista:

Ao seu redor [do jornal], surge um crescente consenso de que este é, de fato, um jornal independente, confiável naquilo que publica e cujas atitudes devem ser permanentemente levadas em consideração. Vem escrevendo de modo cada vez mais nítido o seu papel real na cena política, preenchendo a função de um órgão liberal-progressista, ou seja, numa só frase: partidário dos princípios e métodos legados pelo liberalismo político e preocupado com a necessidade de introduzirmos reformas pacíficas mas profundas no capitalismo brasileiro, destinadas a solucionar os problemas sociais mais graves e criar convivência social estável para a maioria e aceitável para as minorias. (PE 81, Anexos, A-20)

Aparentemente, a *Folha* não considera incoerência propugnar pelo princípio da independência e, ao mesmo tempo, se autoneamar liberal-progressista num período histórico



em que o país lutava para se desvincular de um passado de autoritarismo político-ideológico, mesmo levando-se em conta a amplitude conceitual do termo liberal-progressista. Feita essa observação, o importante é lembrar que, ainda que abandone o tom político e panfletário apontado por Silva ao se referir ao projeto de 1978, e ainda que se preocupe com as questões mais fortemente ligadas aos ideais do jornalismo, o que surpreende nesse novo projeto não são as posturas profissionais ou editoriais, mas a insistência do jornal, no item “Os passos necessários” (Anexos, p. A-21), em conseguir uma adesão de seus jornalistas ao que começava a definir-se como *Projeto Folha*, e que teria seu ponto máximo, assim como o momento de maior expressão do jornal – inclusive com um grande aumento no número de assinaturas – na cobertura das manifestações populares pela aprovação da emenda Dante de Oliveira, que, como se sabe, propunha eleições diretas para a Presidência da República do Brasil.

Mas há, ainda, outras particularidades nesse projeto, sendo que talvez a sua característica mais curiosa seja a de veicular um texto mais aberto em termos de prescrições, mais tateante e mais falível do que aqueles que virão a seguir.

O documento de 81 se coloca como uma “proposta possível” e não como “a proposta”, apesar do acento na necessidade de ter opinião e de não ser um “mero repositório” de opiniões (Anexos, A-18). Outra característica do documento se faz notar a esse respeito. Apesar da ênfase na questão da opinião, o documento manifesta a crença de que é o texto informativo que dá sustentação ao jornal:

Nunca será demais afirmar que a ossatura de um jornal, o que lhe sustenta o corpo dando-lhe consistência e forma, são as reportagens, os textos noticiosos e as fotos de boa qualidade. Editoriais e artigos apenas complementam essa ossatura, que segue sendo a essência do jornal. (PE 81, Anexos, p. A-22)

O texto permite espaço para dúvidas e alguns trechos em que essas características mais tateantes podem ser verificadas encontram-se, por exemplo, nos seguintes excertos:

[...] não há um meio automático que permita saber se os critérios utilizados em cada caso estão atendendo às finalidades propostas ou não; só parece possível ter alguma certeza sobre essa questão por meio de processos



demorados de discussão interna, combinados à observação atenta das reações dos leitores, que podem punir ou premiar o jornal. (Anexos, p. A-18)

Se estivermos corretos, como julgamos estar, quando sustentamos tais convicções, [...] (Anexos, p. A- 23)

O jornal finaliza seu primeiro projeto atribuindo às gerações futuras a responsabilidade de sancionar suas decisões: “[...] as gerações do futuro poderão olhar para a **Folha** e dizer: ‘Eis aí algo de útil e bom, algo que deve ser preservado’” (PE 81, Anexos, p. A-23). Utilizando o discurso demarcado, as aspas, o jornal se coloca no lugar do seu leitor, assume-lhe a voz, para sancionar no futuro as decisões do presente. As aspas, neste caso, mais do que se tivesse utilizado o recurso do discurso indireto, dão uma ideia do conteúdo visionário, algo que certamente se realizará, uma vez que já está configurado na voz do leitor.

O PE de 1981, quando clama por opinião, é o projeto da ruptura com um passado que conseguia unir jornalista e população numa causa comum, processo que só viria a se repetir em 1984. É o projeto da contradição, ao pedir opinião quando considera a informação aquilo que sustenta um jornal. É também o projeto em que o autor representa a voz da empresa e não mais a voz do jornalista como aconteceu no projeto de 1978. A empresa faz valer a sua voz e será ela quem definirá, também, os rumos jornalísticos da *Folha*, além do seu rumo empresarial, uma vez que quem não estiver de acordo com as novas determinações deve desistir “do cargo, por discordância ou inapetência”. Segundo o projeto, quem decidir desistir não estará rompendo com ele: “Devem apenas ceder o lugar, exercendo outras funções, isto é, aquelas onde não haja decisões de natureza editorial ou administrativa diretamente envolvidas” (Anexos, p. A-22). É como se, aparentemente, a *Folha* deixasse nas mãos do funcionário a decisão sobre o seu destino; porém, a desistência implica a submissão às decisões da direção, uma vez que o desistente terá que abandonar cargos de decisão, editoriais ou administrativos, e submeter-se às forças centralizadoras da empresa – forças centrípetas.

PE 1982 – APARTIDARISMO PROFISSIONAL

O terceiro documento desse processo vivido pela *Folha* foi denominado “A *Folha* em busca do apartidarismo, reflexo do profissionalismo”. Conforme já se mencionou aqui, esse



texto, assim como aquele datado de 1978, não se encontra no rol de PEs que o jornal disponibiliza em sua página na *internet*. Uma cópia desse documento consta da tese de doutorado de Silva (1987) e está reproduzida no volume de Anexos deste trabalho, de vez que sua difusão é escassa. Já na disposição dos PEs constantes dos anexos da tese de Silva, é possível notar que esse documento se diferencia dos demais PEs lá dispostos – 1981, 1984, 1985 e 1986 – pela forma de apresentação visual. Em vez de papel branco comum em que foram datilografados – e não digitados, provavelmente em virtude de que a disseminação dos computadores nos jornais estivesse apenas começando – esse documento está em lauda padrão da empresa na época. Lauda era a folha de papel que os jornalistas utilizavam antes da introdução dos computadores nas redações e da editoração eletrônica; sua utilidade era facilitar o cálculo do número de toques do texto para a diagramação manual, ou seja, para a disposição do texto na página no jornal, trabalho que atualmente é todo computadorizado e, hoje, é denominado *editoração eletrônica*. A lauda tinha uma medida padrão e comum a todos os veículos de comunicação impressos, qual seja, de vinte linhas de 70 toques cada.

Também diferentemente dos PEs constantes do livro de Silva, o de 1982 traz informações adicionais: além do título do documento, da informação “documento interno”, da identificação de autoria como Conselho Editorial e da data, dados que precedem o texto do projeto, o de 1982 é acrescido, entre parênteses, da informação “texto para discussão”, o que faz crer que talvez a cópia que Silva inseriu no anexo de sua tese não fosse a versão final do documento ou que não se tenha chegado a uma versão definitiva dele; a cópia do PEF/82 divulgada por Silva traz, em seu final, local e data – SP 26/3/82 – especificando, provavelmente, onde e quando o documento foi escrito; essas, por sua vez, são seguidas da palavra inglesa “OFF” que, no jargão de jornalistas de veículos impressos significa informação que não deve ser divulgada ou aquela em que a fonte da informação deve ser omitida. Outra razão, que leva a crer que a versão do projeto de 82 divulgada por Silva não é definitiva, são os erros de digitação do documento, corrigidos à mão.

Em mais um aspecto, dessa vez referente à característica de escolha lexical dos PEs da *Folha*, esse documento se diferencia dos demais, no que se refere tanto à utilização de termos pouco usuais no registro coloquial, como “cioso” (Anexos, p. A-26), “anódino” (Anexos, p. A-26), “aprioristicamente” (Anexos, p. A-26), “idiossincrasias” (Anexos, p. A-27), como no uso de estrangeirismos sem o esclarecimento de seus significados, como é o caso de *wishfull thinking* (Anexos, p. A-27) e de *parti pris* (Anexos, p. A-27).



No que se refere ao conteúdo, a *Folha*, de certa forma, mantém uma relação de continuidade com o projeto anterior, explicitando melhor sua proposta de independência e introduzindo o termo “apartidarismo”, que terá ênfase nesse e no PE seguinte. Vale lembrar que em 1982 foram realizadas eleições nos estados brasileiros, quando São Paulo elegeu Franco Montoro, do PMDB, para governador.

Logo no primeiro parágrafo, o jornal expõe esse objetivo: “Temos procurado definir o conceito de independência da *Folha* de maneira cada vez mais precisa, entendendo-a como desvinculação com qualquer tipo de grupo de interesses, seja de natureza política ou econômica” (Anexos, p. A-26).

Ao defender que seus jornalistas assumam uma postura apartidária, a *Folha* relaciona essa postura com profissionalismo desde o título do PE: “A *Folha* em busca do apartidarismo, reflexo do profissionalismo”. Ora, independência, apartidarismo, assim como outros princípios defendidos pelos PEs são – e provavelmente sempre serão – bandeiras do bom jornalismo. O que faz crer num diálogo constante com público, com seus jornalistas e com a sociedade que a cerca é a oportunidade em que a *Folha* defende a adoção desses princípios em seus projetos.

No ano de 1982, o Brasil vivia sob o regime do general João Baptista Figueiredo e ainda não tinha conquistado o direito de eleger seu presidente da República. Ao mesmo tempo, a oposição ao regime dos militares ganhava força em vários estados. São Paulo, por exemplo, onde se localiza a *Folha*, além de eleger um governador de oposição, teria naquele processo eleitoral, como novidade, um candidato representante do movimento sindical que incendiava a categoria dos metalúrgicos: Luís Inácio da Silva, o Lula, do mesmo partido e da mesma central sindical do Sindicato dos Jornalistas Profissionais do Estado de S. Paulo, um dos responsáveis, em 1979, pela greve de jornalistas da *Folha de S. Paulo*.

Provavelmente em função desse contexto político, o PE de 82 tem, como características, a defesa do apartidarismo, “reflexo do profissionalismo”, como diz seu título, e a prescrição, em metade de seu texto, de como devem ser suas matérias não assinadas, matérias assinadas com iniciais, reportagens assinadas e artigos assinados. Vale lembrar que o projeto indica que “profissionalismo é sinônimo de desengajamento” (Anexos, p. A-27) e que, “em um ano de eleições, é natural que o profissionalismo signifique, sobretudo, a luta contra o partidarismo” (PE 82, Anexos, p. A-28). Não seria demais entender que qualquer engajamento, nesse momento, seria o mesmo que qualificar o jornalista como um mau profissional.



Nessa direção, o projeto afirma a seus jornalistas, em especial àqueles que mantêm artigos assinados, que o “apartidarismo é um imperativo” (Anexos, p. A-30) e lembra o pressuposto de que a legitimidade de tratar livremente de assuntos, em artigo assinado, é dada pelo jornal “por força do próprio convite para escrever regularmente” (Anexos, p. A-30). Com essas orientações, supõe-se que a *Folha* temia uma adesão partidária, possivelmente ao PT, por parte de seus jornalistas, já que o Sindicato da categoria no Estado era afiliado ao partido, e muitos jornalistas, isoladamente, nutriam simpatia por ele.

É interessante notar o quanto os projetos da *Folha*, em especial o de 82, lutam em seus enunciados para convencer seu interlocutor – no caso, o jornalista – a não manifestar-se politicamente no exercício de sua atividade, como nos exemplos das frases anteriores. Quando relaciona apartidarismo com bom jornalismo, o Conselho Editorial evoca um atributo caro ao profissional de imprensa – a competência – para afastá-lo da política partidária. E os projetos, que deveriam ser documentos de abrangência mais ampla sobre o papel do jornal e da imprensa, limita-se a ordenar a forma de agir de cada uma das escalas hierárquicas dos jornalistas da *Folha*.

O texto do PE de 1982 leva a crer que mesmo os jornalistas mais conceituados, aqueles que assinam colunas e matérias e que, portanto, se supõe tenham certa liberdade de manifestação de opinião, não contam com a total confiança dos membros do Conselho Editorial. Senão, veja-se: ao tratar dos jornalistas que assinam artigos, “inclusive os das colunas permanentes do jornal” (Anexos, p. A-30), o projeto reconhece que o profissional deve ter “legitimidade para tratar dos assuntos que enfoca (o reconhecimento dessa legitimidade é dado por força do próprio convite para escrever regularmente)” (Anexos, p. A-30). Mas, ainda reconhecendo esse fato, considera necessário orientar esses mesmos jornalistas, inclusive no PE, argumentando que, ainda no caso deles, o “apartidarismo é um imperativo, a não ser que o jornal decida-se a criar uma coluna destinada especificamente à expressão das teses oficiais de todos os partidos reconhecidos por lei [...]” (Anexos, p. A-30).

Novamente, assim como no projeto anterior, entende-se que a voz de autoria dos projetos não coincide com a voz de autoria dos produtores do jornal, uma vez que as recomendações sobre a necessidade de apartidarismo e de neutralidade – que o próprio documento reconhece não existir, mas que deve ser perseguida – se acentuam nesse projeto, assim como costuma acontecer nos anos eleitorais. O próprio PE afirma: “O problema é real e já se faz sentir com toda a nitidez. As pressões de fora para dentro do jornal se avolumam e as tensões internas, provocadas pelo drama eleitoral, tornam-se mais agudas” (Anexos, p. A-28).



A palavra “drama” tenta dar conta da dimensão de caos ideológico instalado dentro do jornal num período desses, em que a direção, que certamente tem suas próprias convicções políticas, tenta impor, através do argumento do “apartidarismo, reflexo do profissionalismo”, uma atitude de difícil adoção por parte de seus profissionais, independentemente da discussão da postura da imparcialidade na profissão.

Nesse sentido, Stam faz uma interessante análise das políticas culturais dos meios de comunicação de massa a partir das conceituações bakhtinianas. Ele critica uma reação, a seu ver, típica de uma ala da esquerda, que condena os meios de comunicação como a “voz da hegemonia burguesa” ou “‘máquina de influenciar` que provoca pouca resistência” (STAM, 2010, p. 331). Falando, neste caso, da televisão, diz:

É claro que a heteroglossia da televisão de certas maneiras é severamente comprometida, truncada; muitas vozes sociais jamais são ouvidas ou são severamente distorcidas. Mas como matriz na qual os discursos centrípetos/dominantes e centrífugos/opositores se confrontam, a mídia de massa talvez nunca reduza completamente o diálogo antagônico das vozes das classes [...]. Existem padrões de supremacia, e claras tendências ideológicas, mas a dominação nunca é completa, pois a televisão não se constitui apenas dos seus próprios donos e gerentes executivos; ela também é constituída pelos participantes criativos, funcionários e audiência, que podem resistir, pressionar e decodificar.

Numa abordagem bakhtiniana, não existe nenhum texto unitário, nenhum produtor unitário, e nenhum espectador unitário; em vez disso, existe uma heteroglossia conflituosa que permeia o produtor, o texto, o contexto e o leitor/observador. (STAM, 2010, p. 333).

O que Stam observa na televisão pode também ser apropriado para o jornal, uma vez que, nesse sentido da prevalência dos discursos, a mesma situação se impõe, ainda que, numa circunstância em que se configure um impasse, uma cisão ou um “drama”, como o do momento das eleições, a palavra final seja sempre a dos detentores do poder.

A cisão que o projeto demonstra existir entre os jornalistas na questão dos partidos políticos, ou entre esses profissionais e a direção do jornal, só será superada dois anos depois, quando uma causa maior irá novamente unir jornalistas e direção em torno de um objetivo comum, ideológico, enquanto uma crise nas relações de trabalho iria se aprofundar.



PE 1984 – UNIÃO PELAS DIRETAS-JÁ

O PE 1984, “A *Folha* depois da campanha Diretas-já” foi escrito, talvez, como se verá a seguir, num dos melhores momentos da *Folha* em toda a sua trajetória: logo após a votação da emenda Dante de Oliveira pelo Congresso Nacional. Nesse ano, a *Folha* experimenta a oportunidade de angariar para si os frutos de uma decisão que mudou a sua história: a de ter aderido, em primeira mão, ao movimento pelas Diretas, com consequências tão positivas que viriam a legitimar, inclusive, profundas mudanças na estrutura do jornal naquele ano. Veículos de comunicação que relutaram em apoiar o movimento, como a Rede Globo, sofrem até hoje pelas marcas deixadas por um momento histórico raro no Brasil, caracterizado pela extrema força da opinião popular. O PE 84 traduz a euforia do momento e da identificação da *Folha* com os anseios da população em eleger seu presidente, tanto que toma para si características de um governo eleito pelo povo.

Temos um mandato expresso de 300 mil compradores de jornal, renovado a cada dia nas bancas e na não suspensão de assinaturas, para levar esse Projeto adiante. É em nome dos quase 900 mil leitores reais, que estão por trás daqueles 300 mil, que fazemos a *Folha*. É o mandato conferido implicitamente por eles e que eles podem cassar a qualquer dia que legitima as nossas decisões. (Anexos, p. A-34)

Note-se que, ao adotar - e na terceira pessoa do plural - léxico típico da esfera político partidária (“mandato”, “conferido”, “cassar”, “legítima”), a *Folha* usa exatamente o mesmo procedimento que o primeiro projeto, o de 78, provavelmente de autoria de Claudio Abramo, também utilizou. O recurso foi criticado por Silva, justamente por seu caráter político: “Poderia ser um programa de ação para um partido político, uma plataforma de ação para um candidato a cargo público” (2005, p. 99), foi o comentário, então, do jornalista-escritor a respeito do projeto. Agora, Silva não nota componente político, e diz, comparando ambos os projetos: “[...] a forma final do projeto [de 84] seria jornalística e não política, como se delineara em 1978” (SILVA, 2005, p.108).

A animação que contaminava o Conselho Editorial, autor do PE, chegava até a redação e às ruas do país. O fato de a *Folha* ter antecipado esse sentimento de união nacional



em torno de uma causa, e tê-lo assumido como bandeira em suas páginas, mostra uma peculiar característica do jornal em identificar anseios do seu interlocutor, em assemelhar-se a ele e em responder prontamente, de forma que autor e interlocutor se confundam. Para isso, há recursos científicos correntes de avaliação e pesquisa, utilizados pelo jornal para identificar características, opiniões, desejos, enfim, o perfil do seu leitor, artifícios cada vez mais precisos e elaborados.

Mas foi talvez em 1984, mais do que em qualquer outro momento da história, que a *Folha* experimentou a plena dimensão dialógica de que fala Bakhtin. O “outro” é de tal importância na elaboração do discurso, que praticamente o define. Sem desconsiderar a real opinião do Conselho Editorial da *Folha* na problemática das eleições diretas para a presidência da República brasileira naquele período, o que seria do jornal sem a adesão de seu leitorado? Por outro lado, não foi apenas respondendo aos anseios políticos de seus leitores que o jornal alcançou o prestígio de que desfrutava no período e ainda hoje, mas, principalmente, o fato de ser um jornal de opinião, independente de governos, patrocinadores e outras forças de pressão. Em 1984, a *Folha* contaria com a vantagem de ter tido opinião a respeito das eleições diretas desde muito cedo e de essa opinião ter sido, se não plenamente unânime, pelo menos bastante representativa da grande maioria de seus leitores. O próprio projeto citaria essa qualidade da *Folha*, que o jornal chama sensibilidade “aos movimentos da opinião pública” (Anexos, p. A-37). O mesmo não viria a acontecer no momento imediatamente seguinte da política brasileira, quando parte do segmento de leitores identificado com o jornal se dividiu entre o apoio e o não apoio à candidatura indireta de Tancredo Neves à presidência. Novamente, a *Folha* manteve sua postura crítica, ainda que contrariando parte de seus leitores. “Não somos jornalistas para elogiar, mas para criticar”, dizia o PE 84 (Anexos, p. A-34).

O projeto defende as opções por um jornalismo crítico [“não basta relatar os fatos, é preciso expô-los à crítica” (Anexos, p. A-34)], pluralista [“vamos deixar que as dissonâncias corram soltas” (Anexos, p. A-34)], apartidário [“uma opção partidária significaria, hoje, reduzir nosso impacto sobre a opinião pública e autocondenarmo-nos ao isolamento” (Anexos, p. A-35)] e moderno [“Jornalismo moderno na medida em que se propõe a introduzir, na discussão pública, temas que até então não tinham ingresso nela” (Anexos, p. A-35)].

Ao mesmo tempo em que esse clima de adesão política ia produzindo efeitos no crescimento de vendas do jornal, e o processo de implantação de mudanças internas ia se



intensificando, a resistência interna às alterações também aumentavam. Nesse ano, a *Folha* lançou o seu primeiro Manual de Redação e implantou um sistema de avaliações internas a que o jornalista não estava habituado.

O documento de 84 de certa forma reflete essa realidade, reafirma a necessidade de o jornal combater com mais vigor os erros enfrentados com a implantação do *Manual de Redação* e cita problemas estruturais e de adequação ao *Projeto Folha*, mas continua manifestando confiança nas decisões implantadas naquele ano e que viriam a modificar o jornalismo brasileiro:

A Folha é o meio de comunicação menos conservador de toda a grande imprensa brasileira. É o que mais tem-se desenvolvido estes anos. É o mais sensível aos movimentos da opinião pública e é também o mais ágil. Politicamente é o mais arrojado. É com certeza o que encontra maior repercussão entre os jovens. Foi o que primeiro compreendeu as possibilidades da abertura política e o que mais se beneficiou com ela, beneficiando a democratização. É o jornal pelo que a maioria dos intelectuais optou. É o mais discutido nas escolas de comunicação e nos debates sobre a imprensa brasileira. Está no rumo certo, graças à lucidez e à competência dos que dirigem a empresa e graças ao trabalho jornalístico que conseguimos desenvolver até aqui. (Anexos, p. A-37)

Apesar de todos os projetos, frequentemente, elencarem as qualidades do jornal, é no de 84 que – provavelmente motivada pelos resultados da venda de assinaturas – a *Folha* começa a apresentar uma postura que se refletirá nas páginas do jornal e na opinião geral do público e dos concorrentes, e que pode ser denominado como um certo ufanismo ou/e arrogância.

Seguem alguns trechos que podem ser atribuídos a esse posicionamento:

[a Folha] impôs-se ao país inteiro, como uma das principais forças formadoras de opinião pública. (Anexos, p. A-33)

Antes da campanha, era difícil ignorar a Folha; depois dela, tornou-se impossível. (Anexos, p. A-33)



Nesse projeto, talvez contaminado pelo clima de efervescência política que dominava o país, a *Folha* utiliza um termo do universo léxico da política sindical para se referir ao seu jornalista, interlocutor dos projetos: *companheiro*:

Os companheiros que ocupam cargos de chefia na redação e sucursais devem dedicar menor tempo e atenção aos trabalhos da rotina diária, os quais devem ser delegados aos subordinados que possam responder pelas conseqüências da execução. (Anexos, p. A-36)

Ou:

Os companheiros que não exercem cargos de chefia precisam investir constantemente em seu próprio desenvolvimento profissional. (Anexos, p. A-36)

O componente afetivo do termo não corresponde ao clima que se vivia na redação. Naquele ano, fruto das avaliações recém implantadas, o jornal demitiu de uma só vez 27 jornalistas, cerca de 10% dos profissionais que trabalhavam na sede, em São Paulo. Em relatório interno, o jornal dizia que “o histórico de sua avaliação profissional revelava incompatibilidade de várias naturezas em relação às expectativas do conjunto das chefias e às demandas de exigência técnica crescente colocadas pelo projeto” (SILVA, 2005, p. 106).

Essa forma pouco sensível de conduzir seu projeto de reformulação interna ressoa no projeto de 84. Àqueles que não são chefes, ou que não correspondem ao padrão de qualidade determinado pelo projeto, a *Folha* não demonstra dedicar muita paciência. O documento deixa claro que o profissional ideal não é aquele que se encontra na folha de pagamentos do jornal. O projeto reclama da falta de tempo dos editores para orientar os repórteres e admite que “ainda há um número considerável de jornalistas cuja qualificação profissional não está à altura das exigências colocadas pelo Projeto da **Folha**” (Anexos, p. A-34). Como o jornal não tem tempo nem condições materiais para “adestrá-los” e “prepará-los” adequadamente, “terão que ser substituídos”, segundo o projeto.

A visão que o jornal tem do seu interlocutor e, principalmente, o grau de desempenho que dele espera são outros dois elementos cuja análise esse documento permite fazer. A começar pelo verbo “adestrar”, realçado anteriormente, e mais adequado para referir-se ao treinamento com animais.



Note-se que inicialmente a *Folha* elogia seus jornalistas: “[...] na **Folha** como um todo trabalha um número expressivo de jornalistas talentosos, capazes e dedicados” (Anexos, p. A-33). Na frase a seguir, entretanto, o jornal narra as falhas de suas edições: serviços noticiosos precários, qualidade flutuante das edições, erros grosseiros de informação e edição, problemas relacionados, diretamente, ao desempenho dos jornalistas.

Na seção em que propõe atacar os problemas, a *Folha* mostra-se exigente e propõe a seus funcionários inúmeras tarefas, como uniformizar critérios editoriais e técnicos, o que deveria ser feito com o Manual de Redação, lançado naquele ano; informar mais e melhor, com textos mais concisos, corretos, objetivos, claros, completos e exatos; planejar antecipadamente as edições; delegar tarefas a subordinados; orientar melhor as equipes; agilizar relacionamento entre editorias e reportagem, sucursal e correspondentes; punir erros e substituir profissionais; hierarquizar assuntos e pautas; etc. Este é o projeto em que, provavelmente, a lista de tarefas, de prescrições, é maior entre todos os outros.

Para a *Folha*, “quem exige esse zelo é o leitor, ele próprio cada vez mais exigente”. Ao transferir para o leitor esse papel, é como se fosse ele o patrão, e não a empresa, e também fosse o leitor quem cobrasse do funcionário a realização de todas essas tarefas.

PE 1985 – O REINADO DO LEITOR

A partir de 1984, o Conselho Editorial decidiu que os projetos editoriais não teriam mais títulos; seriam denominados apenas Projeto Editorial. Apesar disso, ao ser divulgado na internet, o PE 85 recebeu a denominação “Novos rumos”. Segundo Silva (2005, p. 119), outras novidades foram adotadas, entre elas a de que todas as pessoas a serem contratadas teriam que ler e manifestar concordância com o projeto editorial para poderem ser admitidas (p. 119) e a de que a versão final do projeto, escrito pelo Conselho Editorial, passaria pela avaliação final de toda a redação (p. 122).

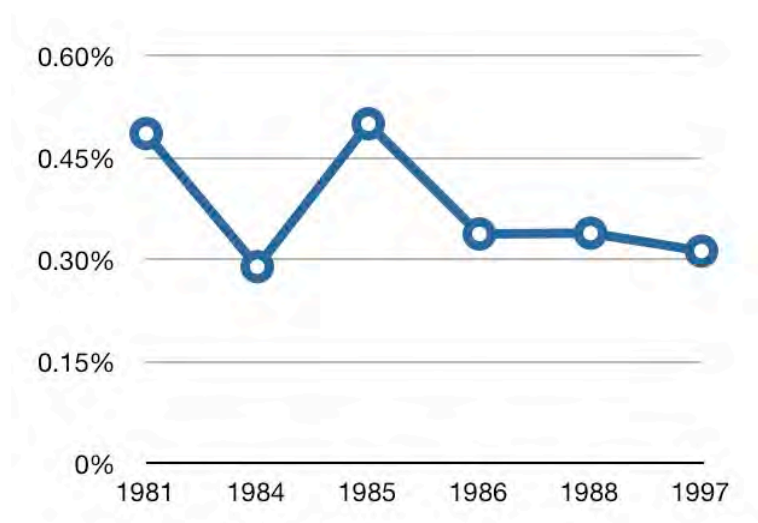
Produzido apenas um ano depois do *boom* da campanha pelas eleições diretas, seria natural que o foco temático ainda fosse a política, mas uma breve análise dos projetos, a partir da linguística de *cópus*, revela uma curiosidade: a ênfase desse projeto, agora, está na figura do leitor.

Considerando-se apenas os projetos oficiais, observou-se a maior incidência absoluta do termo *leitor* no universo de palavras dos projetos, com os seguintes resultados: o de 1981 possui 1852 palavras, sendo 9 delas *leitor* (uma vez *público leitor* e quatro no plural *leitores*);



o projeto de 84, com um total de 2069 palavras, repete 6 vezes a palavra *leitor* (duas vezes no plural); o projeto de 85, estudado neste sub-item, com 3197 palavras, repete 16 vezes a palavra *leitor* (uma delas *leitor-cidadão*, uma vez *leitorado* e duas vezes *leitores*); o projeto de 86, de um universo de 1774 palavras, utiliza seis vezes a palavra *leitor*; o de 88, por sua vez, com 2946 palavras, usa a palavra por dez vezes (quatro vezes no plural e uma vez *leitorado*) e, por fim, o de 1997, com um universo de 3195 palavras, repete dez vezes a palavra *leitor*, três delas no plural.

Em termos relativos, comparando-se com o total de palavras dos projetos, a incidência da palavra *leitor* poderia ser visualizada desta forma:



Visto no gráfico, sob o ponto de vista relativo da incidência da palavra, nota-se que os projetos de 81 e de 85 são os que demonstraram maior interesse pelo leitor. A pressuposição é que esse interesse faça parte de um processo iniciado em 81, cuja influência não se tenha feito sentir no projeto de 84, justamente pelo fenômeno do movimento das Diretas. Qualquer que seja a explicação, o ano de 1985 é considerado aquele em que a *Folha* passou a adotar mais explicitamente modelos da imprensa norte-americana, em especial a do jornal *USA Today* que, por sua vez, teria sido criado com base no projeto Ruth Clark. Para falar sobre todo esse processo, será importante recuar um pouco no tempo para procurar entender um processo que não é apenas brasileiro, mas mundial, iniciado muitos anos antes, mas adotado pelos jornais brasileiros, e pela *Folha* em especial, somente a partir da década de 80.

Não se pode tratar das alterações editoriais e gráficas sofridas pela *Folha de S. Paulo* a partir da década de 70, sem falar das influências que o jornal sofreu da parte do jornalismo norte-americano e, para cumprir esse intento, uma breve contextualização faz-se necessária.



Um importante panorama do jornalismo mundial da época foi resumido por Rey (2009), e sua transcrição será útil para caracterizar o fenômeno que interessa a esta parte do trabalho:

A década de 70 marcou de forma decisiva um período de grandes transformações para a Imprensa mundial, notadamente na televisão, suscitando um novo formato para os jornais nos anos 80 e nas décadas subseqüentes. O sistema em cores da televisão e o jornalismo-imagem criaram um espetáculo apetitoso aos olhos do público, modificando os hábitos de leitura em relação às gerações anteriores. (REY, 2009, p. 319-320)

Uma nova conjuntura começava a assustar editores de jornais. A partir do início da década de 70 até o seu final, os jornais registravam acentuada queda nos índices de leitura, a ponto de colocar em risco o suporte econômico das empresas e mobilizar um aparato de recursos na busca da recuperação dos leitores.

Rey considera que, se a preocupação era com o declínio no nível de leitura dos jornais, a solução teria nascido quase uma década antes, embora não tivesse causado grande impacto na época, e teria partido da premissa de que deveriam ser promovidas pesquisas de satisfação junto ao público leitor.

Essa solução teria partido de Ruth Clark, vice-presidente de Mídia da empresa Yankelovich, Skelley & White, que, em 1972, comandou uma pesquisa que se tornou referência nos Estados Unidos, e que versava sobre as relações entre jornais e leitores naquele país. A ideia era ouvir o leitor e, a partir de seus desejos, influenciar o trabalho de produção dos jornais, mas a pesquisa não atraiu de imediato a atenção de editores e empresas, o que acabou ocorrendo somente no final da década.

Em 79, com o trabalho aprimorado, Ruth Clark transformou-o em um projeto que, de acordo com Rey (2009, p. 327), “virou objeto de desejo de todos os editores e de proprietários de empresas jornalísticas”.

A pregação de Clark era no seguinte sentido: Atendam as nossas necessidades e ajudem-nos a enfrentar os problemas. Não se limitem a nos falar sobre o mundo – ajudem-nos a entendê-lo. Sejam nossos representantes... [...]



No entanto, o estudo estimulou muito mais que uma onda de matérias sobre comportamento. Ele também reforçou outras tendências em formação, introduzindo os boxes de correção de erros, distorções e falhas de informação, os textos complementares, explicando os assuntos enfocados, bem como sumários, notas e índices, a numeração das páginas tipo A-2 e C-3, etc. (REY, 2009, p. 327-328)

Segundo Silva,

No Brasil, esse fenômeno se observa em especial a partir dos anos 80, e nenhum jornal vai mais fundo nessa linha do que a Folha de S. Paulo, que inclusive estabeleceu seu próprio instituto de pesquisa de opinião pública, o DataFolha, que é responsável por dezenas de manchetes do jornal por ano e ainda realiza um estudo de perfil do leitor periódico, que pretende colocar o jornal em permanente contato com o seu leitor. (1991, p. 116)

Como se sabe, o modelo que a *Folha* adotaria muito tempo mais tarde trouxe praticamente todas essas inovações, mas supõe-se que seu exemplo direto tenha sido o jornal *USA Today*:

O receituário deixado pelo Projeto Ruth Clark não apenas foi modelar para a imediata reestruturação de quase todos os jornais norte-americanos e canadenses, como favoreceu o surgimento de produtos altamente revolucionários. O mais ousado deles foi o *USA Today*, de circulação nacional, que, em 1982, exacerbou nas cores e nas medidas das transformações, tornando-se o periódico mais comentado, mais amado, mais copiado em todo o mundo, e também alvo de críticas de concorrentes, de pesquisadores e até mesmo de leitores. (2009, p. 328)

Em menos de uma década o jornal se tornaria o segundo maior dos Estados Unidos, com uma circulação anual paga de 146 milhões de exemplares. Sua filosofia era “Don’t tell me, show me”, ou seja, “Não me conte, me mostre”. Seus maiores diferenciais eram a forte exploração da imagem, com fotos grandes, coloridas e bem produzidas, gráficos, boxes, ilustrações e textos mais informais, muitas vezes com a utilização da terceira pessoa do plural, o que imprimia um tom intimista junto ao leitor. Havia uma intenção clara de competir com a



televisão e, com o sucesso alcançado pelo novo modelo, o jornal também passou a ser copiado no mundo todo:

No Brasil, o modelo mais próximo foi o adotado em 1985 pela Folha de S. Paulo, jornal editado na cidade de São Paulo e de circulação nacional (cuja tiragem média é estimada em 500 mil exemplares dia) com suas “caixas” nas capas dos cadernos para anunciar o conteúdo das páginas interiores, o aumento do corpo das letras e com a adoção de cores nas fotos e nos recursos gráficos, além da modulação, que reequacionou o espaço noticioso e reduziu o tamanho das notícias. Infográficos, fotos como informação autônoma, dropes e seção “Erramos” foram heranças dessas transformações. A Folha passou por reformas, tendo abandonado a modulação e retornado recentemente ao texto mais adensado. (REY, 2009, p. 14)

Além da ênfase nos desejos do leitor e das novidades supostamente copiadas do *USA Today*, o projeto de 1985 inova em relação aos anteriores por tratar-se de um documento mais maduro e detalhado. Há prescrições sobre a atuação do jornal no contexto social, mas sobretudo sobre a sua organização em editorias. Há orientações específicas para cada uma delas: Política, Economia, Exterior, Geral, Educação e Ciência, Esporte, Folhinha e Folhetim.

Logo no início do texto, surgem novos conceitos em relação aos projetos anteriores que chamam a atenção. O jornal quer criar uma “imagem pública” “ostensivamente diferenciada” e pretende tornar-se um produto de mercado “indispensável”. A ênfase dada à “opinião”, registrada no último PE, aparentemente se dilui com a modalização provocada por um “principalmente”, que precede a palavra “informação”, mas o jornal continua a acentuar a necessidade da crítica, até para preservar valores como apartidarismo, que volta à tona nesse projeto: “Crítica contra tudo e contra todos porque a *Folha* é e precisa ser radicalmente apartidária” (Anexos, p. A-40).

A *Folha*, então, incorpora essas inovações e reforça a sua opção pelo leitor até quando fala da necessidade de ser apartidária: “O jornal precisa ser apartidário porque a base de leitores é pluripartidária” (Anexos, p. A-40).

O jornal mantém a defesa dos valores expressos anteriormente, propõe ampliar o espaço de prestação de serviços e aumentar o grau de didatismo do material publicado, todos caminhos para atingir a meta de ser um jornal “indispensável” ou um “produto de primeira necessidade”. Também aqui, como, aliás, em todas as propostas feitas ao longo dos anos, o



que a *Folha* julga ser e aquilo que ela propõe para si traduz o que ela pensa do seu leitor. Senão, vejamos: por que a necessidade de didatismo, se a imagem que ela faz de seu leitor é de uma pessoa atualizada, culta, preparada para fazer conexões dos fatos sobre os quais leu na semana passada, no ano passado ou aqueles dos quais conhece por meio de sua experiência ou cultura histórica? O mais provável é que o jornal imagine que uma grande parte dos leitores precisa desse recurso “didático” para melhor compreender as notícias, editoriais e outros textos.

“A apreensão pelo leitor deve ser fácil, clara e rápida” (Anexos, p. A-42), afirma o projeto. É provável que ela veja seu leitor como uma pessoa sem tempo para ler atentamente, ou que não goste de textos mais complexos, por isso, sugere: “...tudo o que puder ser dito sob a forma de quadro, mapa, gráfico ou tabela não deve ser dito sob a forma de textos” (Anexos, p. A-42).

Em síntese, o que o jornal propõe é aquilo que, em escala mundial, vinha sendo o reflexo da implantação do projeto Ruth Clark no jornalismo: dar ao leitor aquilo que se imagina – ou o que as pesquisas demonstraram – que ele queira.

Politicamente, dessa vez, a *Folha* não se identifica como liberal-progressista, como fez anteriormente, mas como radical-liberal, e propõe “reformas estruturais praticáveis e concretas, capazes de contribuir para uma sociedade menos injusta, mais organizada e desenvolvida” (Anexos, p. A-44). O jornal também dispõe-se a “fiscalizar o exercício da política” (Anexos, p. A-44) e orienta que os fatos sejam tratados “com uma mentalidade prática e crítica à qual não deve faltar uma certa irreverência, desde que elegante” (p. A-44).

PE 1986-1987 – A INFORMAÇÃO EXCLUSIVA

Confirmando o acerto de suas estratégias até então, a *Folha* ampliou em 39,5% sua circulação paga no período de 1984 a 1986, atingindo a marca de jornal brasileiro com a maior circulação no período, posição que ela manteve até 2010.

O Conselho Editorial abre o PE 1986 noticiando precisamente esses índices e relativizando a participação da redação nesse crescimento: “A Redação contribui para o êxito, mas não é a única responsável por ele. Esse sucesso é resultado de um esforço conjunto de toda a **empresa** que edita o jornal” (grifo nosso) (Anexos, p. A-49). Note-se, aqui, o emprego da palavra “empresa”.



O discurso é feito de escolhas, sendo que escolher é também o ato de prescindir de determinada opção, no caso, opção lexical. Poderia ter sido utilizado, por exemplo, em vez de “empresa”, o termo “equipe”, “estrutura” ou outros ainda, e cada um deles manifestaria um determinado componente valorativo. O termo “empresa” valoriza o aspecto comercial do jornal, valoriza mais a equipe de direção do que a equipe de criação formada pelos jornalistas. Não se pode esquecer que o projeto configura a empresa, ou seja, aquilo que considera valores empresariais importantes. Mas não é apenas o sentido adquirido historicamente que explicará a utilização lexical adotada no documento. Quando observado na perspectiva dialógica, que insere cada documento, cada enunciado como réplica de um grande diálogo, quando se observa não um PE, mas todos, em perspectiva histórica e contextual, é possível identificar o embate empresa x jornalistas que a *Folha de S. Paulo* vem travando desde o seu primeiro texto, o de 1978, possivelmente antes, e certamente também depois. Um embate multifacetado, que vai desde a tentativa de inserir seus profissionais numa realidade mais globalizada e tecnológica, até a de exigir uma postura política coadunada com os ideais da empresa ou, até mesmo, no que se refere à falta de reconhecimento da participação de alguns jornalistas no desenvolvimento da empresa, como parece ter acontecido ao não se deixar clara, por exemplo, a autoria de Abramo na confecção do primeiro projeto editorial da *Folha*.

O projeto de 86, denominado “A *Folha* em busca da excelência”, vai almejar esse novo patamar de qualidade por meio, principalmente, da “informação exclusiva”. “Mas informação exclusiva não vale quase nada se não for comprovada e exata. Perde muito da sua força quando mal escrita ou mal editada”, diz o projeto (Anexos, p. A-49). O documento sugere o cumprimento do *Manual de Redação*, mas ressalva que isso não basta “para fazer bom jornalismo”.

Para alguns pesquisadores, entre eles Cavalcanti (2006), que, ao estudar a questão “identidade” do jornalista em vários momentos da história do país, acaba referindo-se a essa etapa da *Folha*, esse projeto de 86 marca um recuo do jornal em relação aos PEs anteriores. Note-se que Cavalcanti estuda a o desenvolvimento da identidade do jornalista no decorrer dos século e depara com a *Folha*, em seu estudo, ao tratar do fim da imagem romântica desse profissional para a entrada de um jornalista técnico, de resultados, como viria a propor o jornal paulista no período do Projeto *Folha*. Em seu estudo, Cavalcanti nota que a *Folha* lutou para destruir a visão romântica do jornalista, aquele boêmio, que farejava a notícia e buscava a verdade a todo o custo. Em seu lugar, o jornal paulista desejava implantar um jornalismo



empresarial, quantitativo. A autora vê, então, um recuo no projeto de 86 em relação a esse movimento iniciado anteriormente:

A história do Projeto Folha, que pode ser vista como a implantação do modelo americano de jornalismo no jornal FSP, aponta para essas contradições. Nos primeiros documentos, exige-se do profissional a adoção irrestrita de preceitos como a técnica, a organização, a precisão, a neutralidade. [...]

A essas exigências, que apontam para um jornalista “racional” e eficiente, vêm somar-se outras, em documentos posteriores, que pouco lembram o perfil apontado anteriormente [o do jornalista romântico]. Ao insistir que o jornalista obtenha informações exclusivas (exigência presente no documento de 1987), o chamado furo jornalístico, recupera-se a imagem do combativo, o que denuncia injustiças, o “gênio” que trabalha sozinho, que sai em busca da grande reportagem. (CAVALCANTI, 2006, p. 88)

Uma grande parte do documento de 86 é utilizada para discorrer sobre os avanços obtidos pelo jornal nos últimos anos, em especial os relacionados a aspectos administrativos, como salários, que passaram a ser competitivos para os jornalistas, segundo o projeto, a diminuição da rotatividade de profissionais, a consolidação da Avaliação de Desempenho Profissional e a adoção do Plano de Metas Trimestrais. São conquistas relacionadas, sempre, àquele jornalismo quantitativo sobre o qual Cavalcanti afirmava que a *Folha* perseguia nos primeiros projetos, com o objetivo de substituir o jornalismo romântico. Provavelmente, a análise da autora foi feita pela análise do projeto de trechos como este, extraído da cópia do projeto disponível na tese de Silva:

É importante, agora, evitar que esse desenvolvimento obtido no aspecto organizacional da Redação se traduza em uma tendência para burocratizar o trabalho jornalístico. Não se cogita de abandonar o percurso já realizado, nem de transigir com os objetivos de organizar mais e melhor as condições a partir das quais é produzido o material jornalístico. Não se deve tampouco menosprezar a importância vital da racionalidade e do planejamento do jornalismo de hoje. (SILVA, 1987, p. 296)



Antes de prosseguir, é importante fazer uma observação: esse excerto do projeto extraído da tese de Silva não coincide com os projetos divulgados na página da *Folha* na internet. Lá, fala-se em “tendência para buscar o trabalho jornalístico” (Anexos, p. A-50), e não “burocratizar”.

Feita a observação, e voltando à citação, observa-se que, mesmo reforçando os aspectos de racionalidade, planejamento e organização, o projeto – e isso é importante ressaltar – acentua a preocupação de que esse processo resulte na burocratização do trabalho jornalístico e no apagamento daquele jornalista cujas características – mais combativo, mais intuitivo – a *Folha* rejeitou inicialmente, a partir da introdução do seu projeto. A conclusão de Cavalcanti é a seguinte sobre o projeto 1986-1987:

Em outras palavras: do excesso de regras e métodos emergiu um jornalista apático, um “jornalista de proveta”, uma imagem (e também textos) que é preciso evitar. Para isso, o documento conclama editores e ocupantes de cargos de confiança a fazerem uma “revolução cultural”, a redigirem habitualmente, a fim de formar os outros jornalistas a sua imagem e semelhança, leia-se gênios singulares como eles. (CAVALCANTI, 2006, p. 89)

Realmente, apesar dos avanços apregoados, o projeto continua demonstrando insatisfação com o trabalho desenvolvido pela Redação:

A quantidade de furos tomados, erros de informação e falhas de aproveitamento de notícias deve ser motivo de grave preocupação para todos os jornalistas da *Folha*. Não podemos nos satisfazer com o nível de qualidade média alcançada até aqui, que é muito baixo. (Anexos, p. A-51)

Nesse, que é o mais curto dos PEs da *Folha*, provavelmente porque, entre os textos oficiais, foi o único a ser feito pelo terceiro ano consecutivo, depois dos de 84 e 85, o jornal mantém a ênfase no leitor, acentuando-a. Conforme já foi mostrado no gráfico da página 128, nesse projeto a incidência da palavra *leitor* será semelhante à do projeto de 1981, em valores relativos.

O projeto de 86 identifica os componentes e características daquilo que considera um jornal ideal, e orienta seus produtores a seguirem os passos necessários para atingir uma meta



baseada nos critérios ali formulados. São elencados aspectos como “informação crítica e concisa” (Anexos, p. A-50), “a arte da boa edição” (Anexos, p. A-51) e “metas para um estilo marcante” (Anexos, p. A-52). Coincidência ou não, a orientação de que a *Folha* buscasse informação exclusiva parece ter dado frutos: já no ano seguinte, no dia 13 de maio de 1987, o jornal publicava um “furo” de reportagem que marcou a história do jornalismo brasileiro. O jornalista Jânio de Freitas assinava matéria denunciando que havia sido fraudulenta a concorrência pública para a construção da ferrovia Maranhão-Brasília, que ficou conhecida como *Ferrovia Norte-Sul*. As provas da fraude ficaram estabelecidas de maneira original, cinco dias antes da divulgação da matéria, com a publicação, em código, das firmas que seriam contratadas. A relação das 18 vencedoras saiu num espaço que se confundia com os classificados do jornal, antes mesmo de esses candidatos serem oficialmente conhecidos pelo governo.

O projeto de 86 também orienta os jornalistas para a expectativa do jornal em relação à maneira de lidar com temas políticos e econômicos, que dominarão o próximo período, entre eles o da elaboração da Constituinte – “A *Folha* deve revelar ao seu leitor, sem receios, os interesses corporativistas que serão mascarados em propostas com retórica de defesa da sociedade como um todo” (Anexos, p. A-53) – e a reforma tributária. Apesar disso, não há um enfoque acentuadamente político nesse projeto.

O foco está mesmo na defesa da informação exclusiva e na constatação de que as bases e as prescrições lançadas nos projetos anteriores começavam a se consolidar e a fazer parte da rotina do jornal. Dessa maneira, o projeto é concluído com a seguinte reflexão: “Até agora tratou-se principalmente de lançar as bases de um jornalismo que se destaque como o melhor do país. Agora, trata-se de fazê-lo” (Anexos, p. A-53).

PE 1988 – O AVANÇO DA CONCORRÊNCIA

O PE 88, denominado “A hora das reformas”, marca o momento em que a *Folha* percebe que as qualidades que, segundo o projeto, a transformaram no maior jornal do país podem, se excedidas, provocar novos problemas. Esse reconhecimento, conforme apontou Cavalcanti (2006), já vinha se delineando no projeto anterior. O PE 88 aponta para o perigo de que as virtudes do jornal – “agilidade, ausência de ranço ideológico, prestação de serviços, pluralismo, espírito de controvérsia, imaginação e irreverência” (Anexos, p. A-55) –



radicalizem-se a ponto de se transformarem em defeitos. Falando sobre um passado recente em relação ao documento, diz o PE: “A *Folha* tinha que lutar apenas contra si mesma: contra o risco de exagerar o que tinha de bom (transformando-o em arbitrariedade, invencionice, gosto de chocar) e contra o risco de naufragar no que tinha de ruim” (Anexos, p. A-55).

Neste caso, o enunciado é uma resposta – mais do que isso, uma ratificação – a um discurso recorrente à época a respeito do jornal, um discurso crítico principalmente por parte dos próprios jornalistas: o de que a *Folha* estaria exagerando na tentativa de introduzir um tipo de jornalismo excessivamente técnico, didático, quantitativo, empresarial, racional, sem personalidade, importado dos padrões norte-americanos. Por outro lado, o mesmo projeto combate o que pode ser considerado como um procedimento oposto a esse de um jornalismo mais “técnico”. Diz o PE 88:

É preciso cultivar o sentimento de que apesar de todos os avanços ainda há o que fazer; de que apesar de todos os esforços e de todas as lutas – contra o jornalismo chapa-branca, contra o corporativismo profissional, contra a ignorância, contra o populismo, todas as concepções românticas, e provincianas da imprensa – o trabalho mal começou. (Anexos, p. A-57)

Talvez seja puramente empresarial, mais uma vez, o motivo desse recuo. Afinal, é a “voz do empresário” que, nesse PE, mostra um início de preocupação do jornal com a concorrência, expressa desta maneira:

Atualmente as transformações no restante da imprensa diária e a concorrência permanente da televisão impõem um tipo de preocupação que não mais decorre, simplesmente, da necessidade de fazer um bom jornal – idéia que vai sendo absorvida pelos concorrentes – mas de corresponder, de fato, ao lugar de liderança obtido pela *Folha* até agora. (Anexos, p. A-55).

A esse mesmo título, são ali citadas também emissoras que, “condenadas à marginalidade”, deram a volta por cima e jornais que adotaram estratégias de *marketing*, definidas como “uma característica feroz de guerra total” (Anexos, p. A-56). Aparentemente, o jornal *O Estado de S. Paulo*, principal concorrente da *Folha* no estado paulista, é alvo de preocupação do jornal que, embora não o cite expressamente, refere-se a ele desta forma: “os



jornais que se contentaram com a sua aura de tradição e elegância se vêem subitamente ameaçados de extinção” (Anexos, p. A-56).

O que a *Folha* diz, em suma, é que, apesar de ser hostilizada pelos seus métodos revolucionários de jornalismo, foi copiada por aqueles mesmos que a hostilizaram. O projeto deixa claro, entretanto, que, aparentemente, as estratégias adotadas pelos concorrentes, ainda que tenham sido fruto de uma imitação ao seu modelo, deram bons resultados.

Em resposta a isso, o jornal, novamente, propõe mudanças. Aliás, o que se mostra inalterado no conteúdo temático dos projetos da *Folha*, do primeiro ao último, é a disposição incansável por mudanças. O que o projeto parece querer dizer é que são necessárias alterações, correção de rumos, a busca da excelência, porém não mais apenas para que se produza um grande jornal, mas para que, junto com isso, a *Folha* obtenha o sucesso empresarial desejado. Novamente, é colocada a necessidade de um excelente produto jornalístico como estratégia empresarial:

A necessidade de investir no pluralismo, na preocupação com ser um jornal ágil e moderno, de fornecer informações precisas e confiáveis ao leitor foi-se tornando evidente e se disseminando na imprensa brasileira. É sinal do sucesso do Projeto Editorial da *Folha*. Mas não é mais garantia do sucesso para a *Folha* enquanto produto. (Anexos, p. A-55)

O PE de 88 descreve, portanto, o que deve ser mudado, aperfeiçoado, levado até “as últimas conseqüências” (Anexos, p. A-57), para vencer o avanço da concorrência. São elencadas propostas editoriais, recursos de arte, estratégias de fotojornalismo, qualificação profissional, necessidade de planejamento prévio, revisão de estratégias (é proposta, por exemplo, nas várias editoriais, uma discussão sobre a “segmentação ou riqueza de detalhes” (Anexos, p. A-59) e uma reforma gráfica é posta em curso naquele mesmo período.

A aura de arrogância de que foi acusada naquele período encontra, no projeto de 88, um pouco da explicação de seus motivos. A *Folha* coloca-se como exemplo, como pioneira, a única a fazer jornalismo diferenciado no país, como pode ser observado nos seguintes excertos:

Depois de um longo período de marasmo, onde a *Folha* parecia ser, no conjunto da mídia, o único local onde havia vida e movimento [...]. (Anexos, p. A-55)



Os pressupostos e os métodos do Projeto Editorial que vem se desenvolvendo aqui são reconhecidos por quem antes se mostrava incrédulo; copiados por quem até há pouco nos hostilizava. Adotados na prática por quem ainda insiste em fazer profissão de fé contrária a nós. O Projeto da Folha se tornou, em poucos anos, patrimônio coletivo do jornalismo brasileiro [...]. (Anexos, p. A-56)

Segmentamos o jornal em cadernos e suplementos, de modo a atrair psicologicamente a leitura e atrair novas frações do leitorado. Foi uma decisão correta, que também não tardará a ser imitada [...]. (Anexos, p. A-59)

Essa característica de ser um jornal exemplar, único no país, é apenas uma das facetas que a *Folha* explora para criar uma mitificação em torno de si mesma, segundo Cavalcanti (2006). Além dessa, existem outras, como a de autonomia e combatividade.

A FSP, por exemplo, mesmo dizendo assumir-se como uma grande empresa, um negócio, traz em sua primeira página, abaixo do nome do jornal, seu *slogan* principal, *Um jornal a serviço do país*, que aponta para sentidos próximos aos do jornalismo combativo, o período ‘áureo’ relatado nas narrativas sobre a prática. (CAVALCANTI, 2006, p. 127-128)

A reiteração dessas qualidades ficariam expressas nas páginas do jornal e na “história oficial” contada sobre ele, ainda que sob essa história pesem vozes dissonantes e, inclusive, contradições internas. Cavalcanti cita, como exemplo, em sua tese, o fato de Lins da Silva ter se “esquecido” de atribuir a Claudio Abramo a autoria da reformulação das páginas 2 e 3 da *Folha* no livro *Mil dias: os bastidores da revolução em um grande jornal*, ao qual este trabalho já se referiu. Como exemplo de contradições internas, a autora cita o episódio das Diretas, por muitos considerado como uma estratégia de marketing, o estímulo à participação da esquerda na década de 70, como iniciativas democráticas, e o episódio autoritário que se seguiu com a implantação do Projeto Folha, “uma reforma repressiva e autoritária” (CAVALCANTI, 2006, p. 129).

Sem dúvida a história da *Folha* e o percurso de seus projetos são marcados por vozes dissonantes e contradições internas, como mostra esta tese. Sua história mostra isso nas



sucessivas e diferenciadas direções empresariais; nas relações internas conturbadas entre patrões e empregados; na visão do leitor, como veremos adiante, em especial no projeto de 97; no ideal de jornalismo que defende e que se transforma no decorrer do tempo.

Por fim, é interessante constatar um aspecto na configuração formal deste PE que destoa de seus antecessores e também de seu sucessor: a ausência de parágrafos num volume muito grande de texto. De um total de 2944 palavras que compõem o projeto, um bloco de 1440 não é segmentado por um único parágrafo sequer.

Esse formato contraria uma das características assentadas, neste trabalho, como uma das particularidades do gênero PE, uma vez que pode ser notada em todos os projetos da *Folha* e também no da *Superinteressante*, a saber: a similaridade daqueles textos com os que pertencem ao gênero jornalístico padrão, ou seja, a *notícia*, gênero que reclama, entre outras características, objetividade, frases curtas, léxico simples, segmentação por parágrafos; tais são algumas das marcas do estilo *notícia*, presentes também nos textos do PE, exceto no de 88, pela ausência de paragrafação.

Difícil atribuir um sentido a tal característica desse documento, a não ser, talvez, que seu conteúdo temático específico concentre-se num turbilhão de perguntas/respostas/prescrições/crítica à concorrência/elogios a si mesma que pouco espaço dá à reflexão e, tampouco, à respiração do seu leitor.

O foco temático desse bloco de texto é a preocupação com a concorrência e os novos desafios que a disputa pelo mercado impõe à *Folha*, para que possa continuar ocupando o primeiro lugar em circulação nacional. Todas essas ideias, que poderiam tranquilamente ser dispostas em vários parágrafos, são jogadas como que em turbilhão, num processo, aparentemente, muito mais de tentativa de reafirmação de uma superioridade que se supõe ameaçada. O bloco de texto começa assim: “Depois de um longo período de marasmo, em que a *Folha* parecia ser, no conjunto da mídia, o único local onde havia vida e movimento, uma febre de mudanças sacode os jornais, as revistas, a TV” (Anexos, p. A-55). O longo parágrafo vai, então, tentar mostrar o que a concorrência vem fazendo para ganhar espaço, mas o quanto a *Folha* é superior aos outros e como ela é, por isso, copiada por todos; e finaliza com uma série de perguntas que se propõem a superar suas próprias marcas. Vejam-se alguns trechos:

[...] outros, que demoraram a compreender o que se passava, se lançam agora a uma tentativa atabalhoada de recuperar o tempo e a posição que perderam, ainda que essa recuperação lhes custe a própria identidade. (Anexos, p. A-56)



Chegamos ao final da década vitoriosos. Os pressupostos e os métodos do Projeto Editorial que vem se desenvolvendo aqui são reconhecidos por quem antes se mostrava incrédulo; copiados por quem até há pouco nos hostilizava. (Anexos, p. A-56)

O Projeto da Folha se tornou, em poucos anos, patrimônio coletivo do jornalismo brasileiro [...]. (Anexos, p. A-56)

Num fluxo contínuo, sem pausa de texto, a *Folha* anuncia a ameaça dos concorrentes, coloca-se como superior a eles e, ainda uma vez, prescreve a necessidade de novas mudanças para garantir a liderança.

Novamente é o diálogo com o mundo se manifestando. Agora, a tônica não é mais seu jornalista, os problemas internos, nem a política, ainda que 1988 fosse um ano de eleições municipais. A preocupação maior agora é com a concorrência, com a ameaça de perder o posto de principal jornal do país. Afinal, para Silva, a melhor maneira de saber se o leitor está aprovando o jornal é justamente analisando o seu índice de vendas.

Ninguém gasta dinheiro no que não gosta. Se as vendas crescem, é sinal de que o jornal está tendo boa receptividade entre o público. Se caem, alguma coisa está indo mal. Pode não ser a melhor maneira de medir a reação do leitor. Mas, com certeza, não é a pior. (SILVA, 2005, p. 215)

Por pensar dessa forma, e sendo um alto funcionário da *Folha*, tendo assumido inclusive a função de ombudsman e vivenciado internamente a construção do Projeto *Folha*, pode-se inferir que a opinião de Silva coincide com a do jornal ao considerar o leitor um termômetro da qualidade do produto. Assim, o diálogo, essa relação dialógica identificada nos projetos, não se estabelece apenas com os concorrentes mas também com a figura do seu público direto, sobre a qual se falará mais detidamente a seguir.



Nove anos após a divulgação do PE datado de 1988, a *Folha* divulga um novo projeto, o de 1997, denominado “Caos da informação exige jornalismo mais seletivo, qualificado e didático”, que está em vigor até este momento (abril de 2011).

Este é um dado relevante: desde que lançou o seu primeiro PE em 78, ou considerando-se o PE oficial em 1981, a *Folha* nunca havia ficado um período tão grande – 14 anos - sem produzir um novo projeto. De 97 para cá foram feitas alterações gráficas, sendo que a última, particularmente, foi acompanhada de uma reforma editorial considerável, porém sem o lançamento de um novo projeto específico para tal finalidade.

Na perspectiva dialógica do Círculo de Bakhtin, o texto, o discurso, é componente de uma rede de interlocução, da qual fazem parte a história, os personagens, os textos e os discursos, aqui representados principalmente pelos projetos anteriores, frutos de um intercâmbio de relações, conflitos, interesses e – por que não? – convicções inerentes a todas as atividades humanas intermediadas pela linguagem. Os valores transmitidos por um PE fazem ainda mais sentido quando se localiza essa rede de relações dentro de uma estrutura ideológica e política marcada pelo capitalismo, que promove uma lógica, expressa nos textos dos PEs, de lucro acima de quaisquer ideais jornalísticos, lógica que já era intuita desde o nascimento do jornal, em 1921, quando dois jornalistas decidiram deixar o veículo concorrente para jogarem-se numa aventura empresarial que, provavelmente, pouco antecipava o percurso trilhado pela *Folha* nesses 90 anos de história completados em 2011.

Também esse projeto de 97 não dá conta das complexidades vigentes no atual cenário de globalização, que inclui problemas financeiros de toda a mídia e antecipa desafios, tais como uma certa saturação informativa, e a concretização, no dia a dia das pessoas pertencentes à elite intelectual e econômica, dos meios eletrônicos e virtuais de obtenção da informação, principalmente por meio da *internet* e da televisão.

O projeto registra “uma constelação de mudanças espetaculares na política, na economia, nas idéias” (Anexos, p. A-63), referindo-se, principalmente, aos reflexos da queda do Muro de Berlim. Ao fazer essa análise, o jornal deixa claros seus valores: “a dualidade política foi substituída por um consenso”; “o modelo vitorioso se impôs pela eficiência com que produz bens e serviços”; “os próprios vínculos coletivos como ‘nação’ ou ‘classe’ entretanto se enfraquecem”; “a opinião pública ganha unidade com a convergência geral de idéias, mas se dispersa numa segmentação de interesses que desafia a linguagem em comum” (Anexos, p. A-64). E, mais, ainda diz:



Uma só superpotência impôs seu predomínio ao mundo, quase todas as sociedades procuram se aproximar de seu modelo. Com pouca variação de grau, há só uma receita econômica (o mercado), uma só fórmula institucional (a democracia), num mundo que tende inevitavelmente à “globalização”. (Anexos, p. A-64)

É importante refletir que, de certa forma, essa assertiva já não tem a mesma relevância quanto na época em que foi escrita, dada a proximidade com a queda do Muro de Berlim e, portanto, com o fato de existir uma superpotência impondo seu predomínio ao mundo. De lá para cá os Estados Unidos já perderam muito do seu poder, assim como outras conjunturas expressas no projeto já não são as mesmas.

Na época em que foi escrito, entretanto, o projeto expressava variadas crenças do jornal e, a partir dessas crenças, instituídas pelo efeito de convicção gerado pela categorização do discurso, a *Folha* estabelecia sua estratégia para os anos seguintes. No item “Investimentos, novas tecnologias e pressões de mercado” (Anexos, p. A-64), o projeto dispõe acerca da tendência de associação, dentro e fora do país, de empresas e grupos. A própria *Folha*, mais uma vez mostrando sua capacidade de antecipação de tendências, estabelece uma parceria com a *Editora Abril* para a criação do maior portal da *internet*, o *UOL (Universe On Line)*, que, em 2001, amplia sua abrangência com a adesão da operadora de telecomunicações *Portugal Telecom*. Outras iniciativas de parceria aconteceram no período, como a estabelecida com o *Grupo Estado* para distribuição de jornais.

O projeto dá conta de um processo de saturação das tiragens dos jornais nos países desenvolvidos, e de que há um grande contingente de leitores a ser conquistado nos países emergentes, o que seria possível “à medida que seus padrões de educação e consumo melhorem” (Anexos, p. A-65). Mostra que houve um desenvolvimento do jornalismo na última década, mas também aponta uma característica difícil de ser solucionada na atividade, por ser própria dela: a fragmentação do noticiário, que tende a provocar simplificações e o não esclarecimento “de processos complexos e contraditórios” (Anexos, p. A-67).

O texto identifica ainda uma “balbúrdia informativa” (Anexos, p. A-68), representada por um excesso de informação num sem número de veículos de comunicação, um processo, de certa forma, já identificado no documento de 1988 e, por conta disso, tendo em vista a finalidade prescritiva que o define, propõe “organizar a informação inespecífica, aquela que potencialmente interessa a toda pessoa alfabetizada, como também torná-la mais



compreensível em seus nexos e articulações, exatamente para garantir seu trânsito em meio à heterogeneidade de um público fragmentário e dispersivo” (Anexos, p. A-68).

Outra novidade a se destacar – mas que também não deixa de fazer parte de um processo – é a proposta do projeto de que os jornalistas transitem de um padrão de texto puramente informativo para um outro, desta vez com um componente analítico. “A transição de um texto estritamente informativo, tolhido por normas pouco flexíveis, para um outro padrão textual que admita um componente de análise e certa liberdade estilística é consequência da evolução que estamos procurando identificar” (Anexos, p. A-68). Esse componente não é novo; já foi uma preocupação apresentada em projetos anteriores e também será retomado na reforma gráfica de 2010. O documento 97 propõe, porém, cuidado nesse processo de transição, para que “o leitor não fique à mercê dos caprichos da subjetividade de quem está ali, para, antes de mais nada, informar com exatidão” (Anexos, p. A-68).

O projeto volta a reafirmar a opção da *Folha* por um jornalismo “crítico, pluralista e apartidário” (Anexos, p. A-70), valores que, segundo o documento, “adquiriram a característica doutrinária que está impregnada na personalidade do jornal e que ajudou a moldar o estilo da imprensa brasileira na última década” (Anexos, p. A-70).

Mas, talvez, o que mais surpreenda nesse projeto seja justamente o fato de a *Folha*, definitivamente, admitir que se sujeita ao mercado. Na verdade, o jornal também nunca escondeu esse dado, fato abordado antes neste trabalho. A ênfase a ele no projeto de 97, porém, é bastante direta, como neste caso: “[...] firmou-se nos meios impressos o prestígio de um profissionalismo independente, submetido apenas às forças de mercado”. A palavra mercado, aliás, aparece por oito vezes neste projeto, além do adjetivo “mercadológico” (duas) e do substantivo mercadoria-informação (uma). A mesma palavra apareceu uma vez em 85, duas em 86 e 5 em 88, apenas. Mais ainda: pela primeira vez, como será visto com mais vagar adiante, aparecerá a palavra consumidor para se referir a leitor. Antes desse projeto, houve apenas uma incidência dessa expressão, em 85. Desta vez, o termo aparece quatro vezes.

Isso mostra que, mais do que se aceitar como empresa e tratar a informação como mercadoria, a *Folha* coloca essa visão nos projetos como uma forma de influenciar seu interlocutor, o jornalista, a ver sua atividade na mesma perspectiva, o que o faz receber mensagens duplicadas: ao mesmo tempo que tem como padrão a empresa, no seu aspecto autor dos projetos, tem também, cumprindo o mesmo papel, o leitor; ao mesmo tempo que vende mercadoria, produto, se se pensar no caráter prescritivo dos PEs, vende também imparcialidade, verdade, objetividade, precisão. Ao mesmo tempo em que a *Folha* atribui ao



seu interlocutor a responsabilidade pela confecção do melhor jornal do país, também a ele atribui a culpa por suas mazelas e erros. É sobre a imagem dos variados interlocutores dos projetos, não todos, mais os principais, o jornalista, interlocutor direto, e o leitor do jornal, que falará a próxima seção, que abordará também a imagem que a *Folha* revela de si mesma nos projetos editoriais.



O JORNALISTA, A *FOLHA*, O LEITOR

Um texto não é obra de um só autor, e é assim com os projetos editoriais da *Folha*. Sua autoria também transcende o escopo formado pelos membros do Conselho Editorial. Um texto não é fechado, nem acabado, nem tem sua autoria limitada; nele várias vozes circulam, se movimentam. São, então, dialógicos porque se originaram do embate entre variadas vozes sociais.

Todas essas vozes deixam marcas no textos, pistas a respeito do “eu”, daquele que enuncia e das vozes que carrega com ele. Ao mesmo tempo, o sujeito do discurso antecipa a resposta do seu interlocutor para argumentar, explorar um assunto, marcar sua presença.

Como documentos de natureza, pelo menos teoricamente, restrita, de uso interno, os projetos editoriais têm, como interlocutor principal, os próprios jornalistas dos veículos de comunicação. Por isso, esta seção não poderia deixar de tratar esse “outro” no discurso dos projetos da *Folha*. Ao mesmo tempo, o leitor do jornal é figura de destaque nas preocupações do projeto e do jornal, tendo sido, inclusive, o personagem principal do principal slogan *publicitário* da *Folha*: “De rabo preso com o leitor”. Em função disso, o “outro” leitor também deve ser alvo da análise desta tese. Por fim, é interessante pesquisar como o jornal vê a si mesmo, como se retrata nas páginas do projeto.

O JORNALISTA

Como já se afirmou mais de uma vez nesta tese, o PE tem como interlocutor primeiro o jornalista que é funcionário da empresa *Folha de S. Paulo* e, portanto, responsável por produzir diariamente o jornal. É com esse interlocutor que os sucessivos PEs travam uma verdadeira batalha na “arena de lutas” que é o discurso.

Para ser o que é, para transmitir o que transmite, para ser produto de fácil e muita vendagem, para atingir o seu leitor/consumidor que, em última instância mantém o jornal, a *Folha* precisa convencer, primeiro, seus jornalistas, os verdadeiros produtores dessa



mercadoria, ainda que seu caráter de empresa a identifique primeiramente com o consumidor do jornal:

A tendência da direção dos jornais é aliciar os jornalistas para seus propósitos. Mino Carta aponta como o Projeto Folha “não mira o leitor a não ser como segundo alvo, mais distante no espaço e no tempo. O primeiro alvo é o próprio profissional da *Folha* a ser moldado a ‘um novo tipo de jornalismo diário’, como dizem os *evangelhos* [grifo meu] da Barão de Limeira. (grifos do autor) (RIBEIRO, 2001, p. 130).

O jornalista é o alvo, o interlocutor direto dos projetos editoriais, situação que se modifica - e que já foi tratada aqui - quando esses textos passam a ser divulgados publicamente. Então, com aquilo que se chamou “contaminação de gênero”, uma vez que, ao invés de apenas documento prescritivo, de uso interno, os PEs passam a funcionar também como material mercadológico, seu interlocutor também muda: em vez de apenas o jornalista ou o público interno, passa a ser, prioritariamente, o leitor.

Como a empresa, uma relação de hierarquia se estabelece entre direção e jornalista e essa relação também está presente na relação autor/interlocutor firmada entre os produtores dos projetos e seus jornalistas. Esta tese não pretendeu discutir as relações de trabalho, a submissão do empregado ao empregador, os novos cenários impostos pela globalização ao emprego e ao salário, no Brasil e no mundo. De forma mais ou menos teórica, mais ou menos elaborada, todos são afetados por essas relações.

O jornalista, entretanto, vive uma situação *sui generis*. Ao contrário de outras profissões de cunho humanístico, como a advocacia, o jornalista não é um profissional liberal, mas assalariado e, por isso, vive as contradições de um trabalho com essa característica. Como lida com as ideias, num espaço de discussão social, com o dever de informar a “verdade” – não com o dever da verdade como bem utópico, mas com o da divulgação de “fatos” que realmente aconteceram – com “isenção” e “imparcialidade”, seu compromisso é com o público, visto, sob sua perspectiva, não como consumidor ou assinante, mas como cidadão. Já a empresa jornalística, um bem privado e não público no Brasil, tem, além da responsabilidade perante o público, também uma responsabilidade junto a seus anunciantes: a responsabilidade de oferecer-lhes visibilidade para, com isso, obter lucros. Nessa relação dialógica, na perspectiva bakhtiniana, o enunciado que compõe um PE pode emprestar determinada posição ideológica de um outro grupo social, em função da conveniência dessa



posição na arena de lutas do discurso. O autor dos projetos, no caso da *Folha*, representante da categoria *empresarial*, por exemplo, pode emprestar da difusa categoria dos leitores determinadas posições caso elas sirvam a alguns objetivos imediatos no jogo de poder com seu interlocutor imediato, o jornalista. Assim como o leitor empresta suas posições ideológicas ao autor, poderiam ser outros a fazê-lo: o mercado, a história ou o próprio jornalista, caso a posição de autoria que se assuma seja convergente com a posição dessa categoria profissional.

O PE encontra-se nesse espaço de antagonismo próprio dos discursos que se pretendem convergentes num ambiente de objetivos diversos. As divergências só não são maiores porque, nestes tempos de economia globalizada, a lógica do sistema capitalista impõe que o assalariado compartilhe dos ideais de lucro da empresa, como se isso o livrasse do estigma de fazer parte de uma parcela de desempregados que aumenta em todo o mundo, principalmente no segmento das comunicações, no qual as inovações tecnológicas têm modificado a concepção de tempo, espaço e acesso à informação.

Apesar desses antagonismos, a *Folha* foi – e continua sendo – uma empresa importante para o trabalho do jornalista, principalmente na fase áurea do *Projeto Folha*. Os depoimentos abaixo foram extraídos do livro de Ribeiro (2001) e sua inclusão, aqui, tem por objetivo mostrar o quanto, naquela época, era necessário para o jornalista da *Folha* identificar-se com a comunidade que, naquele momento, fazia a história do jornalismo brasileiro:

Kotsho atesta que na campanha presidencial de 1989 “era possível sacar quem era da *Folha* pelo jeito de perguntar, de se apresentar; eles chegaram a cortar o cabelo igual ao do Otávio. (RIBEIRO, 2001, p. 137)

Lins da Silva aponta o uso de gravata por quase todo mundo na redação da FSP como “parte da liturgia, como um certo vocabulário, brincadeiras e modo de fazer das reuniões”. (RIBEIRO, 2001, p. 137)

Considerando-se o período de mais de 30 anos estudado por esta tese, vê-se que ele, de certa forma, coincide, no Brasil, com a passagem de um jornalismo artesanal para outro mais industrial, um processo com o qual a *Folha de S. Paulo* colaborou diretamente. O PE de 85 da *Folha* dizia o seguinte: “O jornalismo não é mais artesanato, mas uma atividade industrial que reivindica método, planejamento, organização e controle” (Anexos, p. A-41).



Sobre essa transição, Cavalcanti afirma que:

[...] a passagem do jornalismo artesanal para o industrial provoca transformações não apenas na prática como no perfil do jornalista: não mais o boêmio, mas o que deve se submeter a novas regras. O jornalista romântico passa a ser visto como ineficaz, despreparado para enfrentar as crescentes mudanças, como a racionalização dos processos de produção. Isso não significa que há puramente uma substituição, sai de cena o romântico e entra o racional, o metódico, mas que novas discursividades se abrem, possibilitando, assim, que novos elementos entrem na configuração do imaginário do/sobre o jornalista, na constituição de sua identidade. (2004, p. 70)

Como já se afirmou na seção anterior, a *Folha* cobrava do seu jornalista o desempenho que prescrevia em seus projetos. Logo no projeto de 1981 o documento deixa claro, para “os que optarem por permanecer no núcleo dirigente”, “que se elevará o nível das exigências e solicitações” (Anexos, p. A-21). Logo no ano seguinte, o jornal vai falar que “a opção radical pela independência está exigindo, de todos nós, grandes esforços e sacrifícios” (Anexos, p. A-28), referindo-se à “luta contra o partidarismo” (Anexos, p. A-28). Essa é apenas uma entre as muitas atitudes cobradas pelos projetos. Segundo Cavalcanti,

Nos primeiros documentos, exige-se do profissional a adoção irrestrita de preceitos como a técnica, a organização, a precisão, a neutralidade. Os documentos reiteravam diversas vezes que os profissionais que não adotassem tais regras (a adesão ao projeto) seriam substituídos, o que de fato ocorreu. Nunca houve um período na imprensa em que tantos jornalistas foram demitidos (27 em um único dia), e ainda com a justificativa de não terem qualificações profissionais para continuarem nos cargos (“insuficiência técnica”). Nas palavras de Lins da Silva, um dos mentores do projeto, procurava-se substituir ideologias: no lugar do jornalismo romântico, concebido como uma forma de arte, o jornalismo empresarial, quantitativo. Fica claro aqui onde e em que condições se deu o embate entre as duas formas de conceber o jornalismo. (2006, p. 88)



Duas posturas ficam evidentes nos projetos, desde os primeiros: uma delas é o fato de que, ao dirigir-se ao jornalista, o PE frequentemente adota não a voz da empresa, mas a do leitor, para exigir atitudes e posturas de seus funcionários, ou pelo menos divide com o leitor, em alguns momentos, essa voz de autoria dos projetos; a outra é a tentativa, sempre presente nos projetos, de identificar competência e profissionalismo com desengajamento, principalmente político: É assim desde os primeiros projetos, como o de 82, por exemplo, quando essas duas posturas podem ser verificadas num único trecho:

[...] profissionalismo é sinônimo de desengajamento. É uma luta sem trégua contra o parti pris, contra o preconceito, contra o senso-comum (daí a idéia do “não é o que parece”), contra a falta de clareza e de concisão, contra as informações incompletas ou ambíguas. O leitor espera, do material noticioso e interpretativo (ao contrário do material opinativo), aquele mínimo de isenção jornalística que lhe permita compreender os fatos e suas implicações possíveis ou prováveis.

Em um ano de eleições, é natural que o profissionalismo signifique, sobretudo, a luta contra o partidarismo. (PE 82, Anexos, p. A-27-28)

A impressão que se tem é que o projeto de 82 foi escrito principalmente em função das eleições, para deixar clara a mensagem do apartidarismo, uma vez que a maior parte do projeto é dedicada a esse assunto.

O projeto seguinte, de 84, abandona temporariamente o tema do apartidarismo, até porque esse projeto, que tem como foco as Diretas Já, é bastante atípico no conjunto de documentos da *Folha*, mas não desiste de atribuir ao leitor a responsabilidade pelas inúmeras exigências feitas aos jornalistas. Após elencar um número elevado de atribuições, diz o projeto: “Quem exige esse zelo rigoroso é o interesse do leitor, ele próprio cada vez mais exigente. Nós não temos alternativa exceto a intransigência técnica” (PE 84, Anexos, p. A-36).

O projeto seguinte, de 85, novamente relaciona o apartidarismo com a responsabilidade e o compromisso da *Folha* com seus leitores:

Crítica contra tudo e contra todos porque a Folha é e precisa ser radicalmente apartidária. É imaginário supor que o jornal possa emitir compromissos com este ou com aquele setor ideal da sociedade.



Sociologicamente, a única base social do jornal é o grupo heterogêneo constituído pelos seus leitores. (Anexos, p. A-40)

O jornal precisa ser apartidário porque a base de leitores é pluripartidária. Vamos atravessar um período eleitoral em que esse distanciamento crítico da Folha em relação a partidos e candidatos tem de ser reforçado. (Anexos, p. A-40)

[...] o exercício do apartidarismo não é uma regalia, mas um encargo. (Anexos, p. A-40)

O tema é retomado no projeto de 86: “Vamos preservar a atitude editorial de apartidarismo” (Anexos, p. A-52). O de 88 “esquece” o tema do apartidarismo, que somente será retomado no de 97.

A luta do projeto será, portanto, contra a tendência partidária de seu interlocutor, que se acentua cada vez que se avizinha e transcorre um período eleitoral, e, por, isso, períodos eleitorais são sempre momentos nos quais os projetos são mais incisivos a esse respeito. Se se permite a licença da analogia, esses documentos têm um pouco da função de atuar como uma “voz paternal” que precisa corrigir os excessos e os defeitos dos seus filhos rebeldes, como ocorre no PE de 88, por exemplo:

É preciso cultivar o sentimento de que apesar de todos os avanços ainda há o que fazer; de que apesar de todos os esforços e de todas as lutas – contra o jornalismo chapa-branca, contra o corporativismo profissional, contra a ignorância, contra o populismo, contra as concepções românticas, e provincianas da imprensa – o trabalho mal começou. (Anexos, p. A-57)

Quando relaciona os inimigos contra os quais lutar a *Folha*, de certa forma, atribui indiretamente essas características também a seus funcionários: correriam eles o risco de serem igualmente chapa-branca, corporativistas, ignorantes, populistas, possuidores de concepções românticas e provincianas a respeito da imprensa. Caso contrário, por que o PE, dirigido primariamente aos jornalistas daquele órgão de imprensa, necessitaria afirmar que seria preciso lutar contra determinadas posições, se elas fossem inexistentes na redação do jornal?



Em relação à outra questão apontada acima, sobre a característica do projeto de adotar a voz que se supõe do leitor como sendo a voz da empresa, a voz de autoria, para exigir posturas dos jornalistas, vale a pena também fazer um retrospecto dos projetos. O de 82, por exemplo, quando pede o desengajamento, o apartidarismo dos profissionais da casa, expressa-se da seguinte forma:

O leitor espera, do material noticioso e interpretativo (ao contrário do material opinativo), aquele mínimo de isenção jornalística que lhe permita compreender os fatos e suas implicações possíveis ou prováveis. (Anexos, p. A-28)

Ao utilizar a figura do leitor para expressar essa expectativa, o projeto encarrega o jornalista de uma responsabilidade maior, uma vez que não é apenas a empresa que está exigindo essa atitude. Porém, esse foi o tema recorrente em praticamente todo o documento, conforme já se analisou ao se falar especificamente dele; o que permite deduzir que recorrer ao leitor é um recurso argumentativo que favorece ampliar a responsabilidade e as chances de a prescrição ser atendida. Isso se faz colocando o leitor como autor da prescrição e, por extensão, do próprio projeto: o autor se apropria de uma possível palavra do outro, o leitor, este sim, o interlocutor direto do jornalista.

No projeto de 84, a *Folha* utiliza o termo “legitimidade” para se apropriar de um “mandato” conferido pelo leitor, que teoricamente lhe daria o poder de tomar as decisões e as prescrições expressas nos projetos.

Temos um mandato expresso de quase 300 mil compradores de jornal, renovado a cada dia nas bancas e na não suspensão de assinaturas, para levar esse Projeto adiante. É em nome dos quase 900 mil leitores reais, que estão por trás daqueles 300 mil, que fazemos a **Folha**. É o mandato conferido implicitamente por eles e que eles podem cassar a qualquer dia que legitima as nossas decisões. (PE 84, Anexos, p. A-34)

Outro exemplo é encontrado no projeto de 85, quando a *Folha* explica a sua opção pelo apartidarismo: “o jornal precisa ser apartidário porque a base de leitores é pluripartidária” (PE 85, Anexos, p. A-40). Ou, então, no projeto de 86-87: “A expectativa do



leitor é que o jornal se diferencie pela excelência do produto, o que exige perfeccionismo em todas as fases do trabalho” (PE 86, Anexos, p. A-49)

Concomitantemente com a questão do apartidarismo, a da autoria híbrida *Folha*/leitor perpassa todos os projetos do jornal e tem sua principal tradução em uma das peças publicitárias mais conhecidas até hoje da *Folha*: “de rabo preso com o leitor”, ideia sobre o qual se falará ainda.

A FOLHA

A análise textos dos projetos tem procurado mostrar o diálogo mantido pelos PEs da *Folha* e, por extensão, pelo próprio jornal, representado por seu Conselho Editorial, com alguns de seus interlocutores: os próprios PEs anteriores e posteriores, a conjuntura política e econômica do país e do mundo, as relações internas do jornal com seus jornalistas. O PE 97, por exemplo, é o resultado de diálogos mantidos com os projetos anteriores; é fruto deles e, ao mesmo tempo, também é seu interlocutor. Nesse processo, enunciador e enunciatário algumas vezes se confundem e algumas vezes se opõem. De quem é a voz que exige um jornal apartidário: do jornalista, do Conselho Editorial, da conjuntura política e econômica, do leitor, do consumidor ou do mercado? Quem pede didatismo? Quem pede não apenas informação, mas também interpretação e análise? E com que propósito?

Quem, afinal, é a *Folha*, nesse mar de vozes que transparecem ou são omitidas pelo próprio jornal? Esta etapa de análise propõe-se a identificar, na relação dialógica, o *eu* que se define pela contraposição ao *outro*.

A versão de 1997 possui 3.195 palavras; dessas, apenas três referem-se diretamente ao jornal, como será mostrado a seguir.

A primeira vez em que a palavra *Folha* aparece é no item introdutório do projeto, na primeira oração do primeiro parágrafo, como se pode constatar no trecho transcrito abaixo:

O texto publicado a seguir procura condensar uma série de discussões realizadas no âmbito interno da *Folha*, desde o final do ano passado. O objetivo dessas discussões foi organizar a experiência recente e apontar perspectivas para o futuro do jornalismo brasileiro. (PE 97, Anexos, p. A-63)



No terceiro item do projeto, a *Folha* volta a nomear-se, dessa vez, apenas para se incluir em dados estatísticos sobre o crescimento dos jornais em países emergentes, e em especial no Brasil:

Segundo estimativas da Associação Nacional de Jornais, a circulação de periódicos em todo o país cresceu 21% entre 91 e 96. Se tomarmos como ponto de partida a redemocratização em 1985, a circulação dos quatro jornais de influência nacional aumentou 67% (no caso da *Folha*, 116%); a das duas principais revistas, 135%. (PE 97, Anexos, p. A-66)

Finalmente, no último item do PE 97, a *Folha* volta a falar explicitamente de si no trecho que segue, já citado anteriormente:

Em documentos anteriores a este, a *Folha* cristalizou uma concepção de jornalismo definido como crítico, pluralista e apartidário. Tais valores adquiriram a característica doutrinária que está impregnada na personalidade do jornal e que ajudou a moldar o estilo da imprensa brasileira na última década. Cabe questionar, porém, à luz das transformações sumariadas acima, se a implementação desses valores não deveria passar por revisão também, até com a finalidade de sacudir os automatismos fixados pelo hábito. (PE 97, Anexos, p. A-70).

Em todo o restante do documento, a *Folha* não apenas não se nomeia explicitamente (como ocorre nos excertos selecionados), mas nem ao menos se refere diretamente a si mesma, nem mesmo quando se trata de avaliar procedimentos jornalísticos, fazer prognósticos, descrever objetivos ou desafios. Ao contrário dos projetos anteriores, o de 1997 não utiliza a forma verbal da terceira pessoa do plural; todo o texto utiliza formas verbais impessoais ou a terceira pessoa do singular. Seus comentários são genéricos e aplicam-se (ainda que a própria *Folha* esteja incluída nessas categorias) ao “jornalismo brasileiro”, à “imprensa”, ou a outro termo que a englobe, mas, ao mesmo tempo, não a define como veículo diferenciado, com especificidades e características próprias.

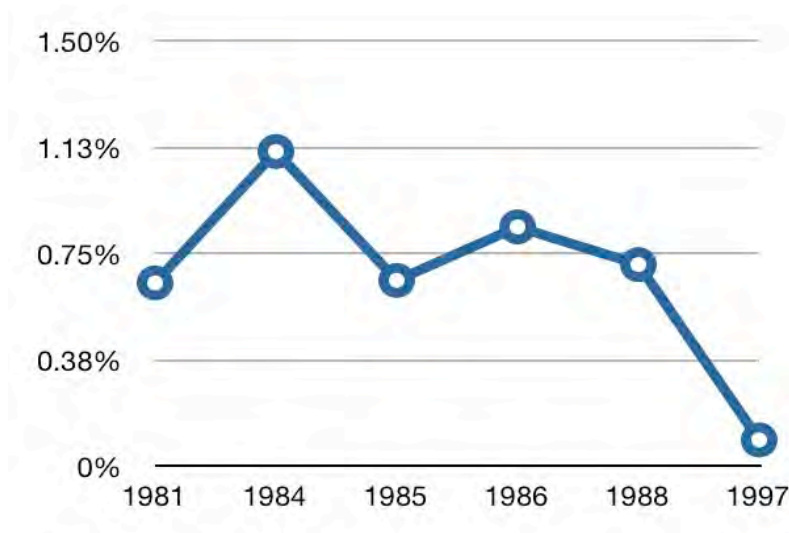
Não era mesmo de se esperar que o documento norteador dos valores de uma empresa jornalística, dirigido à categoria dos jornalistas, que desenvolveram toda uma técnica de texto baseada em princípios como a isenção, a imparcialidade e a objetividade, expresse-se na primeira pessoa, ainda que do plural. O estranhamento, nesse caso, não é a pessoa verbal



utilizada, mas a ausência de seu indiciamento direto e de sua denominação, bem como a generalização, a impessoalidade, até porque esse aspecto representa uma quebra de regularidade em relação aos projetos anteriores.

A título de comparação, tome-se o primeiro PE, datado de 1981 (o documento de 1978 não foi considerado aqui porque não foi disponibilizado na íntegra, e o de 1982 também não foi analisado porque, aparentemente, não se trata de uma versão oficial); aquele documento contém 1852 palavras, sendo que 12 delas são *Folha*; o segundo, de 84, tem 2069 palavras, e, dessas, 23 são *Folha*; o terceiro, de 85, tem 3197 palavras, sendo que *Folha*, referindo-se ao jornal, aparece 21 vezes; o quarto projeto, de 86, traz 15 vezes a palavra *Folha*, num universo de 1774 palavras; e o quinto projeto, o de 1988 e que é anterior ao atual, tem 2946 palavras, sendo 21 *Folha*. A palavra *Folha* também está presente em quatro títulos dos seis primeiros projetos, o de 81 (*A Folha e alguns passos que é preciso dar*), o de 82 (*A Folha em busca do apartidarismo, reflexo do profissionalismo*), o de 84 (*A Folha depois da Campanha Diretas-já*) e o de 86 (*A Folha em busca da excelência*). Os títulos dos projetos de 88 e o de 97 não fazem citar o nome do jornal.

É necessário lembrar aqui que só foram selecionadas as palavras *Folha* numa referência de autoria, ou seja, ao próprio jornal *Folha de São Paulo*, autor de cada PE analisado. Outras incidências dessa palavra, em referência, por exemplo, ao jornal *Folha da Tarde* ou à *Agência Folhas*, foram descartadas. Projetando tais dados numa representação gráfica, percebe-se mais claramente quão dramático foi o apagamento autorreferencial da palavra *Folha* ao longo dos anos:





O que se percebe é que referências específicas ao jornal foram substituídas por termos homogeneizantes, como “jornalismo”, “jornais”, “imprensa”, “jornalismo brasileiro” e outros. Se, nos primeiros projetos, a neutralização ocorria com o mecanismo de subversão de uma pessoa por outra, no projeto de 97, a *Folha* anula não sua autoria, mas as suas especificidades, esconde suas características próprias numa massa amorfa e representa-as por termos homogeneizantes. Muito diferente do que acontecia nos projetos anteriores, como se pode ver nessa oposição de enunciados do projeto de 97 com os anteriores:

A **Folha** já tem, afora as intenções ainda a realizar, intenções já realizadas. (PE 81, Anexos, p. A-20)

Foram relacionados, até aqui, alguns dos desafios que assediam **o jornalismo** de modo simultâneo e sob diversos prismas. (PE 97, Anexos, p. A-68)

Antes da campanha [Diretas-já] era difícil ignorar a **Folha**; depois dela, tornou-se impraticável (PE 84, Anexos, p. A-33)

A evolução do jornalismo brasileiro na década de 80 culminou com o impeachment do presidente da República em 1992, no qual **a imprensa** teve papel determinante. (PE 97, Anexos, p. A-66)

Crítica contra tudo e contra todos porque a **Folha** é e precisa ser radicalmente apartidária. (PE 85, Anexos, p. A-40)

[...] se **o jornalismo** atravessa um período de qualificação, que ultrapassa a ênfase normativa do período anterior [...] (PE 97, Anexos, p. A-70)

A preocupação mais profunda e permanente da **Folha** neste momento é a informação exclusiva. (PE 86, Anexos, p. A-49)

Os **meios de comunicação** têm assegurado grande visibilidade para a linha de reformas liberalizantes observada pelos últimos três governos. (PE 97, Anexos, p. A-71)

Sem esse espírito de insatisfação e de autocritica constante, sem uma vontade perfeccionista de fazer aquilo que já foi bem feito e de inventar novas fórmulas para resolver novos problemas, é perda de tempo trabalhar na **Folha**. (PE 88, Anexos, p. A-57)



Espelhar essa contradição e contribuir para que ela seja transposta, pela integração de seus termos na sociedade de mercado e na democracia política, é provavelmente a principal tarefa **do jornalismo** hoje [...] (PE 97, Anexos, p. A-71)

A necessidade de aparecer abertamente no texto, como acontece nos seus primeiros PEs, ou, então, a pouca referência a si própria verificada no último projeto, é um aspecto intrigante na análise.

Aparentemente, o apagamento verificado em 97 poderia estar relacionado com o amadurecimento da empresa. É como se, na década de 80, o jornal vivesse os tumultos comuns da adolescência e, só mais tarde, fosse encontrar seu eixo definitivo, sem necessidade de ficar alardeando suas qualidades. Esse documento marca também o maior período entre um projeto e outro, após a confecção do primeiro, em 1978. Vale notar que já se passaram mais de quatorze anos desde o último projeto.

O projeto de 97 é não apenas uma resposta aos projetos anteriores, mas também o amadurecimento deles. Em 86, por exemplo, o texto dizia que “a preocupação mais profunda e permanente da *Folha* neste momento é a informação exclusiva” (PE 86, Anexos, p. A-49). Já em 97, a postura tinha uma ponta de autocrítica, e analisava três tipos de apreciações negativas feitas à imprensa: de que ela seria superficial, invasiva e pessimista. Em relação à terceira, relacionada justamente à informação exclusiva, diz o PE 97:

Tangida pela competição à busca do “furo pelo furo”, permeada por uma atmosfera de descrença reinante nas redações, a imprensa adota uma linha destrutiva – daí o seu alegado pessimismo. (Anexos, p. A-67).

O furo de reportagem, ou a informação exclusiva, pressupõe uma ação competitiva de sair na frente com a informação, divulgá-la antes dos concorrentes, o que talvez gerasse a autocrítica do jornal, referindo-se à “atmosfera de descrença presente nas redações”. Ao evitar essa atitude de superioridade em relação aos concorrentes, não apenas de conseguir informações exclusivas, até porque essa postura é historicamente relacionada ao jornalismo de qualidade, mas a um comportamento mais arrogante de se considerar o único jornal a fazer um bom trabalho no país, a *Folha* pode ter apagado, no seu discurso, tantas referências diretas a si mesma.



Como já se disse aqui, o “eu” identificado por esta análise no projeto de 1997 é o de um jornal mais maduro, que não precisa se reafirmar a cada momento colocando-se à frente dos outros veículos, autoelogiando-se, conforme exemplos mostrados durante todo este trabalho, de tentativas do jornal reafirmar, a todo o momento, seu pioneirismo e sua liderança no mercado jornalístico, ainda que essas manifestações positivas sobre si mesma sejam permeadas por várias doses de autocritica. No último projeto, entretanto, tanto os pontos positivos quanto os negativos do jornalismo e da imprensa são dirimidos num todo genérico, e mal se percebem as opiniões do jornal acerca de si mesmo, apenas eventualmente, como quando o projeto cita o crescimento da circulação de periódicos em todo o país: “a circulação dos quatro jornais de influência nacional aumentou 67% (no caso da *Folha*, 116%)” (Anexos, p. A-66). Assim, o que o jornal é, aquilo em que acredita, a visão que tem de si mesmo ficam claros apenas quando se observa o que ele afirma e nega sobre a imprensa em geral.

Outra hipótese para esse aparente apagamento pode estar também no seu sentido inverso: a identificação da *Folha* desaparece porque agora ela não fala mais apenas por si mesma, mas por todo o jornalismo brasileiro. É como se o processo iniciado no fim da década de 70 tivesse tomado uma proporção tão grande que as orientações do jornal já se tivessem tornado unanimidade ou, pelo menos, referência para todo o jornalismo brasileiro. Assim, o PE refletiria a ascendência da *Folha* sobre os outros jornais – sabe-se que seus métodos foram adotados por inúmeras escolas de jornalismo do país – não mais como um argumento, mas como um fato consolidado.

Só que no PE de 97 essa característica se faz presente não apenas nas qualidades e nas novidades que a *Folha* introduziu no jornalismo brasileiro, mas também há uma generalização no que se relaciona com os problemas enfrentados pelo jornal, como se explicita no exemplo a seguir, no qual a *Folha* identifica uma característica atribuída, muito mais que aos outros veículos, a ela mesma: “Tangida pela competição do ‘furo pelo furo’, a imprensa adota uma linha destrutiva – daí seu alegado pessimismo” (Anexos, p. A-67). Talvez nenhum outro jornal como a *Folha* tenha sido tão condenado pela sua ânsia do ‘furo pelo furo’ ou por seu ‘pessimismo’.

Ao mesmo tempo, é a partir daquilo que prescreve, que propõe para si, que se pode inferir aquilo que lhe falta. Por exemplo, ao pregar a necessidade de ‘desestatização’ de seu noticiário, supõe-se que a *Folha* ainda se vê como um jornal que enfatiza as versões oficiais; ao propor a transição de um texto “estritamente informativo, tolhido por normas pouco flexíveis, para um outro padrão textual que admita um componente de análise e certa



liberdade estilística” (PE 97, Anexos, p. A-68), infere-se que a *Folha* ainda não dá liberdade estilística e não permite maiores doses de análise em seus noticiários. A análise dos PEs anteriores e do seu *Manual de Redação* permitem concluir que essa característica, com a qual agora quer romper, foi uma orientação do próprio jornal em épocas anteriores.

O LEITOR

No quadro teórico do Círculo de Bakhtin, as relações dialógicas devem ser entendidas como os processos de interlocução em que o *outro* não é visto como um simples receptor. A enunciação que se estabelece, citando Voloshinov (1976, p. 112), é o produto da interação de dois indivíduos socialmente organizados e, mesmo que não haja um interlocutor real, ele pode ser suposto como um representante médio do grupo social ao qual pertence o locutor.

A própria definição que o Círculo de Bakhtin propõe para *enunciado* já contém a presença do *outro*. Diz(em) Bakhtin-Voloshinov:

A palavra dirige-se a um *interlocutor*: ela é função da pessoa desse interlocutor: variará se se tratar de uma pessoa do mesmo grupo social ou não, se esta for inferior ou superior na hierarquia social, se estiver ligada ao locutor por laços sociais mais ou menos estreitos [...] (1999, p. 112)

Como pensar, então, a relação dialógica entre um jornal e seu público? No caso de um jornal impresso, como a *Folha*, cabe também perguntar: o jornal é aquele que fala sem interlocução, que traz em suas páginas informações, opiniões, omissões, pontos de vista, independentemente dos pontos de vista, opiniões e omissões de quem o lê? Num primeiro momento, poder-se-ia dizer que sim, uma vez que é o jornal que, aparentemente sem pedir licença, entra diariamente na casa de seu leitor.

Nesse sentido, ficaria difícil falar em interlocução. Mas não é o que deveras acontece. No caso da *Folha* e dos demais veículos de comunicação impressos da iniciativa privada, o primeiro indício de interlocução real é o pagamento pelo produto jornal. Nesse sentido, o leitor seria um consumidor e a *Folha*, uma mercadoria.



Essa concepção legítima pensar que, por meio do pagamento, o leitor dá a sua primeira permissão para que o jornal se posicione desta ou daquela forma, algo como um salvo-conduto ideológico, segundo faz entender a *Folha*. Foi, afinal, o leitor quem permitiu que, diariamente, no caso dos assinantes, se estabelecesse esse ato de interlocução e, por que não dizer, de afetividade?

Ainda que sob o ponto de vista de consumidor x produto, pode-se falar em afetividade na relação do leitor com seu jornal. Como outros objetos do querer do consumidor, ele pode identificar seu veículo de comunicação em meio a tantos outros, com uma simples passada d'olhos. O leitor desenvolve um sentido de familiaridade e um sentimento de intimidade por seu projeto gráfico, seu tamanho, sua relação entre texto, fotos e infográficos, caso os haja. Essa distinção também o faz se *sentir próximo* de outros leitores do mesmo veículo e, portanto, *parte integrante* de uma comunidade composta por eles; já a direção do jornal, *reagindo*, ou seja, *respondendo* a esse sentimento, por sua vez também destina ao veículo comportamentos de afetividade, que podem ser traduzidos por algumas atitudes ou atendimento de expectativas, expressas desde a escolhas editoriais quanto gráficas até outras ações como uma distribuição eficiente, afinal, quem já não se irritou com o entregador displicente que atrasa a entrega do jornal? Exige-se do jornal pontualidade, fidelidade, que corresponda às expectativas que levaram determinado público a aceitar a entrada diária daquele veículo em suas vidas.

Pode-se até afirmar que o jornal é, muitas vezes, e só aparentemente, espelho de seu leitor. Um reconhece-se no outro. O primeiro tenta reproduzir os anseios do segundo que, por sua vez, sente-se identificado nas páginas do jornal ao detectar abordagens que coincidam com a sua visão de mundo, o que nem sempre acontece, uma vez que não é possível agradar sempre um público heterogêneo e diversificado. Em qualquer caso, há um processo de responsividade, nem sempre harmônica, mas certamente dialógica.

Os valores e os gostos do consumidor e a escolha do veículo de comunicação de sua preferência colocam o leitor numa espécie de comunidade de gostos, compartilhada por milhares de outros cidadãos.

O leitor é, em tese, aquele que garante a existência do jornal. A notícia, modernamente considerada uma mercadoria, adquiriu esse *status* não apenas porque passou a ser objeto de consumo e, portanto, descartável, mas também porque é o produto que, na sociedade industrial de consumo, deve ser projetado a partir da necessidade que os consumidores têm dele, e deve ser revestido com elementos da preferência deles, em matéria de cores, volume,



tamanho, sabor, cheiros, conteúdos, etc. Conforme acentua Frias Filho, secretário de Redação e um dos herdeiros do *Grupo Folhas*, “a ideia de que o jornal deveria se nutrir única e exclusivamente do seu mercado foi realmente posta pela empresa em prática e garantiu a ela uma autonomia editorial muito grande” (depoimento de Frias Filho, em ABREU; LATTMAN-WELTMAN; ROCHA, 2003, p. 365).

Mas quem são os leitores da *Folha*, que permitiram ao jornal crescer de forma autônoma, ao contrário de jornais que precisaram submeter-se ao Estado para sobreviver?

Segundo o Datafolha, em 1988, 28% dos leitores da *Folha* tinham mais de 50 anos. Em 2000, seu leitor síntese tinha formação superior, era casado e o grupo com mais de 50 anos já perfazia 41% do total dos leitores no estado de São Paulo. Esse movimento deu-se sobretudo pela queda na participação dos mais jovens (até 29 anos).

Em 2001, a *Folha* identificava o seu leitor médio como pertencente à faixa dos 40 anos. Além disso, esse leitor-síntese teria formação superior, seria casado, estaria empregado no setor formal da economia, teria renda individual na faixa que vai até 15 salários mínimos e familiar que ultrapassa os 30 mínimos. Faria parte da classe A ou B. Seria católico, possuiria TV por assinatura e utilizaria a Internet.

Em 2007 o leitor-síntese da *Folha* tinha as seguintes características: 90% pertenciam às classes A e B; 69% liam revistas e 57% buscavam notícias na internet.

A comparação com o levantamento realizado em 1997 mostra um declínio na proporção de católicos: embora continuassem sendo a maioria do leitorado, houve uma diminuição de dez pontos percentuais (de 65% para 55%) e um aumento dos que se declaravam sem religião (de 10% para 18%). Outras mudanças notadas nesse ano de 2007 aconteceram no campo político. Cresceu a desilusão com os partidos – a maioria, 57%, declarou não ter simpatia por nenhum deles (em 2000, eram 45%) –, houve um aumento dos tucanos (passaram para 18% dos leitores) e uma perda de 21 pontos percentuais dos petistas (caíram de 34% para 13%).

Com base em dados dessas pesquisas, a *Folha* muda, recua ou reforça suas diretrizes. Por identificar, por exemplo, um leitor de nível superior, pode incluir temas mais herméticos ao grande público que os abordados pelos noticiários das emissoras de televisão, por exemplo. Exige de seus jornalistas, porém, a utilização de recursos visuais e de linguagem mais condizentes com públicos que pouco apreciam a leitura, ou que dispõem de pouco tempo para ela. A ênfase na necessidade de didatismo, por exemplo, reforça essa possibilidade. Ao mesmo tempo, num determinado momento, ao propor a transposição de um texto menos



informativo e mais analítico, é como se o jornal confiasse mais na capacidade de seu leitor receber uma opinião sem se chocar e/ou sem se deixar levar por ela.

Segundo pesquisa do jornal, esse leitor teria uma visão “mais liberal” (assim mesmo: entre aspas) da sociedade. Nesse sentido, pode-se formular uma primeira pergunta: o leitor lê a *Folha* porque a *Folha* é um jornal liberal ou a *Folha* é um jornal liberal para agradar seus leitores e, assim, vender seu produto? A *Folha* desenvolve um jornalismo crítico, apartidário e pluralista ou é o seu leitor que, preso numa massa amorfa e com identificação da média ponderada, é composto por indivíduos de vários partidos, embora de origens, em sua maioria, neoliberais, de várias opiniões, e crítico, sem dúvida, até porque pertencente a uma faixa da população que conta com renda média alta e com ensino superior?

Vale lembrar que, em seus PEs, em sua dimensão de manual de conduta voltado aos jornalistas da empresa, a *Folha* já se dizia liberal desde 1981. Seus projetos preconizam a defesa do mercado, e o jornal coloca o mercado como seu único servo, até mesmo ao chamar seu leitor de consumidor explicitamente.

De qualquer forma, dado que o objetivo é apontar uma relação de interlocução entre leitor e empresa, vale a pena fazer uma rápida volta ao passado, para identificar se essa característica de antecipar tendências de seus leitores e assimilá-las é uma atitude padrão do jornal.

Historicamente, a *Folha* é reconhecida como uma empresa com característica de antecipar tendências e amoldar-se a novas circunstâncias sempre que os fatos assim o exigissem. Seus sucessivos projetos editoriais e gráficos mostram essa faceta.

Muitas fases do jornal mostram isso, mas a mais conhecida foi certamente a defesa do ao movimento das Diretas Já. A *Folha* vinha de uma fase, durante a ditadura militar, em que seu comportamento frente à política brasileira foi considerado, inclusive por seus diretores, “anódina”. Não houve, como foi o caso do jornal *O Estado de São Paulo*, nenhum tipo de enfrentamento, discordância ou qualquer outro posicionamento desse tipo nos anos de ditadura militar.

Esse posicionamento do jornal – ou falta dele – foi mudando gradativamente a partir da fase de abertura política do país, e ficou consolidada por ocasião do movimento pelas *Diretas*, quando o jornal não apenas noticiou à exaustão os fatos relacionados ao movimento, mas se posicionou francamente favorável a ele, sendo que, no dia da votação da emenda Dante de Oliveira, publicou, na sua primeira página, foto de dezenas de representantes da sociedade civil, sobre o piso de cobertura do edifício do jornal, que se posicionavam a favor



das *Diretas*. Foi a fase do crescimento mais expressivo da história do jornal, mas ainda assim, pode-se perguntar: o jornal aderiu a uma posição política e, por isso, arrebatou novos leitores ou ele apenas curvou-se a um anseio irrefreável e irreversível que vinha das ruas?

Como enunciar é manifestar valores, é importante atentar para o fato de que o único projeto que utiliza o termo “consumidor”, antes do de 97, é o de 85 e, mesmo assim, para referir-se ao tipo de “prestação de serviços” que não se confunde com o jornalismo clássico. No projeto de 85, a menção é feita quando o documento se refere às variadas editorias do jornal, ao tratar dos seus suplementos, como os de “Veículos”, “Turismo”, “Empregos”, etc.:

Nos suplementos, a dimensão do serviço deve desfrutar de um predomínio decidido. Eles representam prestação de serviço diretamente do consumidor: informações sobre imóveis ou empregos, viagens ou passeios turísticos, produtos eletrônicos, automóveis, bens e serviços ligados à vida e à casa moderna. (PE 85, Anexos, p. A-46)

Tal não é o mesmo enfoque do PE de 97: ali, usa-se o termo “consumidor” para referir-se ao leitor, porém numa perspectiva de que o leitor é aquele que consome a mercadoria “notícia”, “informação”, “opinião”, “análise”.

O termo é utilizado nos trechos do projeto abaixo transcritos:

Tais grupos [empresas locais que se associam a investimentos estrangeiros] tendem a acumular poder e por isso sofrem restrições mesmo nos países onde a legislação econômica é considerada liberal. No entanto, sendo sua lógica a do mercado, voltada para o atendimento de demandas que remunerem, o risco parece ser menos o de manipulações conspiratórias contra o público do que o de uma atitude, crescente nos meios de comunicação em geral, que se limita a espelhar as expectativas de um **consumidor** estatisticamente médio. (grifo nosso) (PE 97, Anexos, p. A-65)

Fala-se em direito à não-informação, sintoma de um público que se ressentia não já da falta, mas de um excesso inassimilável de dados, de uma verdadeira cacofonia da comunicação.

A proliferação da oferta acirra a disputa pelo tempo do **consumidor**. (grifo nosso) (PE 97, Anexos, p. A-65)



Há uma grande massa de informações, para não mencionar o trabalho analítico em torno delas, que o **consumidor** não precisa receber em ritmo mais frequente do que o diário. (grifo nosso) (PE 97, Anexos, p. A-65)

Pode-se objetar que parte desse crescimento não decorreu do aumento dos leitores, mas de **consumidores** atraídos por promoções ou descontos vinculados à compra do produto. (grifo nosso) (PE 97, Anexos, p. A-66)

O último excerto refere-se à prática, adotada pela *Folha*, de incorporar à venda dos exemplares produtos como enciclopédias, dvds, cds, coleções de literatura e outros atrativos para seu público, novamente uma forma de se modernizar e de incorporar novidades mercadológicas ao processo jornalístico. Tal característica do jornal, a de amoldar-se às circunstâncias, está relacionada de maneira direta a uma prática mercadológica que utiliza preceitos do jornalismo, tais como isenção, imparcialidade e outros, como estratégia de venda de um produto: a informação.

Apesar da pluralidade manifestada por seus sucessivos PEs (o jornal consegue o feito de reunir colunistas de origens político-ideológicas díspares), a *Folha* tem um objetivo comum na sua proposta: o mercado. Os projetos, apesar de defenderem princípios caros aos ideais do jornalismo - como os da isenção, do apartidarismo, da objetividade, da fidelidade da informação, da crítica, etc. - sempre procuram lembrar ao jornalista que sua atividade está sujeita às leis do mercado, nesses termos.

Esse aspecto - apesar da carga negativa que certamente o termo contém, numa atividade como o jornalismo, na qual ganha credibilidade o veículo que se distancia do mercado, porque essa atitude está relacionada com a característica de isenção - também legitima a opção da *Folha*, manifestada em um de seus *slogans* mais conhecidos, de ter “o rabo preso com o leitor”.

A escolha por um padrão de atuação, que identifica leitores com “consumidores”, permite ao jornal declarar-se como atividade empresarial e não cultural, como muitas vezes é encarado o jornalismo. Silva, considerado por Azenha um “americanófilo” (AZENHA, 1991, p. 13), ressalta que é:

[...] interessante comparar o período histórico em que se deu o início da efetiva profissionalização das redações nos jornais americanos e quando ela ocorre no Brasil. A conclusão a que se vai chegar é que essa é uma das



últimas áreas em que a influência americana se faz sentir. Ela ocorre muito tempo depois da influência na filosofia, no estilo, na legislação e na ética.

Na verdade, em 1990, ela ainda está em seus primórdios, como se pode observar na polêmica que a implantação do “Projeto Folha” causou no jornal *Folha de S. Paulo*. O fato de se encarar com naturalidade que o jornal é um produto de mercado e que sua produção deve obedecer a princípios de organização em muitos aspectos similares aos de qualquer indústria, ainda é considerado por boa parte dos jornalistas brasileiros como blasfêmia. Nos Estados Unidos, o consenso em torno dessa constatação já estava tão estabelecido no princípio deste século, que Edwin Shuman podia escrever em 1903 sem problemas 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”. (SILVA, 1991, p. 138-139)

O depoimento de Silva corrobora o esforço demonstrado pela *Folha*, nos sucessivos projetos editoriais, em sua posição de empresa, para convencer seus jornalistas a aceitarem essa postura de sujeição ao mercado. Portanto, a história de mudanças que marcou o jornal, desde 1921, com sua criação sob o nome *Folha da Manhã*, até sua assunção como empresa que identifica seu leitor como consumidor, pode ser vista mais como um reflexo de mudança da sociedade brasileira e uma estratégia mercadológica do que uma crença em formar opiniões sob os auspícios de valores éticos, políticos e morais.

A *Folha*, assim como outros veículos de comunicação, é responsável por veicular, numa corrente de transmissão em que múltiplas vozes se misturam (o mercado, a política, os poderes instituídos, os componentes de sua esfera de atividade, o leitor), sua forma de enxergar o mundo e seus processos, ou ainda de adotar como sua a forma como seus leitores enxergam o mundo e os processos dos quais participam e que o constituem. Os projetos mostraram que, em alguns momentos, algumas dessas vozes tem um poder de influência ideológica maior do que outras, como foi o poder político durante alguns momentos de eleições, ou o poder sindical, após a greve dos jornalistas de 79 ou, ainda, o poder do público, quando a *Folha* decide aderir ao projeto Ruth Clark. As pressões que essas vozes exercem na direção da *Folha* se manifestam nos projetos que, por sua vez, aparecem nas páginas do jornal.

Pela análise dos PEs, pode-se, ainda, observar que o jornal entende sua atividade como uma empresa enxerga a mercadoria: com orgulho de estar fazendo o melhor para vender mais,



de acordo com os anseios de seus consumidores, sem, no entanto, jamais abrir mão daquilo em que acredita, ou seja, a manutenção de um controle de qualidade compatível com a sua relevância no cenário nacional, assim como o dono de uma loja de departamentos agiria em relação ao produto que vende.

Apesar de sua ênfase no mercado, a *Folha* diz não permitir-se a utilização de recursos chamados sensacionalistas e utilizados por uma parte da imprensa, com o objetivo único de vender jornal, pelo menos em se tratando do principal jornal da empresa; basta lembrar que a *Empresa Folhas* foi proprietária, durante anos, do jornal *Notícias Populares*, um ícone do jornalismo sensacionalista no país.

O que nem sempre transparece é que ser identificada com o jornalismo sério, que evita adjetivos e sensacionalismos, com textos objetivos e imparciais, etc., não a faz contrapor-se, em tudo, ao jornal sensacionalista, já que a motivação de ambos é atrair o leitor, um com o apelo fácil do sexo e do sangue e outro com o *status* de ser restrito a um público selecionado, exigente e politicamente correto.

No discurso dos projetos, o jornal possui um mandato conferido pelo leitor, sobretudo quando afirma que é ele quem define sua política editorial, que lhe dita posturas e formas de cobertura, e isso, para a *Folha*, traduz-se em signo de independência editorial.

Como manter a liberdade editorial, quando ela se contrapõe às leis do mercado? A resposta é simples e não traz em si nenhum paradoxo: quando a *Folha* se refere ao leitor, por exemplo através de seu mais famoso *slogan*, “De rabo preso com o leitor”, ela refere-se não ao cidadão, ao sujeito, ao agente ativo de seu próprio destino, mas àquele que “consome”. Rabo preso induz a pensar num termo disfórico, que assume identidade com uma ligação ilícita, espúria, sem autonomia. O efeito quebra-se quando a frase se completa: “Rabo preso”, sim, porém, “com o leitor”, cuja função, ali, é evidentemente a de redimir e neutralizar a disforia do primeiro sintagma, e, mais ainda, operar uma conversão absoluta, pois o que era disfórico, torna-se, agora, eufórico, já que o leitor é o valor máximo instituído pelo jornal. O que a frase opera é uma ilusão mercadológica, que ilude precisamente o leitor, com quem ela afirma ter o rabo preso. E é ilusão, porque se refere ao aspecto “consumidor” do leitor, e não ao seu aspecto “sujeito”. Não que a *Folha* deixe de cumprir uma das principais características daquilo que prescreve como bom jornalismo, que é *formar, informando*. Isso ela faz como outros jornais, ou, ainda, muitas vezes melhor. Ela prioriza o consumidor, no sentido de ser ele quem define o jornal.



A frase “De rabo preso com o leitor” também ilude num outro aspecto, porque *leitor*, no projeto, é sinônimo de *consumidor*, e não de parceiro ou cidadão, a menos que, é claro, se considerem os três termos sinônimos, em algum nível.



DISCURSO VERBAL E NÃO VERBAL: O PROJETO GRÁFICO

É difícil dissociar uma reforma editorial de uma reforma gráfica. Sempre que há alterações editoriais em um veículo de comunicação como a *Folha*, há também alterações de tipos gráficos, fotos, infográficos, etc.

Principalmente no projeto de 1985, que foi baseado no jornal *USA Today*, quando a *Folha* introduziu elementos que supervalorizavam a imagem, motivados pela concorrência do que ela considerava a “ameaça televisiva”, ou mesmo antes, quando a necessidade de didatismo impunha a presença de boxes, gráficos e infográficos nas páginas do jornal, era de reforma gráfica que se tratava, ainda que isso significasse também alterações editoriais.

Sob o comando de Cláudio Abramo, na década de 70, e sobretudo depois, com os sucessivos PEs, a *Folha* implementou diversos projetos gráficos. Ao contrário dos PEs, eles não são apresentados em textos, muito menos divulgados ao público. Em 2000, 2006 e 2010, as reformas gráficas foram noticiadas pelo jornal, e esse material jornalístico consta também dos *Anexos* deste trabalho. A reforma de 2010, particularmente, foi alvo de uma propalada campanha publicitária e, por isso, merece uma abordagem mais detalhada neste capítulo.

O importante é ressaltar que, até há algumas décadas, a mudança de um projeto gráfico era um acontecimento de grande porte para qualquer veículo de comunicação impresso, dada a estrutura de pessoal e de maquinário que se exigia para a empreitada. Nos últimos anos, em função das demandas e do ritmo alucinante das inovações tecnológicas e de *design* gráfico, as mudanças nem sempre são anunciadas, ainda que, de tempos em tempos, como estratégia de *marketing* ou por questões de ordem interna, o jornal opte por apresentar uma reforma ampla e radical.

A ABORDAGEM DA LINGUAGEM NÃO VERBAL NOS PES

Os PEs de 1981, 1982 e 1984 não fazem referência direta à parte gráfica. O conteúdo deles é basicamente editorial, e abriga componentes que podem ser definidos como mais



filosóficos, do ponto de vista jornalístico. Em apenas um momento, no projeto de 1981, e, ainda assim, de forma indireta, há uma referência a projeto gráfico, no seguinte trecho: “Nunca será demais afirmar que a ossatura de um jornal, o que lhe sustenta o corpo dando-lhe consistência e forma, são as reportagens, os textos noticiosos e as fotos de boa qualidade” (PE 81, Anexos, p. A-22).

Isso não significa, entretanto, que a linguagem gráfica, uma linguagem não verbal, não fosse, já naqueles tempos, uma preocupação do jornal. Em 84, o primeiro *Manual de Redação* já trazia orientações precisas a esse respeito e, naquele mesmo ano, durante a campanha das eleições diretas, diversas primeiras páginas do jornal surpreenderam em termos de *design* ao exibir fotografias de quase página inteira com fotos da multidão na Praça da Sé. Mas, apesar de já inovar nas páginas dos jornais, a questão gráfica ainda não era tratada de maneira direta pelos PEs, nem como constatação de procedimentos nem com apresentação de orientações prescritivas.

Nesse sentido, vale mais uma vez recordar que, apesar da postura de planejamento de ações assumida pelo jornal, quer no campo editorial quer no gráfico, as modificações nas últimas décadas sucedem-se em grande velocidade. Como já se afirmou, o ano de 1985 é consensualmente considerado aquele em que a *Folha* passou a aderir ao modelo do jornal americano *USA Today*; isso não significa, porém, que muitas das inovações daquele veículo já não estivessem presentes em suas páginas antes disso. A adesão àquele modelo estrangeiro não partiu de uma decisão abrupta, mas foi um processo gradativo, assim como o projeto Ruth Clark, que afetou toda a imprensa mundial antes mesmo de se consolidar de maneira efetiva no *USA Today*, provavelmente já tivesse afetado a *Folha* e outros jornais pelo mundo todo, muito tempo antes, e a alta incidência da palavra *leitor* no projeto-*Folha* de 1981 pode já ser um reflexo dessa influência.

Coincidência ou não, foi justamente no projeto de 1985 que a questão gráfica aparece nos PEs da *Folha* de forma direta. O quarto parágrafo desse projeto, logo após sustentar que o jornal se caracteriza como uma publicação com imagem pública ostensivamente diferenciada, define-a deste modo: “Por imagem pública devemos entender a unidade formada pelo corte ideológico das preocupações do jornal, pelo seu estilo editorial e pela sua fisionomia plástica” (PE 85, Anexos, p. A-39).

A importância de que se reveste essa questão para a *Folha* faz-se presente naquele projeto, o que pode ser demonstrado, quando se deparam enunciados como estes:



O didatismo deve estender-se também à disposição visual do que é editado. Precisamos consolidar e homogeneizar os recursos gráficos para identificar o que é informação factual, o que é texto de análise ou interpretação, o que é texto de memória, o que é texto de ambiente, o que é texto de serviço.

Temos que mudar a nossa mentalidade em relação a quadros, mapas, gráficos e tabelas. Até aqui eles vinham sendo utilizados como complemento eventual do texto. Agora eles passam a ser considerados como o meio de expressão sintética e veloz por excelência.

A rigor, tudo o que puder ser dito sob a forma de quadro, mapa, gráfico ou tabela não deve ser dito sob a forma de texto. Assim como a foto, aqueles recursos gráficos devem usufruir de uma dignidade igual à do texto, desempenhando funções dão [sic] destacadas quando as dele.

E não compete apenas à Editoria de Arte zelar por essa diretriz: trata-se de uma preocupação a ser compartilhada com a direção e com a própria reportagem. (PE 85, Anexos, p. A-42)

Note-se que a importância da linguagem não verbal é tanta nesse período que o projeto sugere compartilhá-la não apenas com a reportagem mas também com a direção do jornal. O projeto de 1986 dá continuidade a essa preocupação com a aparência do jornal, ainda que de forma um pouco menos incisiva, se comparada com a preocupação editorial no quadro geral do documento:

É preciso empregar soluções de edição que sejam plasticamente boas e, ao mesmo tempo, suscetíveis de aplicação rápida e prática. Precisamos melhorar a utilização que fazem do modelo gráfico atualmente adotado pela **Folha**. Precisamos aumentar a presença e a qualidade técnica, estética e de legibilidade de fotos, gráficos e ilustrações do jornal, terreno em que obtivemos progressos mas ainda há muito trabalho a fazer. (PE 86, Anexos, p. A-52)

O que esse excerto ressalta, além das prescrições, é que apesar de ter sido uma preocupação recente, o modelo gráfico da *Folha* já tinha obtido progressos, ainda que muito ainda precisasse ser feito, de preferência soluções de “aplicação rápida e prática”. Esse processo, que o jornal quer incrementar com rapidez – o que seria feito nos próximos anos –, é enfatizado pelas palavras “melhorar” e “aumentar” e pela ênfase no verbo “precisar”, uma vez



no impessoal e duas na primeira pessoa do plural, que encarregam da incumbência toda a equipe que produz a *Folha*.

O projeto de 88 lembra os avanços estéticos propostos pelo Manual de Redação de 1984, cita algumas das prescrições que já foram assimiladas pelo jornal, a partir do *Projeto Folha*, e menciona os próximos desafios estético-informacionais do jornal:

A primeira edição do Manual, de setembro de 1984, já dizia que “tudo o que puder ser dito sob a forma de mapa, gráfico ou tabela não deve ser dito sob a forma de texto”. Fomos pioneiros na valorização desses recursos. Eles ocupam hoje uma posição de destaque no conjunto de cada edição da *Folha* e são reconhecidos como instrumento altamente eficaz para tornar a leitura dos jornais mais atraente, mais rápida e mais proveitosa. Foi à custa de muito esforço que esses recursos se impuseram e hoje aparecem ao lado dos textos, em pé de igualdade com eles – mas ainda francamente integrados a eles. Os recursos de arte não constituem apenas um complemento do texto; devem formar um todo com ele e a preocupação do arte-finalista com a reportagem deve ter por contrapartida uma idêntica preocupação do jornalista com o aproveitamento ao menos de parte das informações que ele apurou sob a forma de tabelas, quadros, gráficos etc. O restante da imprensa diária está, ainda, num estágio muito primitivo de confecção do seu material iconográfico. Esta situação tende a se modificar rapidamente e mais do que nunca é necessário investir, agora, na qualidade do acabamento e na eficácia da concepção dos nossos mapas e quadros, que são tantas vezes deficientes. Raciocínio semelhante vale para a fotografia, terreno em que a *Folha* experimentou considerável progresso recentemente. Incorporamos ao procedimento do fotojornalismo padrões que até então estavam reservados à fotografia artística: ângulos e enfoques diferenciados; ênfase no detalhe das fotos de esportes; fórmulas para que as fotos de jornal expressem mais do que mera imagem e se entrelacem com o significado do evento a que essa imagem está ligada; interesse maior por imagens de beleza plástica e de efeito inusitado, ainda que sua temperatura noticiosa seja baixa. Também aqui é preciso depurar os avanços realizados; evitar com igual energia tanto o retorno ao fotojornalismo convencional como o exagero que consiste em esquecer que num jornal tudo o que se publica deve ser informação. (PE 88, Anexos, p. A-58)



Como se vê nesse longo trecho, o projeto de 88 detalha essa preocupação da *Folha* com a imagem, a parte gráfica, sua aparência plástica, sua linguagem não verbal, enfim. Vê-se que é uma tendência crescente nos projetos editoriais, nos manuais e na frequência de implantação dos projetos gráficos. É justamente nesse documento de 88 que pela primeira vez um projeto editorial irá tratar, explicitamente, de uma reforma gráfica, de seu transcurso, aplicação e funcionalidade para o escopo do jornal:

Desde 1987 está em estudos uma reforma gráfica do jornal. Ela será um desdobramento natural da história gráfica da *Folha*, congruente com a fisionomia que o jornal desenvolveu ao longo das últimas décadas e ao mesmo tempo pragmática do ponto de vista da produção industrial das edições. Permitirá que se identifiquem plasticamente os vários tipos de texto – factual, de apoio, de interpretação e comentário etc. Com a implantação paulatina dessa reforma, esperamos que o jornal passe a dispor de um arcabouço gráfico capaz de sustentar seu desenvolvimento na próxima década. Nos primeiros meses de vigência deste texto do Projeto Editorial, o mais importante passo dessa reforma deverá ser implantado: a modulação, procedimento que vai tornar irresistível a industrialização do *design* das páginas e que será também, mais cedo ou mais tarde, seguido pelos outros jornais. (PE 88, Anexos, p. A-58)

A modulação tratada nessa citação refere-se a um sistema utilizado para facilitar a diagramação. Por esse sistema, cada página é dividida em módulos de centímetros por colunas pré-definidos e que, como previa a *Folha*, foi seguido pelos outros jornais. Hoje as agências de publicidade já fazem seus anúncios nas medidas desses módulos, fixos para todos os jornais. Também as notícias são produzidas respeitando-se esses módulos-padrão, permitindo que o jornal já seja pré-diagramado no momento da sua confecção editorial.

Outra inovação do jornal naquele ano de 1988, também relacionada à linguagem não verbal, é a segmentação do jornal em cadernos e suplementos, medida que teve a função de, segundo o projeto, “organizar psicologicamente a leitura e atrair novas frações do leitorado”; ao que o texto ainda acrescenta: “Foi uma decisão correta, que também não tardará a ser imitada [...]”, segundo o projeto (PE 88, Anexos, p. A-59).

O projeto de 97, em vigor até o presente, não dará ênfase a essas questões gráficas ou estéticas, provavelmente porque um ano antes de sua divulgação o jornal já havia implantado



uma reforma gráfica. Sobre essa reforma há uma referência nas páginas do próprio jornal, em edição de maio de 2000 (Anexos, p. A-78, A-79), ano em que aconteceria a próxima grande alteração visual da *Folha*.

Matéria sobre o assunto foi publicada na edição do jornal do dia 7 de maio de 2000, com a opinião de alguns leitores que tomaram conhecimento do projeto antes de sua estréia. “Menos poluído, mais prático” e “mais fácil transitar por ele” teriam sido algumas opiniões unânimes sobre o novo modelo (Anexos, p. A-78).

Na matéria, o jornal revela qual foi o seu propósito com a nova proposta: “melhorar a hierarquia das notícias que a *Folha* publica, tornar mais claro o que é essencial e o que é acessório” (Anexos, p. A-78), necessidade justificada pelo caos da informação, potencializado, segundo o jornal, pelo advento da internet, das TVs pagas e dos noticiários em tempo real.

Foi nessa reforma que a *Folha* lançou o caderno *Equilíbrio* e reduziu o tamanho do caderno *Folhateen* (Anexos, p. A-79).

Outro grande projeto visual da *Folha* data de maio de 2006 (Anexos, p. A-81, A-82, A-83, A-84) e seu objetivo principal, na própria avaliação do jornal, foi facilitar a leitura:

Com o novo projeto, A Folha ganha também em legibilidade.

A começar do logotipo da “Primeira Página”, todos os elementos gráficos do jornal cresceram, por meio do aumento do corpo e/ou da substituição por letras mais robustas. Isso não implicou, porém, em corte de informação. Pelo contrário, em alguns casos houve ganho de espaço nos textos. (Anexos, p. A-81)

Aumentar a presença, a quantidade ou mesmo o tamanho de elementos não verbais também é um propósito constante nos projetos da *Folha*, e isso se repetirá no projeto de 2010 que, justamente por ser aquele que está em vigor, será alvo de análise mais detida neste trabalho a partir deste momento.

JORNAL DO FUTURO

Sob o slogan “jornal do futuro” (Anexos, p. A-101), que serviu de suporte a uma grande campanha de *marketing*, o jornal *Folha de S. Paulo* lançou, no dia 23 de maio de 2010, o seu mais novo projeto gráfico, que também se fez acompanhar de alterações



editoriais. A capa da *Folha* nesse dia vai denominar essas alterações de “Projeto Editorial”, na chamada “Novíssima – Projeto editorial prioriza furos e interpretação” (Anexos, p. A-99).

Como já se abordou nesta tese, essa foi apenas mais uma de uma série de alterações do jornal em noventa anos de existência. Tais alterações ocorrem tanto em relação aos gêneros jornalísticos quanto à linguagem, verbal e não verbal, e elas se sustentam em função de inúmeras variáveis, apoiadas, contudo, principalmente na evolução da tecnologia gráfica, desde aquela época imposta aos veículos de comunicação e, evidentemente, também à sociedade de forma geral.

Em 1921, o sistema de composição de textos para impressão de jornais era manual, feito letra por letra, em tamanhos diferentes e alto-relevo, de maneira a formar uma matriz. Justamente por toda a dificuldade que o sistema apresentava, a adoção de fotos e imagens era rara. Seguiram-se-lhe o linotipo, a impressão *off-set* e a fotocomposição. Em 1995, a *Folha* implantou um moderno parque gráfico em Tamboré, na Grande São Paulo, o que permitiu a adoção do uso de cores em todas as páginas do jornal.

Apesar da facilidade com que se passou a compor um jornal a partir daí e do barateamento do custo na produção, o Brasil e o mundo encontraram um novo desafio a enfrentar na já difícil tarefa de fazer jornal: a internet, cuja disseminação nos lares já está praticamente solidificada no Brasil, em especial nas regiões mais ricas.

No que se refere ao jornalismo, a internet possui vantagens em relação ao meio *papel*. A primeira delas é o custo baixo de se colocar uma página no ar, ao passo que um jornal, para sair diariamente, necessita de um exército de operadores entre jornalistas, motoristas, distribuidores, fotógrafos, técnicos de informática, operadores do parque gráfico, entre outros. Outra vantagem incontestável é a rapidez do processo: da apuração do acontecimento até a sua publicação na rede, acessível a milhares de pessoas, transcorre um tempo muito reduzido.

Mas a *Folha*, mais do que outros jornais brasileiros, demonstrou sempre a ousadia e a vocação para mudança como característica fundamental de seu *ethos*, marca que vem desde sua criação e que permaneceu apesar da troca de proprietários e de direção. Foi assim especialmente na década de 70 e começo de 80, quando os novos projetos editoriais e gráficos do jornal passaram a fazer escola e a influenciar todo o jornalismo brasileiro.

Todas as mudanças, toda a preocupação em estar à frente do seu tempo, não impediram que a *Folha* sofresse, como outros jornais em todo o mundo, abalos na sua concepção como empresa. O advento da internet e, em especial, do jornalismo na internet,



cada vez mais necessário ao público que deseja obter informação, tiveram impactos enormes na receita dos veículos de comunicação, como já se afirmou aqui.

Pela primeira vez em 25 anos (desde 1986), a *Folha* perdeu a liderança como o maior jornal do país, segundo o Instituto Verificador de Circulação (IVC), considerando os títulos auditados em 2010. A liderança passou para o jornal mineiro *Super Notícia*, que apresentou circulação apenas 1,5% superior à total da *Folha*. Tido como um jornal popular, custando inacreditáveis R\$ 0,25 contra R\$ 2,50 da *Folha* e com uma redação composta por apenas 20 jornalistas, o *Super Notícia* cresceu 2% em 2010, atingindo média de 295 mil exemplares por edição, contra 294 mil da *Folha*.

Diversos motivos podem ser mencionados para explicar essa situação. Para começar, o custo. Difícil comparar o preço de capa dos dois jornais. Além disso, a diferença de circulação entre ambos é muito pequena, e a queda na circulação da *Folha* está muito mais próxima de uma estabilidade do que de uma queda real, uma vez que foi de apenas 1%. Em terceiro lugar, verifica-se que outros grandes jornais tiveram grande aumento de circulação: o *Estado* ampliou sua circulação diária em 23 mil exemplares, ou 11%, o que parece sugerir uma migração de leitores de outros jornais para o *Estado*.

Quaisquer que sejam as explicações, o certo é que o crescimento da *Folha* foi estancado naquele período, que coincide com a mais recente grande reforma gráfica, em que o jornal se autoproclamava “o jornal do futuro”.

Como primeiro passo para o estudo dessa reforma gráfica, será preciso especificar algumas alterações anunciadas pela *Folha* e divulgadas na primeira página do caderno **Novíssima**, um caderno feito exclusivamente para divulgar as novidades da última reforma gráfica e publicado na edição do jornal do dia 23 de maio de 2010 (Anexos, p. A-86):

- Folha se transforma para ficar mais legível e incisiva;
- Reforma editorial e gráfica muda o jornal no papel e na rede;
- Noticiário mais sintético; mais análise e opinião;
- Novos cadernos, novas seções, novos colunistas e novos ilustradores.

Em relação especificamente à reforma gráfica, a *Folha* anunciou as seguintes alterações (Anexos, p. A-87):

- O tamanho das letras foi aumentado em 12%;
- Formato das letras e nova diagramação deixariam a leitura mais fácil;



- Os títulos são mais fortes e a hierarquização das reportagens é mais clara;
- Fotos maiores e quadros informativos mais limpos e didáticos.

Já em relação ao conteúdo editorial, as mudanças seriam as seguintes (Anexos, p.A-87):

- Noticiário Político, que vinha no caderno *Brasil*, passa a ser agrupado em *Poder. Economia* passa a se chamar *Mercado*;
- *Esporte* ganha formato tablóide;
- *Tec* reunirá às quartas-feiras tendências do mundo digital;
- Acaba o *Mais* e é criado o *Ilustríssima*;
- 29 novos colunistas passam a escrever no jornal, desde o presidente da Febraban e do Banco Santander, até a atriz Fernanda Torres, jovens escritores, e um cadeirante, Jairo Marques, denominado pela *Folha* como “sucesso do meio on-line”. Além deles, novos cartunistas, como um prodígio de 14 anos chamado João Montanaro e os já conhecidos articulistas do jornal, Clóvis Rossi, Gilberto Dimenstein e vários outros, de modo a representar o maior número de colunistas mantido por um veículo de comunicação brasileiro, ou seja, mais de cem.

Na prática, para efetivar essa reforma, a *Folha* tomou uma atitude inovadora: fundiu organicamente as suas equipes de jornalistas do meio *on-line* e do impresso, criando, segundo ela mesma, um “centro captador de notícias que funcione 24 horas por dia e que produza informação de qualidade para qualquer plataforma, seja ela o papel, que é e continuará a ser a vitrine principal da marca *Folha*, o on-line, agora rebatizado de *Folha.com*, ou em smartphones e tablets, por torpedos e emails e o que mais for inventado” (Anexos, p. A-87).

Sobre as novas características que pretendeu imprimir ao modo de se fazer jornalismo a partir daí, a *Folha* diz o seguinte:

Parte dos textos está mais enxuta, maneira de resumir os acontecimentos da véspera sem fazer o leitor perder tempo e paciência. Parte está mais analítica, um dos pilares do projeto novo, que priorizará a contextualização e a interpretação do fato conhecido.

O leitor escolherá seu caminho, o mais rápido, mas de qualidade, ou o mais profundo, mas compreensível; ambos serão contemplados pelo jornal.



Uma coisa, porém, não muda: o compromisso diário da Folha de buscar a informação exclusiva, o furo de reportagem, o enfoque único, o olhar diferenciado. A matéria-prima do jornalismo de qualidade é a informação única. Que você passa a receber de cara nova. Novíssima. (Anexos, p. A-87)

Quando se compara a edição do dia imediatamente anterior à reforma, ou seja, o dia 22 de maio (Anexos, p. A-98) com a da data de lançamento das alterações gráficas, 23 de maio (Anexos, p. A-99) ou ainda com exemplares de jornais posteriores a essa data, percebe-se que as mudanças não foram nem tão grandes nem tão novas quanto a *Folha* leva a supor com os enunciados há pouco transcritos.

Visualmente, as alterações mais evidentes são a linha vermelha logo abaixo do título, que separa o cabeçalho do material informativo, que ficou significativamente mais fina, o negrito utilizado nas fontes da manchete e dos títulos das chamadas de primeira página na nova versão e a fonte maior dos textos. Em relação à distribuição de fotos e textos na primeira página, a alteração é sutil: as imagens ocupam as colunas centrais e os textos as colunas laterais.

Ambas as manchetes são de cunho político, o que não chega a surpreender, visto que é ano de eleições presidenciais; a de sábado traz resultado de pesquisa eleitoral, o que também é marca registrada desse dia da semana para a *Folha* em temporada de eleições; a de domingo registra suposta articulação do então presidente Lula para garantir o seu futuro quando deixasse a presidência.

Em relação aos outros preceitos anunciados, muitos deles de cunho editorial e não gráfico, quando se examinam os PEs anteriores do jornal, nota-se que essas propostas já estavam lá presentes. Em 86, por exemplo, o PE da *Folha* dizia que “a preocupação mais profunda e permanente da *Folha* neste momento é a informação exclusiva” (PE 86, p. A- 49). Em 88, o jornal perguntava-se: “Como fazer um jornalismo ao mesmo tempo mais analítico e mais conciso?” (Anexos, p. A-57). O mesmo projeto lembrava também que a primeira edição do *Manual de Redação* do jornal, de setembro de 1984, já afirmava que “tudo o que puder ser dito sob a forma de mapa, gráfico ou tabela não deve ser dito sob a forma de texto” (Anexos, p. A-57). E acrescenta: “Fomos pioneiros na valorização desses recursos. Eles ocupam hoje uma posição de destaque no conjunto de cada edição da *Folha* e são reconhecidos como instrumento altamente eficaz para tornar a leitura dos jornais mais atraente, mais rápida e mais proveitosa” (Anexos, p. A-58).



Como se pode perceber, tais declarações datam de mais de 25 anos, entretanto, como se sabe também que tais escolhas gráficas e editoriais não faziam parte do texto jornalístico padrão do século XIX ou início do século XX, emerge, daí, uma constatação que remete à dinamicidade dos gêneros, em particular a seu constante movimento e modificação. Aquilo que hoje é instabilidade pode se modificar, se rearranjar e se tornar estável em dado período.

No caso da *Folha*, entretanto, o que se observa é que o novo PE pouco tem de novo, a não ser uma publicidade veiculada com grande energia e competência, o que vem a sublinhar um *ethos* criado pelo jornal com o intuito de reforçar suas características de antecipação às mudanças, às inovações, de empresa *antenada* com seu tempo e com os ideais do jornalismo. Haveria, então, nesta última reforma, nada mais do que uma intensificação dos procedimentos já prescritos anteriormente pelos projetos, de didatismo, simplificação, análise, etc.

Apesar de publicidade e projeto editorial ou gráfico pertencerem a gêneros distintos, pode-se encontrar um ponto comum entre eles no episódio de lançamento do novo projeto gráfico, e que vem a ser a marca de autoria da cúpula do jornal, que aprovou, tanto em um quanto em outro gênero, a criação de uma imagem de inovação, liderança, inconformismo, pluralidade.

Um dos desafios do novo projeto gráfico, que é acima de tudo uma mudança editorial, é a proposta de “valorização das análises” e, mais do que isso, distinção entre análise e opinião. “Tudo ocorre na tentativa de fixar, seja nos hábitos de leitura, seja nos procedimentos da Redação, uma distinção significativa, embora nem sempre observada, entre análise, de um lado, e opinião, de outro” (Anexos, p. A-87).

Note-se que já no projeto de 1981 o objetivo da *Folha* era oferecer informação correta, interpretação competente e pluralidade de *opiniões*, sendo que por “interpretação competente” se entendiam “os comentários e *análises* redigidos por profissionais que, conforme os critérios adotados pelo jornal, aliam o domínio sobre uma determinada área do conhecimento ou da atividade humana ao domínio sobre a técnica de escrever, combinando em seus textos ambas as habilidades” (grifo nosso) (PE 81, Anexos, p. A-18).

Para o jornal, no projeto gráfico de 2010, análise seria “o esforço de esclarecer o leitor sobre a importância, o contexto, a origem, as implicações e o feixe de interesses em torno de informações relevantes publicadas pelo jornal” (Anexos, p. A-87). Para tanto, os textos de análise deveriam (ou deverão) vir acompanhados de vinhetas vermelhas “a fim de dar consequência visual a essa diretriz”. Por sua vez, os textos de opinião seriam aqueles “em que o autor se coloca, manifesta preferências e apresenta argumentos que as sustentem” (Anexos,



p. A-87). E isso é tudo o que a matéria explicita sobre esses dois termos e, na verdade, o projeto gráfico da *Folha* vai, assim, assentando suas argumentações sobre um terreno arenoso de instabilidade, termos imprecisos e inconstâncias. Não ficam claros os limites entre os termos análise e opinião ou, pelo menos, eles são por demais frágeis para justificar demarcação tão evidente quanto uma vinheta vermelha.

Ao mesmo tempo, outra medida, que parece amparar-se muito menos em relações de causa e efeito e mais em mudança pelo simples hábito de mudar (ou crença em que isso equivale a produzir modernidade e melhoria), é a da denominação de cadernos. O PE 88 já tratava essa ideia da mudança quase que como uma maldição:

Ao disseminar a idéia de que é preciso estar sempre mudando, sempre desconcertando, de surpresa em surpresa, a *Folha* tornou-se vítima da sua própria estratégia: não lhe resta outro caminho senão continuar, não há tranquilidade que ela possa alcançar, nem descanso, exceto o que vier assinalar que ela parou no tempo. (PE 88, Anexos, p. A-56)

Sobre trocar o nome do caderno *Brasil* por *Poder*, diz a matéria:

O caderno **Brasil** ganha novo nome, **Poder**. Os temas abordados, entretanto, se mantêm, seja na cobertura dos poderes Executivo, Legislativo e Judiciário, seja nos assuntos relacionados à religião, aos movimentos sociais e às organizações da sociedade civil brasileira.

Afinal, no âmbito da política institucional ou da sociedade civil, o que une todos esses grupos é justamente a disputa pelo poder. (Anexos, p. A-88)

Curiosa a explicação da *Folha* para a troca da rubrica, que, em última instância, substitui uma palavra que *unifica* todos esses temas (judiciário, religião, legislativo, executivo, movimentos sociais, etc.), por passar a ideia de nação, de país, por outro tema que, segundo a explicação dada pelo jornal, “une”, porém, ao mesmo tempo, divide, uma vez que, na própria definição do jornal, envolve “disputa”.

A matéria que discorre sobre o projeto e a publicidade em torno dele também faz supor que o jornal não perderá em profundidade de análise, apesar de a reforma gráfica ter ampliado em 12% o tamanho das letras, e diz:



Essa série de alterações visuais é fundamental para amparar as mudanças editoriais da Folha, que prevêem um jornal mais sintético na sua forma e mais analítico e interpretativo no conteúdo. (Anexos, p. A-91)

Conteúdo semelhante se verifica igualmente em passagem citada anteriormente, que também se relaciona com o tópico em discussão:

Parte dos textos está mais enxuta, maneira de resumir os acontecimentos da véspera sem fazer o leitor perder tempo e paciência. Parte está mais analítica, um dos pilares do projeto novo, que priorizará a contextualização e a interpretação do fato conhecido.

O leitor escolherá seu caminho, o mais rápido, mas de qualidade, ou o mais profundo, mas compreensível; ambos serão contemplados pelo jornal. (Anexos, p. A-87)

Também aí há uma contradição ou, pelo menos, uma inconsistência. A *Folha* não explica como conseguir mais análise, mais profundidade, com espaço 12% menor. Na verdade, o jornal também admite que um dos motivos que o levou a aumentar o tamanho do corpo da letra foi atender a uma necessidade do leitor das mais prosaicas, pois, uma vez que, conforme demonstraram suas pesquisas de opinião, o leitor médio da *Folha* envelheceu, necessita, portanto, de letras maiores para enxergar com maior facilidade e conforto.

Aliado a isso, a cúpula do jornal busca, provavelmente, atingir um padrão de leitura mais rápido, que possa de algum modo alinhar-se com aquele considerado padrão da *internet*. Nada muito diferente do que pregava o projeto de 1985, baseado na reforma do *USA Today*, jornal que se esforçava para incorporar a linguagem de televisão em seu *layout*, apresentando textos mais curtos, muitas imagens, profusão de cores, fotografias, mapas e gráficos.

Assim como os textos verbais, a linguagem visual é composta de elementos (formas, cores, tipos gráficos) e de uma sintaxe (o arranjo, a disposição, as relações estabelecidas entre as unidades) que, arranjados de determinada forma, na perspectiva de um projeto gráfico, por exemplo, e com um suporte adequado, expressam determinado sentido a um público específico. Assim como o PE, sem esse projeto gráfico, a possibilidade de atingir um objetivo comunicacional viável ficaria dependendo de critérios ocasionais.

Tradicionalmente, no jornalismo impresso, um bom projeto, muitas vezes, é aquele que não chama a atenção para si, mas que revela o conteúdo – ou “aquele” conteúdo – que se



quer ressaltar. Quando a *Folha* diz que passará a dar mais importância para a análise e que textos analíticos seriam acompanhados por vinhetas vermelhas, isso basta para concluir que a cor, por si só, por seu poder de destaque, revela a importância da análise no escopo do projeto. No projeto gráfico de 2010, em análise, outra atitude tomada pelo jornal foi utilizar fontes de letras mais fortes para as notícias e mais leves para análises, talvez chamando a atenção para o peso maior daquilo que chama de *real* em contraposição à fluidez das análises e opiniões.

Em outros casos, os elementos não-verbais são protagonistas da mensagem, como no caso de um infográfico, que informa não através de texto apenas, mas usando principalmente elementos visuais e suas relações, para, segundo o jornal, informar, explicar ou persuadir. Tradicionalmente se considera que um projeto gráfico bem-sucedido procura equilibrar essas diferentes abordagens, usando o que cada uma delas tem de melhor, seja para chamar a atenção para si, ou para atuar em silêncio, dando destaque ao conteúdo textual.

A integração entre os suportes impresso e digital foi outra novidade a que já se referiu. A *Folha* passou a trabalhar a informação em todos os meios, digitais e impressos. A versão para a *internet* do veículo é a *folha.com*; além dela há a *folha digital*, uma reprodução do jornal impresso; e uma *versão texto* da *Folha* apresenta as reportagens sem fotos nem infográficos. Há, ainda, o *UOL*, maior portal de *internet* do país, controlado pelo *Grupo Folha*, com participação acionária da *Portugal Telecom*.

Essa integração seria o mote da campanha publicitária da reforma gráfica. O principal anúncio publicitário trazia um rapaz com a página central de um jornal aberto e, na página da esquerda, o enunciado: “Sempre à frente do seu tempo, a Folha lança o jornal do futuro” (Anexos, p. 61-A). Na da direita, o seguinte texto (Anexos, p. A-102):

A Folha é o maior jornal do país.
O mais influente. O mais inovador.
Poderia não mudar, não se renovar.
Mas, aí, não seria a Folha.
Não seria o jornal inquieto
e corajoso que você conhece.
O jornal que representa um Brasil novo
e moderno não poderia se acomodar.
Nem no topo.
Afim, é nessa hora que os líderes se destacam.
A Folha está preparando uma nova maneira



de fazer jornal. E de ler jornal.

Se você é como a Folha e sente animação

diante do novo, está convidado

a participar de um nascimento.

O nascimento do jornal do futuro.

O cerne da campanha era formado por várias personagens, que buscavam representar gente comum, porém de idades e etnias diferentes. Um deles, na página de um jornal, segurava uma edição da *Folha* que, por sua vez, segurava um *notebook* e, dentro dele, outro segurava um *ipad* e, nele, alguém segurava um celular (Anexos, p. A-107). Cada exemplar do anúncio mudava os personagens e a ordem de aparição dos suportes, assim como o *slogan* que acompanhava a imagem, mas todos eles procuravam, certamente, remeter ao conceito, à tendência ou à necessidade de confluência de mídias e à ideia de que o jornal não iria morrer, mas conviver pacificamente com outros suportes de informação. No *slogan*, além disso, lia-se: “Folha_o jornal do futuro: não dá para não ler/ acessar_baixar_twitter”.

É o gênero, em contínuo movimento...



CONSIDERAÇÕES FINAIS

À guisa de conclusão, serão retomados os pontos mais relevantes desta tese, para que se possa promover uma tessitura final do percurso até aqui empreendido, de sorte a fixar e enfatizar as conclusões e afirmações exaradas ao longo das páginas precedentes.

Inicialmente este trabalho destacou noções centrais do arcabouço teórico do Círculo de Bakhtin, bem como seu aproveitamento nas partes de que se compõe este trabalho, para que se pudesse situar metodologicamente a análise dos projetos editoriais e gráficos do jornal *Folha de S. Paulo*. Procurou-se destacar, assim, seu caráter capital também para o desenvolvimento da pesquisa e de todas as considerações e análises por elas propiciadas, em particular as noções de gênero do discurso, enunciado, esfera de atividade, autor e relações dialógicas.

A seguir, este trabalho ocupou-se em descrever o entendimento de jornalistas e teóricos do discurso a respeito de alguns gêneros utilizados no jornalismo diário impresso, principalmente a *notícia*, o *editorial* e o *artigo de opinião*, levando-se em conta a relevância do primeiro para a existência de todos os outros gêneros, e a semelhança, em certo sentido, dos gêneros *editorial* e *artigo de opinião* com o *projeto editorial*, o primeiro por ser a voz da empresa, e o segundo pelo seu caráter opinativo.

Após essa etapa, tratou-se de trabalhar especificamente com o gênero *projeto editorial*, um discurso caracterizado, neste trabalho, como pertencente ao tipo *prescritivo*, que, até há pouco tempo, não era de acesso público. Historicamente, poucos veículos possuem projetos editoriais sistematizados, e a *Folha de S. Paulo* foi um dos primeiros jornais do país a produzir um documento que se assemelhasse a um projeto, e foi também o primeiro grande jornal brasileiro a divulgá-lo publicamente.

No âmbito deste trabalho, o projeto da *Folha* foi avaliado em sua configuração formal, plano composicional e estilo e, posteriormente, comparado com o projeto da revista *Superinteressante*, de maneira que a análise pôde apontar diferenças de estilo, como o texto mais sério, no caso da *Folha*, em contraposição ao estilo mais bem humorado do projeto da revista, por exemplo. Essas diferenças, inevitáveis, por se tratar de autorias diferentes, podem



ainda ser atribuídas ao fato de se dirigirem a suportes diferentes, no caso, a jornal e revista. Uma terceira possibilidade é a questão da interlocução, que para os projetos da *Superinteressante* é restrita a seus funcionários, enquanto que para a *Folha* passou a ser, a partir de determinado momento, também para o público externo.

Levando-se em conta a característica dialógica dos discursos, no sentido de que cada enunciado é sempre uma resposta a discursos alheios e anteriores, mas também antecipações a futuros enunciados, foi feita uma análise dos projetos editoriais da *Folha de S. Paulo*, a fim de contextualizá-los e de identificar seus principais interlocutores: o jornalista, sem sombra de dúvida, interlocutor direto, para quem são dirigidas as prescrições do projeto, e o leitor, escolhido como objeto de análise por seu papel de personagem principal nas preocupações expressas de forma declarada pelos projetos da *Folha* e não apenas por eles. O leitor é também o principal alvo das pesquisas de opinião do jornal e também expressão do compromisso da principal campanha publicitária da *Folha*: “De rabo preso com o leitor”.

A análise possibilitou determinar que a autoria dos projetos, atribuída oficialmente ao Conselho Editorial do jornal, pode variar, de acordo com o contexto histórico e com os interesses da empresa, confundindo-se algumas vezes com as causas e os interesses dos jornalistas, como no projeto de 78; com os interesses do público, como no de 84; com os desejos do leitor, como no de 85 e 86; com o da empresa e do consumidor, como no de 97. Mas, frequentemente, os argumentos utilizados para fundamentar suas prescrições aparecem nos projetos como sendo uma exigência do próprio leitor e não da *Folha*.

Os projetos mostram também que, na tentativa de convencer os jornalistas dos seus propósitos, os argumentos utilizados pelos projetos variam, mas sempre se amparam em valores caros a essa comunidade discursiva, como a competência, a imparcialidade, a fidelidade aos fatos. Para obter os objetivos de atendimentos às suas prescrições, os projetos vão desde uma ameaça velada ou direta de perda do emprego até o argumento de que é o leitor que exige determinado comportamento do jornal – e, portanto, também do jornalista – o que vai resultar numa prescrição do PE, reforçada pelo argumento de que comportar-se de acordo com determinada orientação seria sinônimo de “competência”, virtude perseguida por qualquer profissional, em especial para o do campo jornalístico, em que a concorrência e a visibilidade são por demais acentuadas e são causa decisiva de oportunidades e sucesso profissional.

Algumas características dos projetos editoriais se modificam quando o jornalista deixa de ser o interlocutor direto deles, e o jornal decide divulgar ao público esses



textos, o que amplia o público alvo dos PEs. Essa atitude gera uma “contaminação de gênero”, como foi denominado nesta pesquisa, ou seja, ao ampliar o seu público, os projetos passam a ter também uma função mercadológica e não apenas prescritiva, porque, ao liberar ao público assuntos antes tão internos, a *Folha* se mostra “transparente”, oferecendo uma qualidade a mais ao seu leitor.

O cotejamento dos vários PEs da *Folha* mostrou ainda o quanto a visão do leitor, inscrita neles, foi se modificando com o passar dos anos e que, de *leitor* apenas, essa figura de interlocução passou a ser considerada também um *consumidor*, de modo a acompanhar o processo em que o jornal foi se assumindo como empresa que objetiva lucro e que se sujeita às leis do mercado, atitude que já era vislumbrada nos primeiros projetos e que é declarada no último, o de 1997.

Por fim, analisou-se uma tendência, verificada na *Folha* e em outros veículos impressos do Brasil e do mundo, a qual acena para a valorização do componente gráfico e visual do jornal, ocasionando uma supervalorização da imagem e, em alguns casos, até mesmo em detrimento do texto verbal. Esse processo, que não é novo, e remete ao advento da televisão, veio acentuando-se com a difusão da *internet* e afetou também a *Folha*, que, no início da década de 80, adotou procedimentos do jornal *USA Today*, evidenciados no seu projeto editorial de 85. É possível que tenha havido uma prioridade do aspecto gráfico sobre o editorial, o que explicaria o fato de a empresa não ter produzido, há 14 anos, um projeto editorial, enquanto três projetos gráficos se sucederam desde 1997.

Apesar da ênfase no componente visual, as inovações propostas pelo projeto gráfico de 2010 não se mostraram, de fato, “novidades”, uma vez que já estavam presentes nas versões anteriores, principalmente na de 85, tal como a ênfase nas opções de uso de mapas, gráficos e infográficos em substituição aos textos. Em termos de qualidade, essas mudanças podem ter reduzido a quantidade de material editorial e aumentado a simplificação, tornando o conteúdo mais didático, em detrimento da variedade do texto “autoral”.

Com as análises dos Projetos Editoriais do jornal *Folha de S. Paulo*, esta tese pretendeu revelar também um pouco do jornalismo brasileiro, de suas relações com o país, sua história, sua política, seu mercado de comunicação, sua estrutura jornalística e a história das relações de trabalho, em uma redação que se pretende a mais arrojada do país. Tal história, diga-se, é a de um jornal eivado de contradições internas e externas, como a análise dos projetos mostraram e como também suas capas e suas manchetes mostram todos os dias: dramas, tragédias, calamidades, discursos, enfim, a vida.



A motivação última para isso pode ser sintetizada, uma vez mais, pelo pensamento bakhtiniano, em particular quando afirma que:

Não são palavras o que pronunciamos ou escutamos, mas verdades ou mentiras, coisas boas ou más, importantes ou triviais, agradáveis ou desagradáveis, etc. A palavra está sempre carregada de um conteúdo ou de um sentido ideológico ou vivencial. É assim que compreendemos as palavras e somente reagimos àquelas que despertam em nós ressonâncias ideológicas concernentes à vida. (BAKHTIN, 1999, p. 95)



REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABRAMO, C. *A regra do jogo: o jornalismo e a ética do marceneiro*. São Paulo: Companhia das Letras, 1988.

ABREU, A. A.; LATTMAN-WELTMAN, F.; ROCHA, D. (org.). *Eles mudaram a imprensa – Depoimentos ao CPDOC*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2003.

ARBEX JR. J. Editorial. In: MELO, J. M. *Gêneros jornalísticos na Folha de S. Paulo*. São Paulo: FTD, 1992.

AZENHA, L. C. Apresentação. In: SILVA, C. E. L. *O adiantado da hora: a influência americana sobre o jornalismo brasileiro*. São Paulo: Summus, 1991.

BAHIA, Juarez. *Jornal - História e Técnica*. São Paulo: Ibrasa, 1972.

BAKHTIN, M.; (VOLOSHINOV, V. N.) *Marxismo e filosofia da linguagem: problemas fundamentais do método sociológico na ciência da linguagem*. São Paulo: Hucitec, 1999.

_____. (VOLOSHINOV, V. N.) (1926) Discurso na vida e discurso na arte. Trad. Para fins acadêmicos de Carlos Alberto Faracco e Cristóvão Tezza de “Discourse in life and discourse in art: concerning sociological poetics”. In: (1976) *Freudianism*. New York: Academic Press – mimeo, 2000.

BAKHTIN, M. *Estética da criação verbal*. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

_____. *Problemas da poética de Dostoiévski*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997.

_____. *Questões de literatura e de estética*. São Paulo: Ed. Unesp, 1998.



BARROS, D. P. Dialogismo, polifonia e enunciação. In: BARROS, D. P. de, e FIORIN, J. L. (org.). *Dialogismo, polifonia, intertextualidade: em torno de Bakhtin*. São Paulo: Ed. USP, 1999. (Ensaio de Cultura, 7).

_____. *Contribuições de Bakhtin às teorias do texto e do discurso*. In: Faraco, C. A. e outros. *Diálogos com Bakhtin*. Paraná: Ed. UFPR, 1996.

BONINI, A. *O conhecimento de jornalistas sobre gêneros textuais*. Tese de Doutorado apresentada ao curso de Pós-Graduação em Letras/Linguística da Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, 1999.

BRAIT, B. (org.) *Bakhtin – conceitos-chave*. São Paulo: Contexto, 2005.

_____. (org.) *Bakhtin – outros conceitos-chave*. São Paulo: Contexto, 2006.

_____. (org.) *Bakhtin – dialogismo e polifonia*. São Paulo: Contexto, 2009.

BUCCI, E. Introdução a GOMES, M. R., *Poder no jornalismo: discorrer, disciplinar, controlar*, São Paulo: Hacker Editores. Edusp, 2003.

CAVALCANTI, J. R. *No “mundo dos jornalistas”: interdiscursividade, identidade, ethos e gêneros*. 2006. Tese (Doutorado em Linguística) Universidade Estadual de Campinas.

CLARK, K. e HOLQUIST, M. *Mikhail Bakhtin*. Trad. J. Guinsburg. São Paulo: Perspectiva, 1998.

CHARAUDEAU, P. *Discurso das mídias*. Trad. Angela S. M. Corrêa. São Paulo: Contexto, 2006.

CRISTÓVÃO, A. A. L. *O projeto editorial da Folha de S. Paulo sob a perspectiva do Círculo de Bakhtin*. Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-graduação em Linguística e Língua Portuguesa da Unesp. Araraquara, 2005.



DISCINI, N. *O estilo nos textos*. História em quadrinhos, mídia, literatura. São Paulo: Contexto, 2003.

DINES, A., VOGT, C., Melo, J. M. (orgs.) *A imprensa em questão*. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 1997.

EMERSON, C. *Os 100 primeiros anos de Mikhail Bakhtin*. Trad. Pedro Jorgensen Jr.. Rio de Janeiro: Difel, 2003.

FARACO, C. A. Autor e Autoria. In: *Bakhtin – conceitos-chave*. São Paulo: Contexto, 2005, p. 37-60.

FARACO, C. A.; TEZZA, C.; CASTRO, G. (orgs.). *Diálogos com Bakhtin*. Curitiba: Editora UFPR, 2007.

FERREIRA JUNIOR, J. *Capas de jornal – A primeira imagem e o espaço gráfico visual*. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2003.

FIORIN, J. L. *As astúcias da Enunciação – as categorias de pessoa, espaço e tempo*. São Paulo: Editora Ática, 2001.

_____. *Introdução ao pensamento de Bakhtin*. São Paulo: Ática, 2008.

_____. *Para entender o texto*. Leitura e redação. São Paulo, Ática, 1998.

_____. O romance e a simulação do funcionamento real do discurso. In: BRAIT, B. (org.). *Bakhtin, dialogismo e construção do sentido*. Campinas, Ed. da Unicamp, 1997.

_____. *Linguagem e ideologia*. São Paulo: Editora Ática, 1988.



_____. Polifonia Textual e Discursiva. In: BARROS, D. P. de, e FIORIN, J. L. (org.). *Dialogismo, polifonia, intertextualidade: em torno de Bakhtin*. São Paulo: Ed. USP, 1999 (Ensaio de Cultura, 7).

_____. *O Regime de 1964 – Discurso e ideologia*. São Paulo: Atual, 1988.

FOLHA DE S. PAULO. *Manual geral de redação*. 2ª. ed. São Paulo: Publifolha, 1987.

_____. *Manual de redação*. São Paulo: Publifolha, 2001.

_____. *Manual de redação*. 2.ed. São Paulo: Publifolha, 2010.

_____. *Folha lidera venda de jornais no país*. Caderno Mercado, p. B4. 27 de fevereiro de 2011.

_____. Projeto Editorial 1981. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/conheca/linha_editorial.shtml>. Acesso em 25/05/2010.

_____. Projeto Editorial 1984. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/conheca/linha_editorial.shtml>. Acesso em 25/05/2010.

_____. Projeto Editorial 1985-1986. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/conheca/linha_editorial.shtml>. Acesso em 25/05/2010.

_____. Projeto Editorial 1986-1987. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/conheca/linha_editorial.shtml>. Acesso em 25/05/2010.

_____. Projeto Editorial 1988-1989. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/conheca/linha_editorial.shtml>. Acesso em 25/05/2010.

_____. Projeto Editorial 1997. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/conheca/linha_editorial.shtml>. Acesso em 25/05/2010.



GENRO FILHO, A. *O segredo da pirâmide: para uma teoria marxista do jornalismo*. Porto Alegre, Tchê, 1987.

GOMES, M. R. *Jornalismo e ciências da linguagem*. São Paulo: Hacker/Edusp, 2000.

GRILLO, S. V. C. *A produção do real em gêneros do jornal impresso*. São Paulo: Associação Editorial Humanitas, 2004.

HOUAISS, A.; VILLAR, M. de S.. *Dicionário Houaiss de Língua Portuguesa*. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001.

KOCH, I. *Argumentação e linguagem*. São Paulo: Cortez, 1984.

LAGE, N. *Ideologia e técnica da notícia*. 2ª ed. Petrópolis: Vozes, 1981.

_____. *Linguagem jornalística*. São Paulo: Ática, 2003. Série Princípios.

_____. *Controle da opinião pública, um ensaio sobre a verdade conveniente*. Petrópolis: Vozes, 1998.

LEITE, M. *Quem faz a opinião da Folha*. Publicado em 12 de maio de 96. Disponível em: http://www1.folha.uol.com.br/folha/ombudsman/omb_19960512.htm, acesso em 20/02/2011.

LOPES, D. F.; SOBRINHO, J. C.; PROENÇA, J. L. *A evolução do jornalismo em São Paulo*. São Paulo: Edicon, 1998.

MACHADO, I. Gêneros discursivos. In: Brait, B (org.). *Bakhtin – conceitos-chave*. São Paulo: Contexto, 2005, p. 151-166.

MAINGUENEAU, D. *Novas tendências em análise do discurso*. Campinas: Pontes/Ed.Unicamp, 1992.



MARCHEZAN, R. C. Gêneros do discurso: o caso dos artigos de opinião. In: PAULA, L.: STAFUZZA, G. *Círculo de Bakhtin: teoria inclassificável*. Série Bakhtin-Inclassificável, v. 1. Campinas, SP: Mercado de Letras, 2010.

MARCHEZAN, R. C. Diálogo. In: BRAIT, Beth (org.) *Bakhtin – outros conceitos-chave*. São Paulo: Contexto, 2006, p. 115-131.

MARCONDES FILHO, C. *O capital da notícia: jornalismo como produção social de segunda natureza*. 2 ed. São Paulo: Ática, 1989.

MELO, J. M. *A opinião no jornalismo brasileiro*. Petrópolis: Vozes, 1994.

_____. *Jornalismo opinativo: gêneros opinativos no jornalismo brasileiro*. Campos do Jordão: Mantiqueira, 2003.

_____. (org.) *Gêneros jornalísticos na Folha de S. Paulo*. São Paulo: FTD, 1992.

MORETZSOHN, S.. *Jornalismo em tempo real: o fetiche da velocidade*. Rio de Janeiro: Editora Revan, 2002.

MOTA, C. G.; CAPELATO, M. H. *História da Folha de S. Paulo (1921-1981)*. São Paulo: Impres, 1981.

PRADA, R. R.. Periodismo: la teoria general de los sistemas y la ciência de la comunicacion. México, Trillas, 1997, apud MELO, J. M. de. *A opinião no jornalismo brasileiro*. Petrópolis: Editora Vozes, 1994.

REVISTA SUPERINTERESSANTE. *Plano Editorial*. São Paulo: Editora Abril, 1996. (material não publicado, de circulação restrita, disponível no Anexo desta tese, p. A-108)

RAMOS, N. Programa de ação das Folhas (1948). In: MOTA, C. G.; CAPELATO, M. H. *História da Folha de S. Paulo (1921-1981)*. São Paulo: Impres, 1981, p. 134-138.



_____. RAMOS, N. Carta de Princípios (1955). In: MOTA, C. G.; CAPELATO, M. H. *História da Folha de S. Paulo* (1921-1981). São Paulo: Impres, 1981, p. 134-138.

REY, L. R. S. Jornal Impresso e Pós-Modernidade: O Projeto Ruth Clark e a Espetacularização da Notícia. *Estudos em Comunicação*, v. 06, p. 317-333, 2009.

RIBEIRO, A. P. R., SACRAMENTO, I. (orgs.) *Mikhail Bakhtin – linguagem, cultura e mídia*. São Carlos: Pedro & João Editores, 2010.

RIBEIRO, J. C. *Sempre alerta: condições e contradições do trabalho jornalístico*. São Paulo: Olho d'Água, 2001.

RODRIGUES, R. H. *A constituição e o funcionamento do gênero jornalístico artigo: cronotopo e dialogismo*. Tese (doutorado). Pontifícia Universidade Católica de São Paulo: PUC, 2001.

_____. Os gêneros do discurso na perspectiva dialógica da linguagem. In: MEURER, J. L., BONINI, A. MOTTA-ROTH, D. (orgs.) *Gêneros – teorias, métodos, debates*. São Paulo: Parábola Editorial, 2007.

SÉRIOT, P. Generalizar o único: gêneros, tipos e esferas em Bakhtin. In: *Revista Línguas e Instrumentos Lingüísticos*. Campinas: RG, 2009. Disponível em: http://www.revistalinguas.com/edicao21/revista_linguas_21.pdf, em 20/05/2010.

SILVA, C. E. L. *Mil dias: seis mil dias depois*. São Paulo: Publifolha, 2005.

_____. *Mil dias: os bastidores da revolução em um grande jornal*. São Paulo: Trajetória Cultural, 1988.

_____. *Mil Dias: os bastidores da revolução em um grande jornal*. 1987. Tese (Livredocência) - Escola de Comunicações e Artes, USP, São Paulo, 1987.



_____. *O adiantado da hora: a influência americana sobre o jornalismo brasileiro*. São Paulo: Summus, 1991.

STAM, R. Bakhtin e a crítica midiática. In: RIBEIRO, A. P. R., SACRAMENTO, I. (orgs.) *Mikhail Bakhtin – linguagem, cultural e mídia*. São Carlos: Pedro & João Editores, 2010.

TASCHNER, G. *Folhas ao Vento: análise de um conglomerado jornalístico no Brasil*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.

TRAVANCAS, I. S. *O mundo dos jornalistas*. São Paulo: Summus, 1993.

VILAS BOAS, S. *O estilo magazine: o texto em revista*. São Paulo: Summus, 1996.

Sumário

Programa de Ação das Folhas	4
Carta de Princípios	10
Projeto Editorial 1981	17
Projeto Editorial 1982	24
Projeto editorial 1984	32
Projeto Editorial 1985-1986	38
Projeto Editorial 1986-1987	48
Projeto Editorial 1988-1989	54
Projeto Editorial 1997	62
“Quem faz a opinião da Folha”	72
Projeto Gráfico <i>Folha</i> 2000	77
Projeto Gráfico <i>Folha</i> 2006	80
Projeto Gráfico <i>Folha</i> 2010	85
Plano Editorial <i>Superinteressante</i> 1996	108



PROGRAMA DE AÇÃO DAS FOLHAS

(1948)

Programa de ação das Folhas (Folha da Manhã, 13/7/1948)

“Em virtude de reforma feita nos Estatutos da Empresa *Folha da Manhã S/A*, proprietária dos jornais *Folha da Manhã* e *Folha da Noite* pela Assembléia Geral Extraordinária de 3 de maio findo o parágrafo único do artigo primeiro que dispõe sobre esses jornais, obedecerão, obrigatoriamente, ao programa de ação aprovado pela Assembléia Geral, e que se caracterizará sempre por absoluta imparcialidade em política partidária e inflexível defesa do interesse público.”

Para atender essa nova determinação estatutária, a diretoria apresentou à Assembléia, daquele mesmo 3 de maio, o programa de ação abaixo reproduzido, que foi aprovado sem restrições e por unanimidade de votos dos acionistas presentes.

1. – Em razão dos diferentes aspectos da atividade jornalística, devem considerar-se separadamente a informação, a opinião, a colaboração e as fontes de receita.

I. – A Informação

2. – As Folhas noticiam tudo que de importante acontece no País, no Interior e na capital do Estado, e o fazem de maneira objetiva, para que suas páginas espelhem fielmente os fatos. Não os inventam, não os omitem, não os alteram, para servir a quaisquer propósitos ocultos, sejam religiosos, políticos, econômicos ou sociais. Sejam bons ou maus, agradem ou não a quem quer que seja, os fatos aparecerão sempre nas Folhas, com o relevo adequado, conforme se trate do matutino ou do vespertino.

3. – O propósito de fidelidade aos acontecimentos é muitas vezes perturbado pela deficiência de agências telegráficas, de correspondentes e de repórteres. Para evitar ou diminuir esse mal, as Folhas continuarão substituindo esses elementos de informação por outros mais capazes e idôneos, sempre que isto se torne necessário e possível. Não descansam nem descansarão nunca no trabalho de escoimar o noticiário das imperfeições que tão freqüentemente acompanham serviços dessa natureza na imprensa de todo o mundo.

II. – A Opinião

4. – A Folha da Noite, pela sua natureza de vespertino, prefere dedicar-se principalmente aos problemas locais ou, mais exatamente, aos problemas da cidade de São Paulo.

5. – A Folha da Manhã, por sua vez, opina sobre os fatos relevantes que acontecem no mundo e debate os assuntos importantes da atualidade. Fala sem paixão, quer se trate de política interna, quer se trate de externa, e prefere que suas opiniões sejam mais seguras do que brilhantes, mais justas do que veementes.

6. – Uma comissão, formada por especialistas das matérias que mais freqüentemente se versam, debate em sessões regulares os temas do momento e, desse debate, é que emerge a orientação dos tópicos e artigos de fundo. Para tomar posição em face de qualquer problema, a comissão indaga obrigatoriamente o que mais convém, não a governos, partidos ou classes, mas apenas ao “interesse público”, e por esse critério é que se pautam os comentários e campanhas.

7. – E evidente que semelhante trabalho, desenvolvendo-se no terreno ilimitado e controvertido de opiniões, seria improdutivo, se não obedecesse a algumas linhas mestras predeterminadas. Procuramos fixá-las da seguinte maneira, em relação a três assuntos de capital importância:

8. – Política Internacional

a) Autodeterminação dos povos. b) – Acomodação de seus interesses vitais por meio de acordos e tratados que reduzam ou eliminem os conflitos econômicos e ideológicos, freqüentemente responsáveis pela guerra. c) Reunião dos Estados em organismos internacionais de âmbito cada vez mais amplo, dotados de cortes de justiça que tenham o poder de julgar conflitos, impor sanções aos transgressores, executar efetivamente as sentenças, para que a ordem jurídica que já foi capaz de estabelecer a paz no interior das nações possa também estender os seus benefícios à órbita internacional.

9. – Organização e Funcionamento do Estado Brasileiro

a) - Regime representativo, Federação e República. b) - Divisão da soberania popular em poderes independentes e harmônicos. c) – Autonomia dos Estados. d) – Autonomia dos municípios e expansão da vida municipal. e) - Descentralização administrativa. f) - Sufrágio universal, voto obrigatório e secreto, representação proporcional, pluralidade de

partidos e justiça eleitoral. g) - Respeito à autoridade constituída, sem prejuízo de amplo direito de criticar. h) - Garantia a nacionais e estrangeiros dos direitos concernentes à vida, à propriedade, à liberdade de trabalho, de pensamento, de opinião, de imprensa, de rádio, de cátedra, de reunião, de associação e de locomoção apenas com as limitações impostas pelo bem comum, mas excluía a pena de morte. i) - Legislação adaptada às necessidades da época, que facilite e proteja o progresso da vida nacional e assegure aos cidadãos justiça rápida e econômica. j) – Progressiva melhoria da condição dos funcionários públicos e trabalhadores em geral, mas exigência de disciplina, eficiência e produção, para que possa haver verdadeira paz social. k) – Defesa Nacional a cargo das forças armadas, cuidadosamente preparadas. l) - Política econômica baseada na livre iniciativa privada sem excluir o direito e o dever público, de suprir as deficiências dessa iniciativa pela elaboração e execução de planos destinados a acelerar o progresso econômico do País. m) – Combate a todas as formas de exploração do povo para que a liberdade dos mais fortes não asfixie o direito de sobreviver dos mais fracos. n) – Largo estímulo às classes produtoras, para que a produção alcance os níveis reclamados pelo nosso comércio interno e externo. o) – Política emigratória que incentive a entrada no País de bons elementos estrangeiros, e lhes facilite a aquisição de cidadania brasileira. p) - Proteção da família. q) Educação e instrução ao alcance de todos, e não apenas dos ricos. r) - Política sanitária de melhoria das condições físicas e mentais do povo. s) – Amplo desenvolvimento dos serviços sociais, nas cidades e nos campos.

10. – Questão Social

a) – Conservação das nossas instituições, melhorando-se sempre, primeiramente pela honesta execução do muito que há nelas de bom e pela supressão de seus aspectos anacrônicos e substituição por outros que sejam mais adequados aos tempos em que vivemos. b) Preparação das classes privilegiadas e do povo em geral, para a progressiva socialização da vida, sem violências ou traumatismos revolucionários. c) Estudo e propaganda das bases de uma organização social em que haja bastante estímulo para os homens inteligentes e trabalhadores, mas que também assegure aos menos capazes de recursos que a civilização está obrigada a proporcionar a todos os cidadãos, se não quiser atentar contra a dignidade humana.

III – A Colaboração

11. – As Folhas se esforçam para melhorar continuamente o seu corpo de colaboradores nacionais e estrangeiros. Ora pela carência de papel, ora pelos seus preços altos, são, todavia, obrigadas a não ampliar demasiadamente a colaboração, para não prejudicar demasiadamente a colaboração, para não prejudicar o espaço destinado às notícias.

IV – As Fontes de Receita

13. – A Empresa, pela sua atividade jornalística, não tem outras fontes de receitas que não sejam as de assinaturas, venda avulsa e publicidade, pelos preços constantes das respectivas tabelas.

14. – As colunas das Folhas, salvo circunstâncias particulares, estão abertas a todos os interessados.

15. – A matéria paga será publicada pelas formas habituais: a) – Quanto tiver a característica evidente do anúncio. b) Se constituir textos apenas informativo, comercial ou judicial (relatórios, balanços, editais etc.), que não contenham ataques pessoais. c) – Em se tratando de discursos, conferências, manifestos ou quaisquer outros textos, de fundo político ou não, que se revistam de interesses jornalísticos, a juízo da direção.

16. – Nos demais casos, a matéria paga será apresentada por uma destas quatro formas: a) – Com a referência sublinhada, indicativa da sua procedência em casos especiais, a juízo da direção. b) – Dentro de tarja, incluindo o título e texto quando apresente apenas interesse particular ou contenha informações, conselhos ou conceitos não externados pela Direção, ficando o título, em qualquer dessas hipóteses, limitado ao máximo de quatro colunas. c) Em “A Pedidos”, quando veicule ataques ou elogios moderados, ou por interessado que queira, em casos da letra anterior, que o título tenha mais de quatro colunas. d) – Em “Seção Livre”, quando esses ataques se revistam de aspereza ou os elogios sejam exagerados.

17. – As indicações de procedência de “A Pedidos” e de “Seção Livre” (Item 16, letras A, C e D), serão postas antes dos títulos e das respectivas matérias.

18. – A matéria apresentada por qualquer das formas previstas no item 16 deverá conter no “pé” da publicação, obrigatoriamente, a assinatura do seu responsável ou a fonte de onde provém, sempre que do próprio texto não infira com clareza quem a tenha mandado publicar.

19. – Admitida por qualquer forma a matéria paga, a publicação se fará com a exclusiva responsabilidade moral de jurídica de seus autores. Inserindo-a, nem por isso as Folhas lhe emprestarão a menor solidariedade, porque a opinião que tenham sobre todos os assuntos será manifestada através de editoriais.

20. – Não serão publicadas, de nenhum modo, retaliações pessoais contra quem quer que seja, e as matérias proibidas por lei ou condenadas pela moral.”



CARTA DE PRINCÍPIOS

(1955)

Carta de Princípios (1955)

I – Ordem Política Internacional:

1º.) Autodeterminação dos povos.

2º.) Limitação das soberanias nacionais por organizações upranacionais, criadas livremente, e que tenham estrutura e funcionamento democráticos.

3º.) Solução dos conflitos internacionais por côrtes permanentes de arbitragem.

4º.) Defesa da ideologia democrática, baseada nos direitos fundamentais e inalienáveis da pessoa humana.

5º.) Intensificação das relações políticaqs, culturais e econômicas do Brasil com todos os povos do mundo, levando em conta os interêsses do País a curto e a longo prazo.

II – Ordem Política Nacional:

1º.) Regime representativo, Federação e República.

2º.) Maioria absoluta nas eleições para o Executivo. Representação proporcional no Legislativo, com fortalecimento do princípio da maioria. Pluralidade de partidos, entendidos êstes como expressões de ponderáveis correntes de opiniões. Fortalecimento dos partidos. Voto exclusivamente de legenda. Disciplinação das atividades partidárias pela Justiça eleitoral. Voto secreto.

3º.) Parlamentarismo.

4º.) Defesa dos direitos e garantias individuais estabelecidos na Constituição Federal, dentro dos limites do interêsse social.

5º.) Liberdade de imprensa e radiodifusão, com o fortalecimento do princípio da responsabilidade.

III – Ordem Social:

1º.) Defesa da paz social, pela conjugação harmoniosa do trabalho e do capital.

2º.) Manutenção e aperfeiçoamento da legislação trabalhista, com ampliação da esfera dos direitos e dos deveres dos trabalhadores.

3º.) Unificação da previdência social, garantida pelo poder público. Aposentadoria apenas por implemento de idade e por invalidez permanente para o trabalho, inclusive no funcionalismo público.

4º.) Descentralização da assistência social, atribuindo-a gradativamente e mediante normas legais a empresas ou instituições particulares capazes de prestá-la eficientemente em sua área de ação.

5º.) Extensão gradativa da legislação trabalhista ao campo, atendendo-se, porém, às peculiaridades do trabalho rural.

IV – Ordem Econômica e Financeira:

1º.) Livre empresa e propriedade individual, com estímulo e suplementação do Estado, visando ao aceleração do progresso econômico e social, à garantia da liberdade de concorrência e à democratização dos meios de acesso à propriedade, sobretudo da terra.

2º.) Estímulo à acumulação capitalista, socializando-se, porém, o mais possível, a detenção do capital através de sistemas racionais de participação dos trabalhadores nas responsabilidades e benefícios dos empreendimentos.

3º.) Política financeira adequada ao desenvolvimento econômico e social, com regularização das emissões, simplificação dos impostos, racionalização do aparelho arrecadador, saneamento do mercado de títulos e controle cambial e alfandegário exercido exclusivamente no interesse do bem geral. Orientação tributária que, visando gravar lucros gerais, não dificulte a circulação de riquezas e não contribua para o encarecimento do custo da vida.

4º.) Criação de um sistema bancário com base no Banco Central e atendendo a especializações, particularmente no setor dos investimentos e do crédito rural.

5º.) Melhoria da produtividade, como processo de caráter fundamental para o barateamento dos custos para o progresso econômico, através de aperfeiçoamentos técnicos, racionalização dos sistemas de direção e execução, melhoria das relações nas empresas, formação profissional, amplo estímulo ao melhor trabalho produzido no menor tempo.

6º.) Organização racional dos transportes e comunicações, atendendo-se às necessidades de conjugação dos diversos processos e à ponderação dos cálculos do custo, tanto do investimento como do uso.

7º.) Planos especiais do abastecimento interno, sobretudo nos grandes centros, através de redes de armazéns e silos, de preferência explorados por organizações particulares, articuladas com os meios de transporte, e estímulo à agricultura de subsistência nas áreas mais próximas das grandes cidades.

8º.) Racionalização do comércio externo e interno, inclusive sob a forma cooperativista e com a intensificação da organização de bolsas, feiras e mercados de atacadistas e varejistas.

V – Administração Pública:

1º.) Descentralização administrativa, com atribuição, aos municípios, de serviços de educação, saúde e assistência social, ora executados pelo Estado ou pela União, e dentro de normas nacionais. Planejamento dos serviços municipais.

2º.) Fortalecimento da receita municipal, que deverá participar com 50% no mínimo da arrecadação tributária que se fizer em cada município.

3º.) Admissão de servidores públicos mediante concurso, limitação de seu número às exigências do serviço público. Plano de classificação de cargos e plano de níveis retributórios, administrados de maneira permanente e sempre atual; adoção de regime de seguro para os casos de exercício com risco de vida e saúde.

4º.) Plena produtividade do serviço público, permanente correção das causas de desperdício; racionalização do sistema de compras e contratos de obras e serviços pelo Estado; severa limitação de feriados e pontos-facultativos.

5º.) Elaboração sistemática de planejamentos regionais para a administração, que atendam às diferenciações do País e possam, com a cooperação executiva da União, Estados, Municípios e particulares, contribuir para o desenvolvimento específico de zonas determinadas, de características geo-econômicas afins.

IV – Justiça:

- 1º.) Plena garantia de independência e funcionamento do Poder Judiciário.
- 2º.) Vitaliciedade, inamovibilidade e irredutibilidade de vencimentos da magistratura e do Ministério Público.
- 3º.) Nenhuma justiça de caráter especial, salvo a militar, a eleitoral e a trabalhista.
- 4º.) Revisão dos Códigos de Processo, para melhor adaptação às diferenciações regionais de desenvolvimento econômico, social e demográfico.
- 5º.) Competência estadual para a organização judiciária, exceto os tribunais federais, de alçada nacional, a justiça eleitoral e a justiça militar referente às forças armadas da União.
- 6º.) Recursos materiais à Justiça, visando a sua celeridade, descentralização e barateamento, a fim de que se torne a mais democrática possível.
- 7º.) Aperfeiçoamento da organização material e de pessoal do Ministério Público, a fim de aparelhá-lo, de maneira eficaz, para orientar e dirigir investigações e providências no interesse da salvaguarda da sociedade.
- 8º.) Provimento dos cargos na Justiça através de concurso, visando à rigorosa seleção de pessoal.
- 9º.) Oficialização das serventias de justiça, na medida em que se obtiverem níveis de pessoal e material que garantam a eficiência dos serviços forenses.

VII – Povoamento e Recursos Naturais

- 1º.) Combate à excessiva concentração urbana como processo de desumanização da vida, desorganização do equilíbrio de produção, aproveitamento irracional dos recursos naturais e provocação de crises econômicas e sociais.
- 2º.) Intensificação, mediante assistência financeira, técnica e social, dos planos de colonização de áreas não povoadas do País, com a adoção, todavia, de processos que evitem a destruição sistemática da flora e da fauna, o desperdício do solo e a rarefação da água e que considerem a

necessidade da manutenção de reservas nativas, vegetais e animais, técnica e isoladas e mantidas.

3º.) Apelos constantes às correntes imigratórias, de preferência àquelas que já provaram bem no País, de maneira que, afastados embora preconceitos de raça, cor e religião, se atenuem o mais possível os conflitos culturais dentro do território nacional.

4º.) Disciplina das correntes migratórias internas, com meios que não atentem contra a liberdade de locomoção, nem impossibilitem a ocupação de zonas novas, mas que não estimulem o abandono em massa de zonas velhas, nem afetem a saúde pública e a dignidade humana.

5º.) Interiorização da capital do País.

6º.) Os recursos naturais não são inesgotáveis e constituem patrimônio fundamental de cada país, devendo assim ser aproveitados racionalmente e mantidos e recuperados, quando necessário e possível.

7º.) Controle, pelo Estado, das riquezas do subsolo, do ar, dos rios e ribeirões, dos mares, lagos e quedas d'água, bem como das reservas florísticas e faunísticas, podendo, - e mesmo devendo, em certos casos práticos - ser confiada por ele a exploração econômica desses recursos a particulares, tendo em vista o bem geral e resguardada a soberania nacional.

VIII – Educação:

1º.) Ensino de grau primário, médio e superior, inteiramente gratuitos, ministrados diretamente pelo Estado ou financiados por ele.

2º.) Estímulo à iniciativa particular, para suplementar a instrução sempre que o Estado não possa desincumbir-se sozinho dessa tarefa.

3º.) Vitaliciedade, inamovibilidade e irredutibilidade dos vencimentos do magistério público.

4º.) Criação de condições favoráveis ao aperfeiçoamento dos professores, especialmente por meio de bibliotecas especializadas e facilidades para estágio em centros de pesquisa e ensino mais desenvolvidos.

5º.) Descentralização, lenta e planejada, do ensino superior, na medida em que a existência de professores disponíveis e meios materiais possibilitem essa orientação, sem rebaixamento do nível de ensino.

6º.) Formação intensiva de especialistas em ciências exatas, econômicas e sociais, de interesse para o desenvolvimento material do país.

7º.) Eliminar qualquer discriminação de vencimentos e outras regalias entre as diversas classes de nível universitário, às quais pertencerão indistintamente todos os elementos com diploma oficial ou reconhecido, independente da duração deste.

IX – Saúde Pública:

1º.) A saúde pública, expressa no equilíbrio orgânico e psíquico do cidadão, é fator essencial ao progresso da coletividade e deve, por isso, constituir preocupação dominante dos governantes.

2º.) Combate sistemático e radical às grandes endemias que minam a capacidade produtiva do povo, efetuando-se esse combate através de planos federais efetivamente realizados pelos Estados e Municípios, com auxílio técnico e financeiro da União, por meio de convênios que interessem as zonas a sanear.

3º.) Atribuição aos centros de saúde e unidades sanitárias das capitais e do interior, especialmente estas últimas, de função predominantemente educativa e preventiva e não apenas curativa.

4º.) Formação intensiva de médicos sanitaristas, aos quais deverão competir as tarefas oficiais de saúde pública.

5º.) Ampla difusão dos princípios de higiene mental e combate a todas as iniciativas que a ela se oponham.

6º.) Prestígio da pesquisa científica como base para os programas de saúde pública.



PROJETO EDITORIAL 1981

“A Folha e alguns passos que é preciso dar”

Projeto Editorial 1981

"A Folha e alguns passos que é preciso dar"

Junho, 1981

Um tipo de jornal

O objetivo de um jornal como a Folha é, antes de mais nada, oferecer três coisas ao seu público leitor: informação correta, interpretação competente sobre essa informação e pluralidade de opiniões sobre os fatos.

Por informação correta entende-se a descrição de tudo aquilo capaz de afetar a vida e os interesses que se acredita serem os dos leitores.

Essa descrição é realizada na forma mais sintética, despojada e distanciada possível (embora seja quase sempre impossível atingir a neutralidade absoluta. Ao contrário, isso é raramente factível. Existem, na realidade, descrições mais neutras, ou seja, mais objetivas que outras; de onde se deduz que a neutralidade é uma quimera, mas aproximar-se de neutralidade não é).

Por interpretações competentes a respeito dos fatos entendem-se os comentários e análises redigidos por profissionais que, conforme os critérios adotados pelo jornal, aliam o domínio sobre uma determinada área do conhecimento ou da atividade humana ao domínio sobre a técnica de escrever, combinando em seus textos ambas as habilidades.

Por pluralidade de opiniões sobre os fatos entende-se a publicação de textos, artigos, depoimentos, entrevistas etc. que, tomadas em seu conjunto, funcionem como uma reprodução mais ou menos fiel da forma pela qual as opiniões existem e se distribuem no interior da sociedade.

É evidente que, uma vez fixado o objetivo assim definido, não há um meio automático que permita saber se os critérios utilizados em cada caso estão atendendo às finalidades propostas ou não; só parece possível ter alguma certeza sobre essa questão por meio de processos demorados de discussão interna, combinados à observação atenta das reações dos leitores, que podem punir ou premiar o jornal.

Mas para o tipo de jornal que a Folha parece decidida a ser não basta o atendimento daquelas três finalidades mencionadas no primeiro parágrafo.

Em outras palavras: não é suficiente oferecer ao leitor uma amostra representativa da pluralidade real das opiniões que existem.

Se o jornal se satisfizer com isso, nunca passará de um mero repositório, sem forma nem vontade, das opiniões que a sociedade vai produzindo (o que, no caso do Brasil, já significaria a prestação de um grande serviço).

É necessário que o jornal, sem discriminar opiniões diversas das que adota (e, ao contrário, estimulando polêmicas com elas), tenha as suas próprias convicções sobre os fatos e os problemas. Elas é que transformam o jornal em um ser ativo, com uma identidade visível e um certo papel a desempenhar.

São, também, as opiniões oficialmente expostas pelo jornal que possibilitam o desenrolar de um importante diálogo silencioso entre o leitor e o seu jornal, diálogo que, com o passar do tempo, cimenta os laços de respeito e de estima entre o jornal e seu leitorado.

Um ponto de passado e de futuro

No início da década passada, a Folha começou a aproximar-se mais rapidamente do modelo de jornal esboçado no item anterior deste documento interno. Não cabe aqui inventariar as condições que permitiram ao jornal fazê-lo, nem cabe tampouco sumariar os passos que vem dando e a estratégia geral que vem seguindo desde então.

Ressalta-se, apenas, a existência de alguns ingredientes que parecem muito importantes e mesmo imprescindíveis nesse processo: saúde economia e financeira da empresa, firme disposição para a independência jornalística e para a superação das tradições paroquiais da imprensa tradicional, senso de oportunidade para saber avançar somente quando as circunstâncias ao mesmo tempo permitem e reclamam, e - por fim, mas não menos importante - a existência de uma idéia que mereça ser posta em prática: no caso, o projeto de um jornal estabelecido em linhas muito gerais no item anterior.

Para a discussão que se propõe no momento, interessa que nos detenhamos um pouco sobre esse projeto, essa "idéia de jornal". Pode haver inúmeras coisas por trás de uma idéia; normalmente, porém, elas são ou coisas que se prometem ou coisas que se oferecem.

Quando, na década passada, deu começo à sua "revolução política", "abertura" ou que outro nome se queira dar a esse processo que nos é conhecido, a Folha nada tinha a oferecer à

opinião pública, aos leitores, anunciantes e mesmo aos profissionais e colaboradores que nela trabalhavam e atuavam, a não ser intenções.

É claro que já havia a solidez empresarial, fruto de uma concepção administrativa e comercial ao mesmo tempo austera, diligente e por vezes agressiva; já havia uma infra-estrutura industrial moderna e um sistema de distribuição de exemplares reconhecidamente bem-sucedido em São Paulo e Estados adjacentes. Havia, ainda, um número de leitores bastante elevado (para os padrões brasileiros), fiéis ao jornal.

No entanto, com relação ao projeto, à "idéia de jornal" propriamente dita, nada havia além de intenções e, portanto promessas a oferecer. Era natural, dessa maneira, que a Folha lançasse mão de todo e qualquer recurso que pudesse auxiliar na sua caminhada, ainda que precária e provisoriamente; era natural, por exemplo, que aproveitasse os ventos da abertura que sopravam já no período 1974-1978 para concentrar a maior parte de seus esforços na criação de impacto opinativo ("agora sim a Folha tem opinião", dizia-se com alguma frequência, pouco importa neste momento se acertada ou equivocadamente) que permitisse ao jornal alçar-se no conceito público.

Houve, ao longo dos anos, muito trabalho, algumas crises (o chamado "caso Diaféria", a greve praticamente integral da categoria dos jornalistas em 1979, entre outras), sucessos, decepções etc. Hoje a situação não é mais a mesma.

A Folha já tem, afora as intenções ainda por realizar, intenções já realizadas. Embora haja um sem-número de críticas que merecemos e que com frequência nos fazemos, o jornal representa atualmente muito mais do que já representou através de sua atuação e imagem públicas no passado.

Ao seu redor, surge um crescente consenso de que este é, de fato, um jornal independente, confiável naquilo que publica e cujas atitudes devem ser permanentemente levadas em consideração. Vem escrevendo de modo cada vez mais nítido o seu papel real na cena política, preenchendo a função de um órgão liberal-progressista, ou seja, numa só frase: partidário dos princípios e métodos legados pelo liberalismo político e preocupado com a necessidade de introduzirmos reformas pacíficas mas profundas no capitalismo brasileiro, destinados a solucionar os problemas sociais mais graves e criar convivência social estimável para a maioria e aceitável para as minorias.

Os passos necessários

Para prosseguir em seu projeto, para manter e ampliar as suas posições no mundo jornalístico, para defender as estacas que já demarcou na cena pública e, especialmente, para ser cada vez mais um jornal que contas com a confiança do público leitor de jornais (porque não deturpa, ao menos deliberadamente, fatos, porque não tem preconceitos, porque não faz campanhas de linchamento moral, porque procura não ser nem elitista nem sensacionalista) - para realizar essas tarefas, este jornal precisa tornar as coisas mais claras ainda.

Precisa, sobretudo, que todas as pessoas que ocupam posições de chefia ou de grande responsabilidade individual na sua estrutura interna conheçam qual é o projeto; o que conseguimos, coletivamente, fazer até hoje e o que pretendemos para o futuro. Podemos dizer que o projeto vem dando certo: é indubitável que a Folha é hoje um jornal mais influente, mais forte e mais conhecido do que era na década passada e mesmo nas décadas anteriores. Parece especialmente fora de dúvidas que a Folha vem prestando, de forma concreta, um serviço útil à democracia pela publicação honesta dos fatos e pela divulgação de um amplo painel de idéias, em artigos ou em debates realizados no jornal.

O Brasil atravessa um período de graves dificuldades econômicas e sociais, que se justapõem a um momento de transição política. Estas circunstâncias naturalmente submeterão o jornal a duras provas, para o enfrentamento das quais ele deve estar preparado.

Nesse passo, o núcleo dirigente do jornal (editores, subeditores, diretores de Sucursal e correspondentes no exterior) precisa estar consciente e capacitado para impedir qualquer arranhão na linha de independência que vimos trilhando.

Trata-se de aprofundar essa característica numa conjuntura em que ela será atacada, em que interesses de variada natureza (legítimos, de resto, se postos em seu leito adequado) tentarão introduzir-se em nossas páginas com intenções hegemônicas ou excludentes do livre curso de opiniões e em prejuízo do registro isento dos fatos.

A manutenção do princípio da independência, portanto, exige uma atitude firme e justa, sem hesitações quanto à sua aplicação. Não se trata, frisamos, de estabelecer no jornal qualquer discriminação ideológica ou política na seleção de temas a serem abordados ou de pessoas que conosco trabalhem, mas de manter a linha independente do jornal, sem concessões de quaisquer espécies.

O que propomos, então, para esta nova fase que vivemos?

É nossa convicção de que existe, já consolidado, um projeto do jornal, apenas esboçado neste documento mas claramente desenhado nos últimos anos

Por motivos que vão vem ao caso desenvolver aqui, esse projeto nem sempre é compreendido em toda sua dimensão por todos quantos fazem o jornal. E, às vezes, é agredido ou negado, quando ocorrem falhas no plano profissional, por ação ou por omissão.

Sugerimos que todos os que exercem cargos de chefia ou funções de confiança façam uma opção permanente - disponham-se a abraçar em definitivo o projeto do jornal como uma missão a ser cumprida a cada dia, com afinco, aplicação e responsabilidade, ou que desistam do cargo, por discordância ou por inapetência.

Deve ficar claro que, no pressuposto da própria linha do jornal, os que decidirem abandonar o projeto não estarão, nem de longe, convidados a romper com ele. Devem apenas ceder o lugar, exercendo outras funções, isto é, aquelas onde não haja decisões de natureza editorial ou administrativa diretamente envolvidas.

Continuaremos o relacionamento profissional sem discriminação de qualquer espécie. Manteremos, como uma qualidade inalienável do jornal, a tolerância e o estímulo à pluralidade de opiniões.

Para os que optarem por permanecer no núcleo dirigente deve ficar claro que se elevará o nível das exigências e das solicitações.

Elevar a qualidade técnica, informativa, do jornal - essa é a meta. E os que chefiam devem tomar parte ativa na sua consecução, assumindo todas as responsabilidades ligadas a esse esforço.

Nunca será demais afirmar que a ossatura de um jornal, o que lhe sustenta o corpo dando-lhe consistência e forma, são as reportagens, os textos noticiosos e as fotos de boa qualidade. Editoriais e artigos apenas complementam essa ossatura, que segue sendo a essência do jornal. Daqueles que não exercem funções de chefia, portanto, devemos exigir isenção e correção no trabalho individual, compreendendo-se estes dois conceitos como fundamentais à constante elevação do padrão técnico do jornal.

A experiência nos demonstra à sociedade que não existe outra maneira de levarmos adiante o projeto que a Folha é obrigada a encarar como missão.

São providências, estas que apresentamos acima, imperativas na defesa do futuro do jornal, dos empregos que garante, dos melhores salários que poderá oferecer e da dignidade profissional cuja proteção não constitui monopólio de ninguém.

Se estivermos corretos, como julgamos estar, quando sustentamos tais convicções, as gerações do futuro poderão olhar para a Folha e dizer: "Eis aí algo de útil e bom, algo que deve ser preservado".



PROJETO EDITORIAL 1982

“A Folha em busca do apartidarismo, reflexo do profissionalismo”

1234567890 1234567890 1234567890 1234567890 1234567890 1234567890 1234567890

1

2

3

4

5

6

169

"A Folha em busca do apartidarismo, reflexo
do profissionalismo"

Documento Interno

Conselho Editorial

Março, 1982

(texto para discussão)

01

02

03

04

05

06

07

08

09

10

11

12

13

14

15

16

17

18

19

20

RECOMENDAÇÕES: - 1) Escrever à máquina, em 3 espaços, bem alinhada ao número das linhas e sem transpor os limites do retângulo. 2) Preencher os espaços do cabeçalho de lauda e acrescentar em X (p4) à última delas, as 1 a numeração. 3) Principiar os parágrafos a 5 espaços da margem esquerda e concluir todos eles, sempre que possível, na mesma lauda em que foram iniciados. 4) Evitar frases de mais de 5 linhas. 5) Em cada lauda, no mínimo, 4 parágrafos, e no máximo 2 intertítulos. 6) Corrigir a matéria antes de encopé-la. 7) A máxima clareza nas emendas.

1. A Preocupação com a Independência do Jornal

Temos procurado definir o conceito de independência da "Folha" de maneira cada vez mais precisa, entendendo-a como desvinculação com qualquer tipo de grupo de interesses, seja de natureza política ou econômica. Isto não quer dizer, evidentemente, que a "Folha" deva ser um jornal anódino, sem posições, sem idéias. Mas quer dizer que o jornal não está aprioristicamente comprometido com posições pré-estabelecidas. Não quer dizer, tampouco, que o jornal ignora as influências a que está permanentemente sujeito (por meio de grupos de pressão, lobbies etc.) mas quer dizer que se reserva o direito - do qual é especialmente cioso - de levar essas influências em conta ou não, e de pronunciar-se a seu respeito da forma que entender mais adequada.

Em suma, os esforços nessa área podem ser resumidos na seguinte fórmula : não se trata de isolar o jornal do resto do mundo, como se numa torre de marfim; trata-se, porém, de ampliar ao máximo a sua autonomia real.

2. As exigências do profissionalismo

A opção radical pela independência está exigindo, de todos nós, grandes esforços e sacrifícios. Do ponto de vista humano, é difícil

manter o interesse público acima das nossas predisposições pessoais, das nossas idiossincrasias e dos nossos pontos de vista - até porque a essa dificuldade corresponde uma outra : a de saber onde está o interesse público, questão sempre controvertida quando se examina cada caso em concreto. A experiência tem demonstrado que só a contínua e permanente discussão interna é capaz de nos orientar a esse propósito.

Esses esforços no rumo da independência exigem, por sua vez, um crescente profissionalismo da nossa parte. Embora a imparcialidade jornalística seja uma fantasia, porque é impossível dar à notícia um tratamento absolutamente neutro (o destaque da matéria, o número de linhas, a sequência das informações que contém - tudo isso implica opções que não são neutras), ainda assim é preciso reconhecer que há tratamentos jornalísticos mais parciais do que outros. Se atingir a imparcialidade absoluta é um wishfull thinking, aproximar-se dela não é, constituindo, ao contrário, algo perfeitamente factível.

Nesse sentido, portanto, profissionalismo é sinónimo de desengajamento. É uma luta sem trégua contra o parti pris, contra o preconceito, contra o senso-comum (daí a ideia do "não é o que parece"), contra a falta de clareza e de concisão, contra as informações incom

DE S. PAULO NOME - INSTITUIÇÃO Doc. Int. DATA 03
 1234567890 1234567890 1234567890 1234567890 1234567890 1234567890 123
 1 2 3 4 5 6 172

plotas ou ambíguas. O leitor espera, do material noticioso e interpre-
 tativo (ao contrário do material opinativo), aquele mínimo de isenção
 jornalística que lhe permita compreender os fatos e suas implicações
 possíveis ou prováveis.

Em um ano de eleições, é natural que o profissionalismo signifi-
 que, sobretudo, a luta contra o partidarismo.

3. Diferentes graus de profissionalismo

O problema é real e já se faz sentir com toda a nitidez. As pres-
 sões de fora para dentro do jornal se avolumam e as tensões internas,
 provocadas pela proximidade do drama eleitoral, tornam-se mais agu-
 das. É necessário, portanto, que estabeleçamos uma pauta de defini-
 ções que permitam esclarecer o problema, adequando a sua solução ao
 Projeto do Jornal conforme definido, em linhas muito gerais, no docu-
 mento "A Folha e Alguns Passos que é Preciso Dar", de junho do ano
 passado.

O caráter jornalístico de uma matéria é que define o grau de
 profissionalismo exigido em sua produção e redação. Assim :

a) matérias não-assinadas (inclusive editoriais e "painel", além do
 noticiário não assinado) - nessas matérias, é o jornal quem, impes-
 soalmente, se dirige ao leitor. O que se exige aí, portanto, é um má-

01 ximo de profissionalismo em termos de isenção e distanciamento o que, 0
 02 no caso particular dos editoriais, reclama distanciamento ao emitir 0
 03 opiniões. A "Folha" não deseja transformar-se em um jornal partidário, 0
 04 considerando mesmo que o seu papel no processo de formação da opinião 0
 05 pública e de democratização do País será muito mais útil e valioso à 0
 06 medida em que mantiver-se apartidária (embora assumindo posição no 0
 07 que se refere às questões concretas que estão na pauta dos partidos). 0
 08 É importante, inclusive, que a "Folha" tire o máximo proveito da auto 0
 09 ridade moral que deflui dessa atitude apartidária. O caso do "painel" 0
 10 é excepcional e delicado, porque a função da coluna resvala natural- 1
 11 mente para o gossip - seria interessante que os redatores da seção 1
 12 tenham em mente, mais do que nunca, a responsabilidade de redigirem 1
 13 aquilo que, em última análise, corresponde à voz impessoal do jornal 1
 14 (uma vez que a coluna não é assinada) que deve, consequentemente, 1
 15 ser apartidária. 1
 16 b) matérias assinadas com iniciais - são compreendidas como matérias 1
 17 interpretativas ou semi-noticiosas que não correspondem, necessaria- 1
 18 mente, ao pensamento impessoal do jornal mas que, de duas uma: ou 1
 19 estão afinadas com esse pensamento em seus traços gerais ou são assi- 1
 20 nadas por pessoas que na maior parte das vezes estão de acordo com 2

REGRAS DE FORMATAÇÃO: 1) Margem superior: 2 cm; 2) Margem inferior: 2 cm; 3) Margem esquerda: 2 cm; 4) Margem direita: 2 cm; 5) Espaço entre linhas: 1,2 cm; 6) Espaço entre parágrafos: 1 cm; 7) Tamanho da fonte: 12 pontos; 8) Tipo de fonte: Times New Roman; 9) Alinhamento: Justificado; 10) Número de páginas: 29.

JORNAL DE S. PAULO NOME - MATÉRIA: Doc. Int. LAUDA: 05
 1234567890 1234567890 1234567890 1234567890 1234567890 1234567890 1234567890
 1 2 3 4 5 6

174

- 01 esse pensamento.
- 02 c) reportagens assinadas - tudo o que foi afirmado com relação às ma-
 03 térias noticiosas não-assinadas (isenção, distanciamento etc.) vale
 04 para as reportagens assinadas com a ressalva de que, nestas é lícito
 05 e até desejável que a personalidade jornalística do autor apareça com
 06 clareza, bem como o seu estilo individual. Não é preciso, portanto
 07 que o texto seja seco e absolutamente despojado - as reportagens as-
 08 sinadas comportam um interesse e um esforço pessoais do repórter no
 09 assunto abordado e toleram bem um tom semi-literário, desde que de
 10 boa qualidade.
- 11 d) artigos assinados (inclusive os ~~da~~ das colunas permanentes
 12 do jornal) - as exigências do profissionalismo aqui são muito mais
 13 tênues. Pressupõe-se, apenas, que o autor tenha legitimidade para tra-
 14 tar dos assuntos que enfoca (o reconhecimento dessa legitimidade é
 15 dado por força do próprio convite para escrever regularmente). Mas
 16 também nesses casos, o apartidarismo é um imperativo, a não ser que
 17 o jornal decida-se a criar uma coluna destinada especificamente à
 18 expressão das teses oficiais de todos os partidos reconhecidos por
 19 lei, o que não acontece. O autor de artigos (não reportagens) assina
 20 dos deve ter assegurada a sua liberdade para tratar dos seus temas

segundo o ângulo de visão que lhe parecer mais apropriado e defenden-
 do os pontos de vista que lhe parecerem corretos, mas não deve dis-
 por da liberdade para fazer proselitismo. Na verdade, o jornal dis-
 põe de um espaço permanente destinado ao debate livre de teses e de
 idéias - e, por consequência inexorável, ao proselitismo, inclusive
 o proselitismo partidário - que é a seção 2 "tendências/debates" da
 Página Três.

4. Em síntese

Em síntese pode-se dizer que, neste ano de eleições, a indepen-
 dência do jornal e o profissionalismo do trabalho jornalístico sig-
 nificam apartidarismo. A "Folha" prestará serviços mais relevantes
 à opinião pública se continuar abordando problemas, tomando posi-
 ções e abrindo espaço para pontos de vista divergentes sem atrelar-
 se, no todo ou em parte, a partidos políticos. É da autonomia da ins-
 tituição jornalística e de sua preservação que se trata.

Graus diferentes de profissionalismo são requeridos em tipos di-
 ferentes de material jornalístico. O apartidarismo ~~portanto~~ contudo
 é uma exigência presente em todos eles - não o apartidarismo dos
 autores das matérias e artigos, mas o apartidarismo de seus textos.

SP 26/3/82 - OFF



PROJETO EDITORIAL 1984

“A Folha depois da campanha diretas-já”

Projeto Editorial 1984

"A Folha depois da campanha diretas-já"

Credibilidade exige responsabilidade

A campanha diretas-já faz parte da história brasileira. Faz parte, também, da história da Folha, que aderiu à campanha em novembro do ano passado e foi o primeiro grande meio de comunicação a fazê-lo.

De novembro até a votação da emenda Dante de Oliveira, em abril, o jornal experimentou uma mobilização interna sem precedentes. Externamente, disseminou e consolidou o prestígio público acumulado nos anos anteriores. Impôs-se, ao país inteiro, como uma das principais forças formadoras de opinião pública. Conquistou um importante crédito de confiança junto à sociedade civil. Antes da campanha, era difícil ignorar a Folha; depois dela, tornou-se impraticável.

Esse desenvolvimento aumenta nossa responsabilidade. Depende do nosso trabalho levar a Folha até a sua maturidade jornalística ou fazê-la regredir, desperdiçando uma oportunidade talvez única.

Temos em nosso favor a ausência de preconceito, uma posição política aberta e que encontra ampla ressonância na opinião pública, uma disposição para crescer e mudar e ainda a relativa estagnação em que se acha a maioria dos demais grandes jornais.

Sobretudo, temos atrás de nós uma empresa economicamente sólida, financeiramente saudável e que vem adotando uma atitude crescentemente agressiva no setor publicitário e comercial. É a situação privilegiada da empresa que tem assegurado a autonomia política e a contundência editorial da Folha.

Temos contra nós graves problemas de estrutura jornalística. A empresa tem feito investimentos nessa área, e o exemplo mais notável nesse sentido é a criação da reportagem especial. Não somente na reportagem especial, mas na Folha como um todo trabalha hoje um número expressivo de jornalistas talentosos, capazes e dedicados.

Não obstante, enfrentamos dificuldades sérias. Nossos serviços noticiosos são ainda precários, a qualidade das nossas edições é muito flutuante, há altos e baixos no interior de cada edição.

A fase de instalação do sistema de vídeo está praticamente encerrada, e com sucesso. Mas o fluxo interno, desde as fontes de produção até a impressão, é cheio de percalços e irregularidades. Não conseguimos cumprir o cronograma imposto pelas exigências industriais e da circulação. Nossos mecanismos de controle sobre o padrão técnico do material editado são falhos: é raro que uma edição da Folha não apresente erros grosseiros de informação e de edição.

Assoberbados pelo acúmulo de trabalho, que às vezes conduz quase à exaustão física e psicológica, os jornalistas que ocupam cargos de chefia estão excessivamente absorvidos pela

rotina e pelos problemas do dia-a-dia, sem tempo - e frequentemente sem ânimo - para atacar os problemas de estrutura, que são a verdadeira causa dos problemas diários.

Nossos critérios ainda são muito heterogêneos e, além disso, é comum faltar orientação editorial para repórteres ou redatores, que se ressentem da falta de instruções precisas e uniformes. Finalmente - e apesar das constantes substituições de pessoal, responsáveis em parte por uma certa turbulência que intranquiliza a Redação -, ainda há um número considerável de jornalistas cuja qualificação profissional não está à altura das exigências colocadas pelo Projeto da Folha. Não há tempo nem condições materiais para adestrá-los e prepará-los adequadamente; terão que ser substituídos. A empresa terá que investir para viabilizar essas substituições e para remunerar melhor a maioria que permanecerá.

A busca do jornalismo moderno e apartidário

O Projeto em curso na Folha teve origem em discussões que iniciaram por volta de 1974; há dez anos, portanto. O modelo de jornalismo que este Projeto advoga está claramente delineado em dois documentos sucessivamente produzidos no âmbito do Conselho Editorial: "A Folha e alguns passos que é preciso dar" (junho, 1981) e "A Folha em busca do apartidarismo, reflexo do profissionalismo" (março, 1982). O crescimento contínuo do prestígio, da credibilidade e da influência da Folha constitui um sintoma inequívoco de que este Projeto está correto. Temos um mandato expresso de quase 300 mil compradores de jornal, renovado a cada dia nas bancas e na não-suspensão das assinaturas, para levar esse Projeto adiante. É em nome dos quase 900 mil leitores reais, que estão por trás daqueles 300 mil, que fazemos a Folha. É o mandato conferido implicitamente por eles e que eles podem cassar a qualquer dia que legitima as nossas decisões.

As idéias gerais que norteiam o modelo de jornalismo que vimos procurando pôr em prática estão condensadas a seguir. Trata-se de um jornalismo crítico, pluralista, apartidário e moderno.

Crítico - Não basta relatar os fatos, é preciso expô-los à crítica.

Por definição, qualquer fato jornalístico é objeto da crítica jornalística. Pode ser a crítica propriamente dita, como, por exemplo, no editorial ou no artigo assinado. Pode ser a crítica realizada por meio da interpretação do fato e da análise de suas causas e consequências, como na reportagem ou no texto de apoio assinado. Pode ser crítica que o repórter realiza quando compara fatos, estabelece analogias e veicula diferentes versões sobre um mesmo fato. Todo fato comporta mais de uma versão; a verdade pode emergir da contradição entre diferentes versões. Não é errado publicar versões contraditórias; errado é o jornal ou o jornalista fazer-se de árbitro da verdade e impedir uma ou várias versões de chegar até o leitor. O tom de crítica - serena e fundamentada - deve permear o jornal da primeira à última página. Não somos jornalistas para elogiar, mas para criticar.

Pluralista - A sociedade é plural; há sempre interesses e pontos de vista em conflito. O melhor serviço público que um jornal não-partidário pode fazer é tornar essa realidade transparente; é

reproduzir, em suas páginas, e na proporção mais exata possível, a forma pela qual as divergências se distribuem no interior da opinião pública. Isto não significa que o jornal se abstenha, que não toma posição, que é "neutro" - nada disso. Mas o jornal não quer impor suas opções ao leitor, não quer aprisioná-lo numa camisa-de-força ideológica, não quer tiranizá-lo. Vamos deixar que as dissonâncias corram soltas, vamos estimular a polêmica, vamos tornar tudo - inclusive o próprio jornal - cada vez mais visível, mais público e mais transparente para o leitor. Ele que decida de acordo com o seu próprio interesse, que ele sabe avaliar muito melhor do que nós.

Também o pluralismo deve permear o jornal do começo ao fim. As reportagens precisam relatar os vários pontos de vista das pessoas envolvidas com o fato; ao pautar artigos, devem balancear-se tendências diferentes e, se possível, opostas; idem ao se pautarem debates, entrevistas etc.

Apartidário - A Folha é grande o suficiente e abarca um número suficientemente alto de leitores para que pudesse ser um jornal partidário; uma opção partidária significaria, hoje, reduzir nosso impacto sobre a opinião pública e autocondenarmo-nos ao isolamento. Ser um jornal partidário é ser um jornal organicamente vinculado a um partido político, a uma tendência ideológica, a um grupo econômico, a um governo, a um líder. Não temos, felizmente, qualquer vinculação desse tipo. Mas ser um jornal apartidário não significa ser um jornal que não toma partido. Pelo contrário, a Folha faz questão de tomar partido no maior número possível de temas. Mas não tomamos partido mecanicamente; não fazemos, para utilizar uma expressão de origem diplomática, "alinhamentos automáticos". Cada questão é uma questão, e nós tomamos partido em relação a ela especialmente, não em relação à estratégia geral de quem a propõe, seja um partido, um grupo etc.

Moderno - O sentido de moderno é, no caso, bem concreto. Jornalismo moderno na medida em que se propõe a introduzir, na discussão pública, temas que até então não tinham ingresso nela. Na medida em que põe em circulação novos enfoques, novas preocupações, novas tendências.

O principal objetivo do nosso trabalho é formar, entre nós, uma opinião pública esclarecida, crítica e atuante.

Precisamos atacar os problemas

Precisamos identificar e atacar diretamente os problemas de estrutura. Antes de tudo, temos que uniformizar nossos critérios editoriais e técnicos. Está praticamente concluído o Manual Geral da Folha. Ele é fruto de um processo que se estende desde o final do ano passado.

Um esboço originário, solicitado pelo Conselho Editorial à direção da Sucursal do Rio, foi longamente desenvolvido pela equipe que no início deste ano integrava a Direção de Redação (editor-responsável, secretário do Conselho e secretário de Redação). Foram pedidas críticas e sugestões à chefia da Agência, aos editores, à cúpula da Sucursal de Brasília, aos repórteres especiais e a alguns colaboradores do jornal.

Não se trata de um evangelho editorial. Trata-se de uma base de referência que traduz uma visão uniforme sobre os vários problemas da atividade jornalística. Organizado sob a forma de centenas de verbetes práticos, o Manual Geral vai sustentar as nossas discussões e decisões com a objetividade do texto escrito, que substituirá a subjetividade das opiniões pessoais.

É consenso que o ponto frágil da Folha é a informação. Precisamos informar mais e melhor. Temos que publicar textos mais corretos, mais objetivos, mais concisos, mais claros, mais completos e, sobretudo, mais exatos. A chefia da Agência está concentrando esforços numa verdadeira batalha pela exatidão em todos os níveis. Esta é a tarefa prioritária. É imprescindível que todos nós estejamos firmemente engajados nela.

Os companheiros que ocupam cargos de chefia na redação e sucursais devem dedicar menor tempo e atenção aos trabalhos da rotina diária, os quais devem ser delegados a subordinados que possam responder pelas consequências da execução. Em contrapartida, os que exercem aquelas funções de chefia precisam voltar-se para o que estamos chamando de problemas estruturais.

Precisam orientar mais suas respectivas equipes, expondo os objetivos e discutindo as falhas ocorridas. Precisam utilizar a imaginação para impulsionar o trabalho de pauta e para conceber novos enfoques em relação ao noticiário. Precisam planejar antecipadamente as suas edições e estabelecer esquemas alternativos a serem adotados caso o planejamento fracasse ou novos fatos determinem que ele seja modificado ou simplesmente abandonado - não está errado mudar o que se planejou; errado é não ter planejado nada.

Precisam, ainda, agilizar o relacionamento entre as editoriais e a reportagem, sucursal e correspondentes. Precisam, também, investir jornalisticamente em alguns assuntos, que considerem promissores, em detrimento de outros, que merecerão apenas registro no jornal. É necessário audácia editorial para apostar nesta pauta e minimizar aquela outra, assim como é preciso determinação para recusar trabalhos de qualidade insatisfatória, para punir erros cometidos e para, em última instância, substituir profissionais.

Quem exige esse zelo rigoroso é o interesse do leitor, ele próprio cada vez mais exigente. Nós não temos alternativa exceto a intransigência técnica. Os companheiros que não exercem cargos de chefia precisam investir constantemente em seu próprio desenvolvimento profissional. Embora as estruturas da carreira jornalística sejam mal organizadas na nossa redação e apesar de existirem desníveis muito pronunciados na nossa estrutura salarial, a Folha é reconhecidamente permeável. Para que "se tenha futuro na Folha" não se requer experiência, nem "muitos anos de casa" ou de idade, nem se pedem atestados ideológicos a quem quer que seja. Os companheiros que não exercem cargos de chefia devem defender seus interesses pessoais em favor dela. Devem brigar por suas pautas, devem discutir abertamente com suas chefias, devem tomar conhecimento e questionar a avaliação que é feita, mensalmente, acerca de seu próprio desempenho.

Devem procurar aprender e aperfeiçoar-se e profissionais. Devem mostrar na prática a qualidade de seu trabalho e argumentar por ele, no trabalho e no debate. A Folha estimula a polêmica em todos os níveis salvo o da execução.

A Folha é o meio de comunicação menos conservador de toda a grande imprensa brasileira. É o que mais tem-se desenvolvido nestes anos. É o mais sensível aos movimentos da opinião pública e é também o mais ágil. Politicamente é o mais arrojado. É com certeza o que encontra maior repercussão entre os jovens. Foi o que primeiro compreendeu as possibilidades da abertura política e o que mais se beneficiou com ela, beneficiando a democratização. É o jornal pelo que a maioria dos intelectuais optou. É o mais discutido nas escolas de comunicação e nos debates sobre a imprensa brasileira. Está no rumo certo, graças à lucidez e à competência dos que dirigem a empresa e graças ao trabalho jornalístico que conseguimos desenvolver até aqui.

Contamos agora com o respaldo da Folha da Tarde, que continuará sendo um jornal diverso da Folha, mas que passa a atuar ao nosso lado, segundo uma estratégia comum que prevê uma relação de complementaridade entre ambas.

Do prosseguimento firme do nosso trabalho depende a meta mais alta: fazer da Folha o principal jornal do país e dos profissionais que nela trabalham os mais valorizados e respeitados de toda a categoria.



PROJETO EDITORIAL 1985-1986

“Novos rumos”

Projeto Editorial 1985-1986, Julho de 1985

Novos rumos

Depois da redemocratização

A implantação de um regime democrático mudou muita coisa no país. O espaço público, antes fechado e dicotômico, abriu-se em matizes sofisticados e possibilidades múltiplas. Trata-se de um novo período, com dificuldades e perspectivas novas.

De agora em diante, o crime será cada vez mais apenas o crime, o cientista terá que se preocupar cada vez mais com a sua ciência e o jornal, mais do que nunca, volta a valer antes pelo que ele é como jornal do que pela sua atitude em face de uma conjuntura.

O desenvolvimento da Folha depende, hoje, mais da posição do jornal em relação ao mundo do que da forma pela qual ele trata o mundo e o incorpora à existência pessoal do leitor. Na mesma linha, o desenvolvimento ao Projeto que orienta a Folha depende sobretudo de duas coisas: de que ela se caracterize de maneira original como uma publicação com imagem pública ostensivamente diferenciada e de que se torne um produto de mercado indispensável ao público pela quantidade do serviço de interpretação, de opinião e - principalmente - de informação que produzir.

Por imagem pública devemos entender a unidade formada pelo corte ideológico das preocupações do jornal, pelo seu estilo editorial e pela sua fisionomia plástica.

É preciso que essa unidade seja reconhecida pelos que lêem a Folha e vivida pelos que a fazem. Não devemos ambicionar as unanimidades (como ocorreu na época da campanha pelas diretas-já) mas sim o reconhecimento da identidade pela diferença (como ocorreu durante a cobertura da doença do presidente Tancredo Neves).

Devemos aprofundar a política editorial traduzida na prática de um jornalismo crítico, apartidário, moderno e pluralista.

A crítica mais forte é que revela fatos documentados e incontestáveis, mostrando a conexão entre eles sempre que essa conexão também estiver comprovada. Tal crítica é mais eficaz do que qualquer crítica adjetiva, baseada em opiniões, travestidas ou não de "interpretação".

Praticar a crítica substantiva, assim definida, contra tudo e contra todos, é obrigação não apenas moral mas política do jornalismo, especialmente em um país que as circunstâncias dotaram tão generosamente de problemas e de possibilidades.

Crítica contra tudo e contra todos porque a Folha é e precisa ser radicalmente apartidária. É imaginário supor que o jornal possa emitir compromissos com este ou com aquele setor ideal da sociedade. Sociologicamente, a única base social do jornal é o grupo heterogêneo constituído pelos seus leitores. No caso da Folha as pesquisas evidenciam o quanto heterogêneo esse público é, seja pelas suas modalidades de inserção na economia, seja pelas suas expectativas, mentalidades e preferências.

O jornal precisa ser apartidário porque a base de leitores é pluripartidária. Vamos atravessar um período eleitoral em que esse distanciamento crítico da Folha em relação a partidos e candidatos tem de ser reforçado. Críticas a essa atitude não nos devem impressionar: ao contrário, a quantidade delas ao longo das campanhas eleitorais será a melhor evidência de que estaremos desenvolvendo uma atuação de fato crítica e apartidária.

Do ponto de vista do Projeto, o exercício da crítica jornalística não constitui um direito, mas uma obrigação, assim como o exercício do apartidarismo não é uma regalia, mas um encargo.

O documento "A Folha depois da campanha diretas-já ", de junho de 1984, definia jornalismo moderno como aquele "que se propõe a introduzir, na discussão pública, temas que até então não tinham ingresso nela", colocando "em circulação novos enfoques, novas preocupações, novas tendências". O vulto desse desafio redobra numa sociedade politicamente aberta e que deseja retomar o desenvolvimento.

Se o jornalismo é uma maneira de tornar o mundo diário transparente aos olhos do leitor-cidadão, não se pode excluir dessa transparência a antecipação do que está para acontecer na técnica, na vida cotidiana, na consciência das pessoas. Para isso, precisamos cultivar a audácia, a sensibilidade e a vontade editorial necessárias para explorar caminhos diferentes dos convencionais.

A promoção do espírito pluralista - na pauta, na reportagem, na edição - também remete para o fato-chave que é a heterogeneidade da base de leitores. Mas a preocupação com o pluralismo combina essa dimensão mercadológica, material, com uma outra, de caráter editorial, que traduz o respeito pela diversidade, o reconhecimento do quanto "as verdades" são frágeis e a convicção de que o encaminhamento dos problemas econômicos e sociais num

país como o Brasil exige e pressupõe a convivência dos opostos, aliás enraizada na tradição local pela coexistência de moderno e arcaico, progresso e atraso, civilização e miséria.

A execução deste Projeto, nesta fase de maior competição técnica em que as variáveis se multiplicaram e se tornaram mais complexas, exige uma energia inesgotável e uma grande disposição para ser exigente, cada um com seu próprio trabalho e todos com o trabalho de equipe.

O jornalismo não é mais artesanato, mas uma atividade industrial que reivindica método, planejamento, organização e controle. Já avançamos bastante nessa direção, mas ainda há muito o que fazer. A quantidade de erros que cometemos, seja no nível da produção, seja no nível da edição, está longe de ser tolerável.

Precisamos aumentar a nossa capacidade de planejar, agilizar os fluxos internos e agir com rigor implacável tanto na execução das tarefas como na crítica dos erros cometidos. Devemos nos revoltar contra tudo o que estiver abaixo do nível do excelente.

Temos que ampliar o espaço da prestação de serviço no jornal e aumentar o grau de didatismo do material publicado. Essas duas características são inestimáveis na luta que visa transformar a Folha num produto de primeira necessidade para o público leitor, caminho obrigatório do desenvolvimento e da própria sobrevivência dos jornais.

As edições devem conter informações úteis para o esclarecimento do leitor, mas para a sua vida concreta, prática. As pautas devem explorar os temas que mantenham relação real e imediata com a vida de quem compra ou assina o jornal.

Os textos devem fugir tanto de especulações como de abstrações, para buscar imagens e exemplos do dia-a-dia, fixando no leitor o ponto permanente de referência. Como tornar essa reportagem, mais do que interessante, imprescindível para a vida de quem vai ler? - esta é a pergunta que temos de repetir a todo o momento.

Quanto ao didatismo, é fundamental que os textos partam sempre do pressuposto de que o leitor não está familiarizado com o assunto e pode nunca ter lido sobre ele antes. Tudo deve ser explicado, esclarecido e detalhado - de forma concisa e exata, numa linguagem tanto coloquial e direta quanto possível. A maior parte dos textos factuais não só comporta como pede um texto de memória, recapitulando o assunto e situando o leitor no contexto do fato.

O didatismo deve estender-se também à disposição visual do que é editado. Precisamos consolidar e homogeneizar os recursos gráficos para identificar o que é informação factual, o que é texto de análise ou interpretação, o que é texto de memória, o que é texto de ambiente, o que é texto de serviço.

A apreensão pelo leitor deve ser fácil, clara e rápida. Precisamos ter maior preocupação com os números e com a sua exatidão: custos, orçamentos, salários, reivindicações, propostas, acordos, investimentos, datas, tamanhos, medidas, preços, número de pessoas, percentuais - quantidades, enfim. Precisamos adquirir um novo nível de precisão quanto a horários e locais.

Temos que modificar a nossa mentalidade com relação a quadros, mapas, gráficos e tabelas. Até aqui eles vinham sendo utilizados como complemento eventual do texto. Agora eles passam a ser considerados como o meio de expressão sintética e veloz por excelência.

A rigor, tudo o que puder ser dito sob a forma de quadro, mapa, gráfico ou tabela não deve ser dito sob a forma de texto. Assim como a foto, aqueles recursos gráficos devem usufruir de uma dignidade igual à do texto, desempenhando funções tão destacadas quanto as dele.

E não compete apenas à Editoria de Arte zelar por essa diretriz: trata-se de uma preocupação a ser compartilhada com a edição e com a própria reportagem.

Investimento e qualidade

A informação completa, exata e de preferência inédita; o texto correto, conciso e crítico. Esta continua sendo a exigência com relação ao trabalho de reportagem.

O Manual Geral de Redação tem sido um instrumento importante no sentido de divulgar as expectativas em torno da produção do jornalismo na Folha e de homogeneizar os resultados obtidos. Ainda este ano deverá entrar em vigor a segunda edição do Manual, enriquecida com críticas e acréscimos reunidos por uma comissão de jornalistas da Folha que se vem dedicando já faz quatro meses a essa tarefa.

Mas é importante assinalar, desde logo, que se a batalha pela exatidão continua sendo a grande prioridade na área, devemos estimular esforços no sentido de desenvolver uma atitude cada vez mais cética por parte de reportagem em face dos fatos e das fontes. Fazemos ainda uma quantidade excessiva de reportagens baseadas apenas em declaração oficiais ou em

material impressionístico, colhido aleatoriamente pelo repórter. Precisamos de menos declarações e de mais fatos comprovados; de menos listas de impressões e de mais levantamentos - apoiados em dados e estatísticas, sempre que possível - capazes de transmitir ao leitor um quadro geral e preciso do que está sendo tratado. Precisamos aumentar a inventividade das pautas e melhorar as ligações entre sucursais, correspondentes, Agências Folhas e Redação - um dos vários problemas estruturais que não conseguimos resolver.

A edição deve alcançar um padrão de acabamento que ela não atingiu até agora. É preciso que haja, no nível da edição, uma maior unidade de estilo e critérios técnicos melhor definidos. Faltam também uma atitude mais perfeccionista em relação ao aproveitamento do material produzido. Não podemos utilizar as pressões do horário e as dificuldades na antecipação do que será de fato escrito para justificar as falhas. Como profissionais de primeira linha que somos (e que pretendemos, cada vez mais, ser) sabemos que ao leitor isso não interessa - ele tem direito a um produto excelente, porque paga por isso e porque nós somos pagos para isso.

O desafio profissional na Folha consiste justamente em fazer um jornalismo melhor do que os demais sob condições estruturais que são, em parte, inferiores às de algumas das demais publicações. Além de uma atitude rigorosa e intransigente com relação à qualidade, os responsáveis pela edição devem influenciar ativamente as pautas, acompanhar seu desenvolvimento, imprimir a personalidade do Projeto às edições e publicar tudo, mas sob um prisma seletivo. O objetivo é fazer um jornal sem sobras de informações, mas onde os editores tenham a audácia de apostar em alguns temas e apenas registrar corretamente os outros.

Dois dos problemas cruciais que o jornal vem enfrentando são a rede de informações localizada fora da sede e das grandes sucursais, pelo lado da produção, e a estrutura do Banco de Dados, pelo lado da edição. Ambos os problemas foram elevados à categoria prioritária no período 1985-1986.

A empresa tem investido corajosamente na formação de um quadro de jornalistas de alto nível e com a ambição de levar o jornalismo brasileiro a um patamar técnico e editorial superior. A Folha para hoje os melhores salários da imprensa diária do país e tem realizado promoções salariais com base na avaliação do desempenho de cada profissional que já beneficiaram, de maio de 1984 a junho de 1985, 46% das pessoas que trabalham na Agência e na Redação. É fundamental que nós continuemos dando uma resposta positiva a essa política de investimento, sob a forma de um desenvolvimento rápido e firme da qualidade do produto que estamos fazendo. Essa resposta é a única capaz de assegurar uma política desse tipo,

mostrando que ela é correta do ponto de vista empresarial e necessária do ponto de vista jornalístico.

O papel de cada editoria

Sob o enfoque propriamente editorial, a Folha tem procurado afinar melhor a sua fisionomia radical-liberal e tornar mais clara a sua opção por reformas estruturais praticáveis e concretas, capazes de contribuir para uma sociedade menos injusta, mais organizada e desenvolvida. É imprescindível, da ótica do jornal, que essas fortaleçam a democracia representativa, contem com respaldo suficiente para lhes garantir viabilidade política e sejam formulados corretamente do ponto de vista técnico.

É preciso que essa orientação encontre ressonância nas diversas áreas do jornal. Não para que se envie o noticiário, não para que se deixe de publicar notícias ou opiniões que vão em sentido contrário a ela, nem para que se editorializem os títulos e a edição - mas para que o jornal afirme a sua personalidade pública em bloco, mostrando uma mesma linha de preocupações da primeira à última página.

Além das necessidades que já foram expostas até aqui, é preciso que as editorias, as sucursais e as áreas de reportagem desenvolvam essa linha de preocupações dentro das suas respectivas especialidades.

Na área da Política, temos que tornar cada vez mais transparentes os fatos que ocorrem no plano do Estado e dos partidos, estabelecendo uma ponte de comunicação desimpedida entre a esfera pública e a sociedade civil. Devemos fiscalizar o exercício da política no sentido de contribuir para que se elevem a sua qualidade e a sua clareza; devemos tornar a linguagem dos textos sobre política mais simples e mais coloquial; devemos tratar os fatos com uma mentalidade prática e crítica à qual não deve faltar uma certa irreverência, desde que elegante. Devemos ser insistentes na cobrança de compromisso, ter em vista que a política é representação de interesses concretos e considerar natural que ela seja um terreno de conflitos, como espelho artificial da sociedade que é.

Na área de Economia, temos de tratar os temas com a sofisticação técnica que os assuntos do setor reclamam, mas evitar o jargão e a linguagem cifrada. A própria technicalidade de que se revestem os assuntos econômicos impõe uma obsessão redobrada com o didatismo, por um

lado, e com a exatidão, por outro. Precisamos encontrar um balanceamento adequado entre macro e microeconomia, desenvolvendo melhor a cobertura nessa última área (empresas e negócios) e aprofundando a investigação de bastidores na primeira bem como as implicações, nela, entre fatos aparentemente isolados. Dedicada também à cobertura dos conflitos entre capital e trabalho, essa editoria deve ter uma preocupação especialmente manifestada em publicar a versão dos dois lados, em cada caso.

Na área de Exterior, devemos promover uma disposição crítica diante da política das superpotências e das violações ao princípio da autodeterminação do povos. Ao mesmo tempo, devemos manter uma atitude análoga com relação aos países do Terceiro Mundo que se vêem subjugados por regimes de força, nos quais o poder decisório não se exerce conforme os procedimentos da democracia representativa. Divulgar amplamente as violações dos direitos civis e humanos, onde quer que ocorram. Ter sempre em mente que a seção de Exterior não deve voltar-se apenas para a cobertura da política internacional, mas também para o noticiário geral registrado fora do país.

A área de Geral deve ser a área de prestação de serviço por pressuposto. Cabe a ela desenvolver o tratamento de temas heterodoxos, com interesse para o cotidiano do leitor. Questionar os serviços públicos, criticar os serviços particulares, zelar pelos direitos do cidadão-contribuinte e adotar uma posição de acompanhamento constante e implacável das autoridades nas áreas de segurança, saúde, saneamento, previdência social, urbanismo, transporte etc. Vale especialmente para a Geral o que vale também para a Economia: combinar linguagem acessível com tratamento especializado de temas técnicos; ouvir sempre os dois ou mais lados envolvidos em qualquer conflito. Além disso, a Geral deve procurar um ponto ótimo no equilíbrio temático entre assuntos de interesse social e de interesse estritamente jornalístico, entre o dramático e o pitoresco, entre a tragédia e o cotidiano. Importante que a Geral não seja apenas São Paulo: da atitude da editora nesse capítulo depende em grande parte a projeção e o alcance nacional que a Folha, como jornal regional que é, almeja ter.

Que diz o Projeto com relação a esse problema? Diz, especificamente, que a Folha não é uma publicação local nem nacional, mas uma publicação de base local com repercussão nacional, como se transitasse hoje de um estágio para o outro. Por isso, ao redigir ou preparar qualquer texto, em qualquer área do jornal, devemos perguntar: como o leitor que não mora na cidade nem no Estado de São Paulo vai ler e compreender isto?

A Educação e Ciência deve dar um tratamento mais técnico e menos corporativo aos temas de que tratam normalmente as seções do gênero. Deve aproveitar a oportunidade editorial para fazer um acompanhamento sistemático e atraente do mundo científico, imprimindo um novo dinamismo pragmático a essa especialidade jornalística. É uma área em que o rigor e a exatidão técnica são ainda mais imprescindíveis.

Na área do Esporte, devemos encontrar fórmulas que permitam conciliar o pluralismo programático do jornal com as paixões que o jogo desperta e que o jornal deve transmitir; que permitam combinar a riqueza e a precisão de informações com um tratamento gráfico mais aberto e arrojado. Deve-se estimular, na área, a cobertura de esportes conhecidos do grande público, mas que contam com legiões de aficionados nos setores de classe média, o núcleo fundamental do leitorado da imprensa.

A Ilustrada deve nortear a sua ação editorial pelos pressupostos de que a cultura é hoje um fato de mercado, de que as culturas ditas nacionais se confundem sob a influência da produção industrial internacional e de que é assunto, na sua área, tudo o que mobiliza atenções de massa no universo da arte e do espetáculo. Esse reconhecimento não desobriga o setor, no entanto, da tarefa de desenvolver uma atitude profundamente crítica com relação à cultura de mercado, não para atacar a sua existência, que constitui um fato inarredável, mas para atacar, isto sim, os seus produtos de má qualidade técnica, a sua redundância e as suas mistificações. Não desobriga a Ilustrada, tampouco, de garantir um espaço importante para a arte denominada "de elite". Trata-se, ao mesmo tempo, do setor do jornal que melhor se presta à experimentação conceitual e plástica. Para preencher essas possibilidades, o caderno precisa contar com uma angulação imaginosa dos termos e com sofisticação e eficácia profissional no seu tratamento.

Nos suplementos, a dimensão do serviço deve desfrutar de um predomínio decidido. Eles representam prestação de serviços diretamente ao consumidor: informações sobre imóveis ou empregos, viagens ou passeios turísticos, produtos eletrônicos, automóveis, bens e serviços ligados à vida e à casa moderna.

A Folhinha deve orientar seus esforços no sentido de incorporar a criança ao mundo real, pela informação e não só pelo divertimento, sem negligenciar as possibilidades didáticas e lúdicas do suplemento.

O Folhetim deve conservar o caráter ensaístico, polêmico e de alta definição, preocupado com os temas que interessam à comunidade universitária e ao público leigo com afinidades intelectuais.

Perspectivas

O Projeto Folha, em suas sucessivas versões escritas, indica o jornal que queremos fazer; o Manual Geral de Redação define o método e os procedimentos práticos que consideram apropriados para atingir esse objetivo; o programa de metas registra periodicamente e quantitativamente o quanto estamos avançando nessa direção. São os instrumentos fundamentais na realização desse trabalho coletivo que deverá conduzir à institucionalização de um tipo novo de jornalismo diário, com perspectivas profissionais ainda pouco exploradas e que pode reservar um papel de significação maior para o jornalismo e, nele, para os jornalistas da Folha.



PROJETO EDITORIAL 1986-1987

“A Folha em busca da excelência”

Projeto Editorial 1986-1987, Setembro de 1986

A Folha em busca da excelência

Para estar em primeiro lugar

A Folha é atualmente o jornal de maior circulação entre os diários brasileiros. De junho de 1984 a junho de 1986, nossa circulação paga cresceu 39,5% chegando a um total de 291.659 exemplares em média por dia. A Redação contribui para o êxito, mas não é a única responsável por ele. Esse sucesso é resultado de um esforço conjunto de toda a empresa que edita o jornal.

Ser o primeiro do país implica inestimável responsabilidade pública e profissional para cada jornalista que trabalha na Folha. Qualquer retrocesso significa perder a primazia. Todo o esforço deve estar voltado para ampliar a vantagem.

A preocupação mais profunda e permanente da Folha neste momento é a informação exclusiva. Mas informação exclusiva não vale quase nada se não for comprovada e exata. Perde muito da sua força quando mal escrita ou mal editada.

A expectativa do leitor é que o jornal se diferencie pela excelência do produto, o que exige perfeccionismo em todas as fases do trabalho.

Os grandes problemas de infra-estrutura jornalística, identificados com insistência nas duas versões do projeto editorial anteriores a esta, estão em parte resolvidos.

O Manual Geral da Redação está incorporado aos hábitos do trabalho jornalístico. Sua segunda edição, que deve circular em janeiro de 1987, será mais completa que a atual e de consulta mais fácil. As equipes que deverão usá-la já operam segundo padrões de razoável homogeneidade. Deverão continuar a utilizar o Manual em todas as situações, mas estar atentas para o fato de que não basta obedecê-lo para fazer bom jornalismo.

Desapareceu a distância funcional entre reportagem e edição. A estrutura salarial da Redação é competitiva e supera, em certas faixas, os valores médios do mercado. Dos 350 jornalistas da Folha, apenas 78 ganham o piso do jornal (junho/1986), 20% superior ao piso da categoria no Estado de São Paulo.

Diminuiu a rotatividade de profissionais, característica do período ainda recente de imensas modificações de pessoal. Organizaram-se equipes de modo geral mais bem-integradas. Vem

sendo praticada uma política de valorização com base nas avaliações do desempenho profissional. Em dois anos (junho/1984 - junho/1986), 168 promoções salariais por mérito foram efetuadas, além das promoções de função.

As contratações são feitas por concurso público e exame de banca. O Planalto de Metas Trimestrais está implantado, ainda que seus resultados palpáveis estejam muito aquém da expectativa. A Avaliação do Desempenho Profissional está consolidada.

A Redação conta com mecanismos que permitem conhecer melhor a qualidade do produto jornalístico, suas virtudes e suas fraquezas. Aumentou a prática da previsão e do planejamento jornalístico. Está em funcionamento o Programa de Seminários com vistas à melhoria da capacidade técnica das equipes e à especialização dos profissionais. Houve avanços na rede noticiosa do jornal fora da sede, no rumo de uma cobertura cada vez mais profissional e menos circunscrita a São Paulo.

O Orçamento da Redação está pronto e será implantado ainda no ano de 1986. Com ele, ocorrerá uma descentralização substancial do funcionamento administrativo da Redação e das decisões editoriais vinculadas a esse funcionamento. É importante, agora, evitar que esse desenvolvimento obtido no aspecto organizacional da Redação se traduza em uma tendência para buscar o trabalho jornalístico. Não se cogita de abandonar o percurso já realizado, nem de transigir com os objetivos de organizar mais e melhor as condições a partir das quais é produzido o material jornalístico. Não se deve tampouco menosprezar a importância vital da racionalidade e do planejamento do jornalismo de hoje.

Informação crítica e concisa

É preciso que todos os esforços estejam mais voltados para a informação exclusiva, inédita, completa, exata, escrita de modo despojado e conciso, editada com inteligência, rapidez e audácia.

A Folha está firmemente disposta a publicar com destaque toda informação relevante e comprovada que puder obter. A independência editorial tem-se fortalecido na prática de um jornalismo que procura ser crítico e apartidário, que não presta contas a ninguém salvo ao leitor. É preciso que essas condições políticas sejam preenchidas por um conteúdo jornalístico mais noticioso e de maior impacto.

A quantidade de furos tomados, erros de informação e falhas de aproveitamento de notícias deve ser motivo de grave preocupação para todos os jornalistas da Folha. Não podemos nos satisfazer com o nível de qualidade média alcançada até aqui, que é muito baixo.

Precisamos insistir no fortalecimento de uma disciplina rigorosa de prevenção do erro jornalístico. Temos de criar a consciência de que qualquer erro é extremamente importante e configura uma ofensa aos direitos do leitor. É preciso que cada um se sinta estimulado a adotar uma atitude que concilie perfeccionismo e velocidade em face da tarefa jornalística e das necessidades do cronograma industrial e de distribuição da Folha.

É preciso que os textos sejam mais bem-escritos e que as edições tenham melhor acabamento. É necessário que as pautas sejam inteligentes, imaginosas, agressivamente investigadas. O jornal está repleto de declarações, e esse é um jornalismo cômodo, fácil de fazer, que nos deve interessar pouco. Um fato vale mais do que dez declarações.

A arte da boa edição

Os editores devem dividir seu trabalho de modo seletivo. O jornal tem que noticiar tudo o que sabe comprovadamente, de modo conciso, exato e completo. É a rotina. Mas tão importantes quanto essa rotina são os assuntos que a edição vai aprofundar e destacar.

São opções que é preciso assumir, com energia, no sentido de determinar o que será escolhido para receber tratamento jornalístico especial, com intenso trabalho de reportagem acoplado ao aproveitamento prioritário por parte da edição. Cada editoria do jornal deve noticiar o dia-a-dia de sua área de forma completa mas concisa e reservar seus altos de página para assuntos que o jornal estará explorando com exclusividade ou primazia, sempre com determinação e coragem editorial.

Precisamos agilizar os meios de informação interna na Redação, na sede e fora dela. Não é possível tomar decisões audaciosas com segurança se o que se tem são "flashes" parciais, tardios e, muitas vezes, inexatos. Não é possível que a reportagem e a edição voltem suas baterias par os mesmos temas, sob um mesmo enfoque, se não houver uma intensa afinidade intelectual e técnica entre editores e equipes. É ilusão crer que conseguiremos registrar todas as notícias corretamente e investigar a fundo os assuntos que a sensibilidade jornalística

recomendar se esses conceitos não estiverem claros para todos e se os critérios de decisão não forem, por meio da crítica e da discussão internas, transformados em patrimônio geral.

Metas para um estilo marcante

Vamos manter o pluralismo como característica marcante do perfil da Folha. Vamos insistir na necessidade de modernizar o estilo jornalístico e de abordar assuntos sob pontos de vista que correspondem às necessidades emergentes na vida do leitor. Vamos procurar enfoques originais e diferenciados. Vamos preservar a atitude editorial de apartidarismo. Vamos manter a preocupação com o didatismo.

Mas é preciso evitar a aplicação formal, mecânica, desses princípios. Impedir que as etapas anteriores à edição resultem em desatenção quanto às informações concretas ou negligência quanto ao espírito crítico que o jornal deve manter diante delas. Só assim se evitará que a edição se veja compelida, como atualmente, a fazer malabarismo de titulação, a escrever boxes críticos apressados a fim de corrigir artificialmente um defeito que poderia ter sido evitado durante o processo de produção do material jornalístico.

Precisamos de maior empenho na realização de um jornalismo didático e de serviço, assim como de mais velocidade no processo de especialização profissional. Cada texto publicado na Folha deve ser claro e explicativo o bastante para ser lido com utilidade pelo leigo, sofisticado o bastante para ser lido pelo especialista e enriquecido sempre por uma dimensão de serviço que o fará lido por ambos. É importante indagar-se sempre onde está o interesse direto, imediato do leitor, e procurar por todos os meios atendê-lo. É necessário apresentar os assuntos de forma lógica, clara e fácil para quem vai ler.

É preciso empregar soluções de edição que sejam plasticamente boas e, ao mesmo tempo, suscetíveis de aplicação rápida e prática. Precisamos melhorar a utilização que fazem do modelo gráfico atualmente adotado pela Folha. Precisamos aumentar a presença e a qualidade técnica, estética e de legibilidade de fotos, gráficos e ilustrações no jornal, terreno em que obtivemos progressos mas onde ainda há muito trabalho a fazer. Precisamos de títulos mais inteligentes, menos óbvios e mais criativos do que temos feito até aqui.

O ano de 1987 será dominado pela presença do Congresso constituinte. A cobertura de suas atividades será um dos temas essenciais para a Folha no período de vigência desta versão do

Projeto Editorial. A Folha deve revelar ao seu leitor, sem receios, os interesses corporativistas que serão mascarados em propostas com retórica de defesa da sociedade como um todo. Deve evitar o tom técnico-jurídico pouco acessível e interessante que provavelmente prevalecerá nos debates. Deve obedecer sempre às propriedades da informação completa, exclusiva, comprovada e bem redigida.

O outro foco de atenção editorial prioritária para a Folha neste período será a discussão em torno da reforma tributária. O jornal deve manter o assunto em pauta, em coerência com sua preocupação editorial de contribuir para que a sociedade brasileira possa eliminar a miséria e diminuir os desníveis sociais e regionais. Ao mesmo tempo, o jornal deve manter uma atitude de verificação constante e implacável do grau de eficiência dos mecanismos estatais na aplicação dos recursos públicos.

Esses princípios de comportamento jornalístico diante de dois temas que estarão entre os mais importantes nestes doze meses no Brasil são congruentes com a atitude do jornal em favor de uma sociedade de mercado dotada de instituições políticas que possam viabilizar as pressões dos grupos excluídos das vantagens do desenvolvimento.

Até aqui, muito do esforço na Folha tem sido dedicado a suprir lacunas estruturais da Redação ou a organizar melhores condições no interior da estrutura. O que se propõe agora é uma ofensiva no domínio da informação a ser publicada do dia seguinte. É preciso que as equipes atuem com agilidade, sofisticação e espírito de iniciativa, que as antigas divisões entre trabalho de reportagens, redação e edição desapareçam em favor de um tipo de profissional dotado de conhecimentos especializados mas nem por isso confinado a um compartimento de atividade jornalística. Todos devemos participar do trabalho de pauta e de levantamento de informações, todos devemos trabalhar junto à edição do material informativo, todos os profissionais que exercem cargos de comando devem redigir habitualmente e todo repórter deve ter texto final, de preferência no próprio terminal de vídeo. Até agora tratou-se principalmente de lançar as bases de um jornalismo que se destaque como o melhor do país. Agora, trata-se de fazê-lo.



PROJETO EDITORIAL 1988-1989

“A hora das reformas”

Projeto Editorial 1988-1989, Agosto de 1988

A hora das reformas

Aprendendo com as falhas

A Folha beneficiou-se, até agora, de uma situação em que seus defeitos crônicos - acabamento precário da edição, falhas de reportagem, inexperiência e instabilidade da equipe - eram largamente obscurecidos pelo destaque que, em comparação a outros órgãos de imprensa, obtinham suas maiores qualidades - agilidade, ausência de ranço ideológico, prestação de serviços, pluralismo, espírito de controvérsia, imaginação e irreverência. Nesse período, a Folha tinha de lutar apenas contra si mesma: contra o risco de exagerar o que tinha de bom (transformando-o em arbitrariedade, invencionice, gosto de chocar) e contra o risco de naufragar no que tinha de ruim. O Manual Geral da Redação talvez tenha correspondido, exatamente, a esse esforço de autodisciplina.

Atualmente, as transformações no restante da imprensa diária e a concorrência permanente da televisão impõem um tipo de preocupações que não mais decorre, simplesmente, da necessidade de fazer um bom jornal - idéia que vai sendo absorvida pelos concorrentes - mas de corresponder, de fato, ao lugar de liderança obtido pela Folha até agora. A necessidade de investir no pluralismo, na preocupação como ser um jornal ágil e moderno, de fornecer informações precisas e confiáveis ao leitor foi-se tornando evidente e disseminando na imprensa brasileira. É sinal do sucesso do Projeto Editorial da Folha. Mas não é mais a garantia do sucesso para a Folha enquanto produto.

Depois de um longo período de marasmo, em que a Folha parecia ser, no conjunto da mídia, o único local onde havia vida e movimento, uma febre de mudanças sacode os jornais, as revistas, a TV. É como se as tendências do desenvolvimento ideológico da sociedade, primeiro manietadas pela repressão, depois excessivamente absorvidas pela paixão da política que novamente se abria, finalmente irrompessem como desembaraço, vigor e autenticidade. Agências com mentalidade nova e agressiva investem contra as "sete irmãs" do mercado de publicidade. Emissoras antes desacreditadas mostram que são capazes de desenvolver uma estratégia que lhes garante um lugar ao sol e que vai mostrando o quanto equivocada era a idéia de que estavam condenadas à marginalidade. Há novidades no mercado de revistas; no mercado de livros, editoras novas comprovam até onde se pode chegar, com imaginação e sensibilidade para perceber que os leitores estão muitas vezes além do lugar em que tendemos

a colocá-los. No setor da imprensa diária, a competição por prestígio, por mais anúncios e por mais leitores adquire uma característica feroz de guerra total: os jornais que se contentaram com a sua aura de tradição e elegância se vêem subitamente ameaçados de extinção; outros, que demoraram a compreender o que se passava, se lançam agora a uma tentativa atabalhoada de recuperar o tempo e a posição que perderam, ainda que essa recuperação lhes custe a própria identidade. Seria pouco dizer que a Folha não pode, agora, isentar-se dessa ebulição que necessariamente transformará em todos os seus aspectos a indústria de comunicações do país. Muito mais do que isso, a Folha está no centro dessa ebulição: é sua causa direta no que diz respeito à imprensa diária e está também na origem, indiretamente, das alterações velozes e profundas no restante da mídia, por influência do espírito que criou. Chegamos ao final da década vitoriosos. Os pressupostos e os métodos do Projeto Editorial que vem se desenvolvendo aqui são reconhecidos por quem antes se mostrava incrédulo; copiados por quem até há pouco nos hostilizava. Adotados na prática por quem ainda insiste em fazer profissão de fé contrária a nós. O Projeto da Folha se tornou, em poucos anos, patrimônio coletivo do jornalismo brasileiro - eis aí a maior recompensa que poderíamos almejar, e também o maior risco. Até agora, foi relativamente fácil neutralizar os defeitos e fraquezas da Folha acenando com as ousadias de que só ela era capaz, com as inovações que ela introduzia uma após a outra, com o espírito de inconformismo, de rebeldia, de radicalidade que parecia perdoar-lhe as falhas todas. Esse monopólio de vantagens, de que desfrutamos por alguns anos, é no momento posto em xeque por todos os lados, pelos que nos apóiam e pelos que ainda se opõem ao que representamos, pelos que imitam, pelos que se renderam, pelos que persistem solitários e irredutíveis. Ao disseminar a idéia de que é preciso estar sempre mudando, sempre desconcertando, de surpresa em surpresa, a Folha tornou-se vítima da sua própria estratégia: não lhe resta outro caminho senão continuar, não há tranquilidade que ela possa alcançar, nem descanso, exceto o que vier assinalar que ela parou no tempo. Ao lado da concorrência com outros jornais, que se torna cada vez mais uma luta pela melhor qualidade do produto, há a concorrência com a TV, que pode ser resumida como uma luta pela melhor qualidade da informação veiculada. Estes dois desafios podem ser respondidos pela Folha. Em primeiro lugar, acumulou-se na Redação um conhecimento básico dos procedimentos, exigências e normas de qualidade, implantados pelo Manual, de que só agora os concorrentes começam, de forma empírica, a tomar ciência. Em segundo lugar, a busca de uma cobertura diferenciada e imaginosa para os fatos, a diversidade de opiniões e de enfoques veiculada pelo jornal, apesar de trazer resultados ainda incipientes, faz entrever o caminho para superar aqueles pontos em que a concorrência de televisão é de fato imbatível: a exposição concreta

do fato, a informação instantânea e bruta. Interessa, então, capitalizar ao máximo os avanços já obtidos na construção de um jornalismo que leve até as últimas consequências os pontos de um projeto que, anteriormente, bastava atingir de forma razoável, mediana e aparente para ficar na liderança da imprensa brasileira. Se for para resumir numa frase o objetivo imposto pelo desafio de uma dupla concorrência, seria o caso de dizer que é preciso, mais do que nunca, fazer a luta contra o óbvio. O óbvio de uma transcrição, de um relatório acrítico dos fatos - coisa que a TV faz melhor -, e o óbvio de uma aplicação mecânica de alguns procedimentos que, já incorporados pela Redação, começam a ser copiados pelos jornais concorrentes. Há um óbvio do pluralismo, um óbvio da exatidão, um óbvio da modernidade, um óbvio da isenção jornalística. Se não formos capazes de fazer desse pluralismo, dessa exatidão, dessa modernidade, dessa isenção jornalística (qualidades que nos garantiram o sucesso até aqui) o ponto de partida para um esforço de criatividade, de sofisticação, de imaginação e de crítica levados a seu ponto extremo de inteligência e arte, a distância até agora alcançada face aos concorrentes vai perder-se na indiferenciação, na rotina e na mediocridade. É preciso continuar, então. É preciso cultivar o sentimento de que apesar de todos os avanços ainda há o fazer; de que apesar de todos os esforços e de todas as lutas - contra o jornalismo chapa-branca, contra o corporativismo profissional, contra a ignorância, contra o populismo, contra as concepções românticas, e provincianas de imprensa - o trabalho mal começou. Sem esse espírito de insatisfação e de autocrítica constante, sem uma vontade perfeccionista de fazer aquilo que já foi bem feito e de inventar novas fórmulas para resolver novos problemas, é perda de tempo trabalhar na Folha. O jornal está firmemente disposto a ultrapassar suas próprias marcas e exigir cada vez mais. Como solucionar simultaneamente todos os problemas que temos pela frente? Como conciliar tantas contradições? Como continuar crescendo num mercado a cada dia mais competitivo? Como inovar depois que todas as mudanças parecem já ter sido feitas? Como atender às demandas de um público que tem interesses crescentemente diversificados e múltiplos, e parece dispor de cada vez menos tempo e inclinação para ler jornais? Como conciliar qualidade e quantidade de leitores? Como adequar as mil e uma precauções com o que melhor convém para o leitor, as necessidades de um acabamento de qualidade artesanal, às implicações e ao ritmo de uma indústria? Como fazer um jornalismo ao mesmo tempo mais analítico e mais conciso? Mais inteligente e mais acessível? Mais planejado e ainda assim apto para responder ao imprevisto de última hora, numa palavra - à notícia? A primeira edição do Manual, de setembro de 1984, já dizia que "tudo o que puder ser dito sob a forma de mapa, gráfico ou tabela não deve ser dito sob a forma de texto". Fomos pioneiros na valorização desses recursos. Eles ocupam hoje uma

posição de destaque no conjunto de cada edição da Folha e são reconhecidos como instrumento altamente eficaz para tornar a leitura dos jornais mais atraente, mais rápida e mais proveitosa. Foi à custa de muito esforço que esses recursos se impuseram e hoje aparecem ao lado dos textos, em pé de igualdade com eles - mas ainda fracamente integrados a eles. Os recursos de arte não constituem apenas um complemento do texto; devem formar um todo com ele e a preocupação do arte-finalista com a reportagem deve ter por contrapartida uma idêntica preocupação do jornalista com o aproveitamento ao menos de parte das informações que ele apurou sob a forma de tabelas, quadros, gráficos etc. O restante da imprensa diária está, ainda, num estágio muito primitivo de confecção do seu material iconográfico. Esta situação tende a se modificar rapidamente e mais do que nunca é necessário investir, agora, na qualidade do acabamento e na eficácia da concepção dos nossos mapas e quadros, que são tantas vezes deficientes. Raciocínio semelhante vale para a fotografia, terreno em que a Folha experimentou considerável progresso recentemente. Incorporamos ao procedimento do fotojornalismo padrões que até então estavam reservados à fotografia artística: ângulos e enfoques diferenciados; ênfase no detalhe das fotos de esportes; fórmulas para que as fotos de jornal expressem mais do que mera imagem e se entrelacem com o significado do evento a que essa imagem está ligada; interesse maior por imagens de beleza plástica e de efeito inusitado, ainda que sua temperatura noticiosa seja baixa. Também aqui é preciso depurar os avanços realizados; evitar com igual energia tanto o retorno ao fotojornalismo convencional como o exagero que consiste em esquecer que num jornal tudo o que se publica deve ser informação.

Reforma gráfica

Desde 1987 está em estudos uma reforma gráfica do jornal. Ela será um desdobramento natural da história gráfica da Folha, congruente com a fisionomia que o jornal desenvolveu ao longo das últimas décadas e ao mesmo tempo pragmática do ponto de vista da produção industrial das edições. Permitirá que se identifiquem plasticamente os vários tipos de texto - factual, de apoio, de interpretação e comentário etc. com a implantação paulatina dessa reforma, esperamos que o jornal passe a dispor de um arcabouço gráfico capaz de sustentar seu desenvolvimento na próxima década. Nos primeiros meses de vigência deste texto do Projeto Editorial, o mais importante passo dessa reforma deverá ser implantado: a modulação, procedimento que vai tornar irresistível a industrialização do design das páginas e que será também, mais cedo ou mais tarde, seguido pelos outros jornais.

Profissionais qualificados

A peculiaridade da situação em que nos encontramos reside sobretudo no caráter conjugado dos problemas que temos de atacar. É necessário agir em várias frentes ao mesmo tempo e não negligenciar nenhuma delas ao investir nas demais, precisamos impedir que a libertação dos controles internos e que o empenho para evitar a burocratização do trabalho jornalístico nos levam a um retrocesso. O Manual deve ser observado com inteligência, bom-senso e sensibilidade, mas suas normas estão e vão continuar em vigor. Devemos aprimorar nossos mecanismos de seleção de profissionais, estimular a especialização jornalística, simultaneamente encorajar a versatilidade e evitar que o trabalho de cada um se fossilize no exercício prolongado demais de uma mesma ocupação. Os programas de treinamento e os seminários internos têm dado resultados positivos mas até aqui tímidos; temos de melhorar a eficácia desses mecanismos, assim como é necessário agilizar o Programa de Metas, há muito tempo estiolado numa rotina que quase se resume a um ritual. Temos de aumentar o relacionamento do jornal com as culturas estrangeiras e com as fontes de informação e de experiência jornalística sediadas no exterior; muito está sendo feito nessa direção - ainda não é o bastante, contudo

Segmentação ou riqueza de detalhes?

Segmentamos o jornal em cadernos e suplementos, de modo a organizar psicologicamente a leitura e atrair novas frações do leitorado. Foi uma decisão correta, que também não tardará a ser imitada; quem de nós, no entanto, se considera satisfeito com o conteúdo de cada caderno e de cada suplemento?

Mas o núcleo central dos nossos problemas está, como não poderia deixar de ser, no núcleo mesmo do jornalismo: O texto, a reportagem. O problema do texto, de sua má qualidade média, é de tal forma grave que na reestruturação da Secretaria de Redação, formalizada em julho de 1988, uma terceira área desse organismo central - a de Planejamento - foi especialmente destacada para encarregar-se de transformar, e rapidamente, o texto da Folha.

A qualidade da reportagem tem oscilado entre os grandes - e infelizmente eventuais - furos jornalísticos e uma rotina de pautas pouco imaginativas; entre os esforços concentrados dos cadernos especiais e das edições de grandes eventos, geralmente bem-sucedidos, e uma sensível precariedade na cobertura dos fatos do dia-a-dia. É indispensável investir numa

máxima diferenciação de enfoques, no deslocamento das atenções, na descoberta do que não foi dito, não foi perguntado ou não foi lembrado a respeito de cada acontecimento. Isso não significa lançar-se na invencionice e na arbitrariedade, cujo principal mecanismo psicológico parece ser o hábito, não ir ao encontro dos fatos, mas de buscar neles a confirmação de uma generalidade, de uma abstração: a partir daí surgem os "chapéus" mais gratuitos, as associações de idéias bizarras, as valorizações do insignificante. O senso do concreto, do prático, do preciso, não se opõe à imaginação; ao contrário, é o que dá conteúdo e interesse jornalístico ao que poderia terminar como simples masturbação mental. Mas e mais as decisões jornalísticas - seja na edição, seja na pauta - terão necessariamente um quê de arbitrário: pode-se, a partir de um fato "leve", circunstancial, apenas curioso, criar um grande assunto, descobrir uma nova área de interesse, que a simples reprodução televisiva dos acontecimentos de um dia não revela. Mas para isso é necessário, antes de tudo, ter fatos concretos, solidamente apurados, ricos de detalhe, capazes por si próprios, e não por malabarismos de edição, de despertar o interesse do leitor.

Planejamento

Na decisão sobre o que privilegiar, em quais assuntos investir, que "sides" destacar, o papel de um planejamento prévio é crucial. Ressentimo-nos ainda de uma improvisação constante, de uma corrida atrás do que já aconteceu, absolutamente negativas para o resultado final da edição e paralisantes para todo esforço de imaginação. As pautas devem ser mais e mais capazes de antecipar os fatos, aumentar a vida útil da notícia, preparar o leitor para o que possa acontecer e o jornalista para o que deverá ser lido. Dada a precariedade do planejamento e a insuficiência do dia-a-dia, o DataFolha vem, às vezes, suprir as omissões da reportagem. Devemos muitas manchetes às pesquisas do DataFolha e não há dúvidas de que, ao aliar rigor científico com agilidade, esse departamento está escrevendo um capítulo inédito da sociometria aplicada ao jornalismo. Mas será que pesquisas, tão valiosas do ponto de vista da informação, não têm ocultado a nossa incapacidade para investigar, verificar e dar por tecnicamente comprovadas informações importantes e exclusivas? Na Folha publica-se tudo o que estiver comprovado. Não temos sido capazes, entretanto, de preencher essa possibilidade com furos mais frequentes, nem mesmo com uma reportagem de rotina que tenha boa qualidade média. Vencemos uma batalha fundamental: a implantação do Projeto Editorial em Brasília, mas continuamos excessivamente presos ao jornalismo declaratório e às fontes

governamentais de notícia. As eleições municipais deste ano, e sobretudo as presidenciais no ano de 1989, serão um teste decisivo no qual devemos concentrar todas as nossas energias, numa cobertura desde já absolutamente prioritária.

Todos estamos de acordo, além disso, com relação à necessidade de os textos serem completos, exatos e concisos - o leitor é cada vez mais exigente em termos do que ele necessita saber e dispõe de cada vez menos tempo para a leitura de jornais . mas na prática é lamentavelmente grande a quantidade de textos incompletos, parciais, imprecisos e prolixos que publicamos.

Competição e modernização

Para a imprensa, esta é uma época cheia de promessas. A competição direta e acirrada entre os jornais, a necessidade de melhorarem os serviços que prestam a seus leitores, de se fazerem imprescindíveis quando tudo parece tornar-se descartável é algo que abre a perspectiva de uma arrancada extraordinária nos padrões técnico-editoriais da imprensa, no espírito crítico da opinião pública e na valorização do trabalho jornalístico. Mas é também uma época sombria: os produtos jornalísticos tendem a perder suas características e confundir-se numa área cinzenta sob o predomínio da timidez e da redundância, fruto do receio de perder posições no mercado. Surge um bom senso que mal esconde o convencionalismo da imprensa que faz pose de irrequieta, que finge inovar e que é reacionária até quando se moderniza. Mais uma vez o futuro da invenção jornalística depende em grande parte do comportamento da Folha, de sua capacidade para enfrentar esta nova situação com audácia e ecletismo, de se apropriar das experiências feitas fora e dentro do país, no passado e no presente, para combiná-las e adaptá-las num modelo próprio capaz de dar resposta aos problemas práticos de cada momento. Está em nossa mãos conduzir o panorama de turbulência e competição, agora caracterizado, numa direção em que as mudanças de aparência se transformem em mudanças mais profundas e permanentes, em que a evolução do jornalismo - subitamente acelerada - contribua para o desenvolvimento real da consciência crítica, da qualidade da vida e das idéias.



PROJETO EDITORIAL 1997

“Caos da informação exige jornalismo mais seletivo, qualificado e didático”

Projeto Editorial 1997

Caos da informação exige jornalismo mais seletivo, qualificado e didático

O texto publicado a seguir procura condensar uma série de discussões realizadas no âmbito interno da Folha desde o final do ano passado. O objetivo dessas discussões foi organizar a experiência recente e apontar perspectivas para o futuro do jornalismo brasileiro.

O documento ressalta as mudanças ocorridas ao longo da última década no plano internacional. Discute o impacto da revolução tecnológica e da expansão da economia de mercado sobre a imprensa. Registra o avanço de um jornalismo mais independente, ao mesmo tempo em que identifica suas deficiências e estratégias para superá-las.

Na parte propositiva, o texto apresenta diretrizes que visam a qualificar o conteúdo dos jornais, enfatizando uma abordagem mais abrangente e criteriosa dos fatos.

Sua divulgação tem a finalidade de tornar público o compromisso do jornal com os valores e instrumentos por meio dos quais pretende melhorar a qualidade do serviço que vem prestando ao leitor e ao país.

Um panorama de mudanças na economia, na política e nas idéias

Sendo um registro taquigráfico da História, o jornalismo sofre necessariamente o primeiro impacto dos fatos. Até por isso convém que ele seja reexaminado periodicamente, a fim de aferir se sua atividade está sendo capaz de projetar alguma luz para além da efervescência dos acontecimentos, se seus critérios estão sendo os melhores para franquear uma leitura ao mesmo tempo fidedigna, reveladora e útil, se não da realidade, ao menos da sua superfície diária.

Toda época acredita viver transformações importantes. Os últimos dez anos ostentam, porém, uma constelação de mudanças espetaculares na política, na economia, nas idéias. Na metáfora agora tão batida da Queda do Muro, entrou em colapso a concepção maniqueísta, de valores complementares e soluções opostas, que prevalecia desde pelo menos a passagem do século. É como se as cartas da ideologia estivessem sendo embaralhadas e um novo jogo, ainda indefinido, começasse.

A dualidade política foi substituída por um consenso. Uma só superpotência impôs seu predomínio ao mundo, quase todas as sociedades procuram se aproximar de seu modelo. Com pouca variação de grau, há uma só receita econômica (o mercado), uma só fórmula institucional (a democracia), num mundo que tende inevitavelmente à "globalização". Pois não se trata de um sistema estanque, mas que se propõe a enquadrar toda diversidade étnica ou cultural num mesmo modelo, já batizado como "fim da História", desde que cumpridos os preceitos da livre competição e da técnica.

O modelo vitorioso se impôs pela eficiência com que produz bens e serviços, renunciando uma era de progresso e multiplicação da riqueza. Seu monolitismo é perturbado, porém, por instabilidades e exclusão. Grupos sociais estão sendo alijados do dinamismo econômico, nações inteiras correm o risco de se verem confinadas ao subdesenvolvimento. Os próprios vínculos coletivos como "nação" ou "classe" entretanto se enfraquecem, quando expostos a um modelo que premia individualmente enquanto exclui socialmente. Surgem novas formas de associação, menos definidas por sua base socioeconômica do que por valores culturais e de consumo, por isso mesmo mais voláteis e cambiantes.

O espaço público, terreno em que o jornalismo sempre lastreou sua legitimidade, passa por um terremoto que ainda não assentou; até a terminologia do debate (direita e esquerda, por exemplo) foi desorganizada. Conceito sempre difuso, a opinião pública ganha unidade com a convergência geral de idéias, mas se dispersa numa segmentação de interesses que desafia a linguagem em comum. O jornalismo reflete fraturas e deslocamentos que ainda estão por mapear e se defronta com dilemas capazes de pôr seus pressupostos em questão: o que informar, para quem e para quê?

Investimentos, novas tecnologias e pressões de mercado

Idêntico movimento -um mesmo paradoxo entre convergência e dispersão- acontece na base empresarial, tecnológica e de mercado das comunicações. Empresas locais se associam a investimentos estrangeiros, por sua vez aglutinados na forma de grandes blocos em seus países de origem. Todas as modalidades de comunicação foram convertidas a uma mesma linguagem tecnológica, o que permite a esses blocos integrar um amplo espectro de serviços, do jornalismo ao entretenimento, passando por televisão, telefonia, cinema, vídeo, editoração e Internet.

Tais grupos tendem a acumular poder e por isso sofrem restrições mesmo nos países onde a legislação econômica é considerada liberal. No entanto, sendo sua lógica a do mercado, voltada para o atendimento de demandas que remunerem, o risco parece ser menos o de manipulações conspiratórias contra o público do que o de uma atitude, crescente nos meios de comunicação em geral, que se limita a espelhar as expectativas de um consumidor estatisticamente médio.

As associações em nível empresarial colocam uma quantidade inédita de recursos a serviço das comunicações, ao mesmo tempo em que a integração tecnológica permite dar escala econômica a uma imensa gama de interesses específicos. A confluência entre esses dois fatores está propiciando uma explosão das possibilidades de acesso ao conhecimento. Fala-se em direito à não-informação, sintoma de um público que se ressentia não já da falta, mas de um excesso inassimilável de dados, de uma verdadeira cacofonia da comunicação.

A proliferação da oferta acirra a disputa pelo tempo do consumidor. Como o leque de opções é amplo na televisão paga e praticamente inesgotável na Internet, a tendência é que as inclinações pessoais, especialidades e "hobbies" encontrem seus nichos, levando o usuário a dedicar parte crescente do tempo a eles. Além disso, o aperfeiçoamento tecnológico dos novos meios ainda está em curso, conforme eles convergem para um mesmo aparelho físico, capaz de enfeixar e redefinir o uso do televisor, do telefone, do livro, da revista e do jornal.

Aqui, é preciso estabelecer uma distinção entre o suporte físico do meio -o papel e a tinta- e seu conteúdo. A reiterada pergunta sobre se os jornais vão sobreviver possivelmente comporta as duas respostas -sim e não. Há uma grande massa de informações, para não mencionar o trabalho analítico em torno delas, que o consumidor não precisa receber em ritmo mais frequente do que o diário. Embora exista quem julgue insubstituíveis as vantagens do formato papel, é provável que ele venha a decair ao longo das próximas décadas, sem que os jornais desapareçam no que é a sua essência: um panorama dos principais acontecimentos da véspera tal como filtrado por uma personalidade editorial coletiva. Seria o caso de perguntar se a Internet vai substituir a rotativa, não o jornal.

Tudo indica que nos países desenvolvidos os jornais atingiram há algum tempo o ponto de saturação das tiragens, que se estabilizaram, quando não tendem a decrescer gradualmente. A situação é outra em países emergentes como o Brasil, onde um largo contingente da população, à medida que seus padrões de educação e consumo melhorem, poderá ser incorporado ao público leitor. Os índices de circulação alcançados pela imprensa brasileira

sugerem que isso já está ocorrendo. Segundo estimativas da Associação Nacional de Jornais, a circulação de periódicos em todo o país cresceu 21% entre 1991 e 1996. Se tomarmos como ponto de partida a redemocratização em 1985, a circulação dos quatro jornais de influência nacional aumentou 67% (no caso da Folha, 116%); a das duas principais revistas, 135%. Pode-se objetar que parte desse crescimento não decorreu do aumento de leitores, mas de consumidores atraídos por promoções ou descontos vinculados à compra do produto. A estratégia mercadológica que prevaleceu, no entanto, foi agregar produtos de valor cultural (atlas, enciclopédias, dicionários, vídeos etc.), congruentes com a natureza do produto jornalístico.

Contam-se aos milhões as residências que receberam, muitas pela primeira vez, esse acervo mínimo. Não existe razão pela qual as empresas jornalísticas devam abandonar o recurso, ao menos enquanto ele continuar sendo compensatório para ambas as partes, permitindo ainda que uma faixa de não-leitores venha a se converter em leitores de jornal.

Um jornalismo cada vez mais crítico e mais criticado

A evolução do jornalismo brasileiro na década de 80 culminou com o impeachment do presidente da República em 1992, no qual a imprensa teve papel determinante. Os telejornais ganharam desenvoltura informativa, firmou-se nos meios impressos o prestígio de um profissionalismo independente, submetido apenas às forças de mercado. A democracia adquiriu consistência, conforme as instituições mostravam que podiam funcionar. Os meios de comunicação passaram a refletir pressões crescentes de democratização do poder público, expressas em timbre moralizador, tanto mais intensas quanto mais o Estado se mostrava incapaz de atender expectativas mínimas da população, represadas havia muito.

Entrou em grande evidência um jornalismo baseado na investigação, nem sempre conscienciosa, de irregularidades na administração pública, divulgadas de forma categórica, às vezes bombástica. O impeachment ocupa entre nós posição análoga à do caso Watergate na evolução da imprensa norte-americana, seja no sentido de ter revitalizado a função político-institucional do jornalismo, seja no de revelar falhas que o próprio aumento da influência dos meios de comunicação tornou patentes.

Assim como cresceu a percepção crítica da imprensa em relação aos poderes instituídos, especialmente os de natureza pública, aumentou também a recepção crítica dos meios de

comunicação por parte da sua base social, o público que consome a mercadoria-informação. O mal-estar que cerca a imprensa passou a se traduzir em três acusações predominantes: ela seria superficial, invasiva e pessimista.

Em vez de se voltar para o esclarecimento de processos complexos e contraditórios a imprensa opta -de acordo com a primeira crítica- por pinçar seus fragmentos mais estridentes, praticando simplificações que só aparentemente refletem uma disposição crítica, na verdade conivente com as estruturas que finge ignorar. Para o segundo tipo de acusação, no afã de obter revelações chocantes a imprensa atropela quaisquer limites, sobrepondo um suposto interesse público, cuja extensão ela mesma estabelece, aos direitos individuais de privacidade e reputação. Tangida pela competição à busca do "furo pelo furo", permeada por uma atmosfera de descrença reinante nas redações, a imprensa adota uma linha destrutiva -daí o seu alegado pessimismo.

Não se trata de acusações descabidas, ainda que generalizem exceções, tomando-as por regra. Subordinado a um regime de pressa que faz parte de sua utilidade pública, o jornalismo está sujeito a erros e distorções, raramente premeditados. É argumentável que alguma incidência deles seja o preço a pagar para que a sociedade possa usufruir de um valioso patrimônio público, a livre circulação de informações e idéias. Mesmo assim, está claro que uma resposta para os problemas do jornalismo contemporâneo terá de corresponder à sensibilidade de parcelas crescentes do público, que reclamam um emprego mais criterioso do poder de informar.

Os objetivos a compatibilizar nem sempre parecem congruentes. Como praticar um jornalismo mais interessante (pois há queixas também nessa direção) e ao mesmo tempo mais ponderado? Como manter e até ampliar o diapasão de crítica, sem ferir direitos nem utilizar métodos capciosos? Como aprofundar os enfoques sem perder a necessária vivacidade jornalística? Como evitar tanto o conformismo como a crítica pela crítica? Mais especificamente, essas questões deverão assumir forma prática com a nova legislação de imprensa, que provavelmente tornará mais ágeis e frequentes as punições nos casos em que prevalecer, em juízo, o entendimento de que houve negligência ou abuso.

Seleção de fatos e compreensão de seus nexos num texto mais livre

Foram relacionados, até aqui, alguns dos desafios que assediam o jornalismo de modo simultâneo e sob diversos prismas: político, empresarial, tecnológico, mercadológico, jurídico. Não existe, evidentemente, uma fórmula capaz de responder de antemão a todos eles. Somente a experiência dos próximos anos permitirá defini-la, conforme os prognósticos que hoje é possível esboçar forem corroborados ou tiverem de sofrer retificações.

Determinadas linhas de ação, no entanto, parecem claras como diretrizes a ser adotadas pelo jornalismo diário. O atendimento cada vez mais copioso e eficaz de demandas específicas não faz desaparecer -ao contrário, ressalta- a necessidade de meios que possam funcionar como âncoras de referência geral. Em meio à balbúrdia informativa, a utilidade dos jornais crescerá se eles conseguirem não apenas organizar a informação inespecífica, aquela que potencialmente interessa a toda pessoa alfabetizada, como também torná-la mais compreensível em seus nexos e articulações, exatamente para garantir seu trânsito em meio à heterogeneidade de um público fragmentário e dispersivo.

Em outras palavras, o jornalismo terá de fazer frente a uma exigência qualitativa muito superior à do passado, refinando sua capacidade de selecionar, didatizar e analisar. É recomendável que a gama de assuntos a ser cobertos até mesmo se reduza em alguma medida, desde que em contrapartida sua seleção seja mais pertinente, e o tratamento que receberem, mais compreensivo. Uma tal mudança implica repercussões na pauta, na reportagem, no texto, na edição. É preciso maior originalidade na identificação dos temas a ser objeto de apuração, bem como uma focalização mais precisa de sua abordagem. Pesquisas de opinião possibilitam conhecer um pouco melhor as necessidades do público e aproximar a pauta do jornal e a vivência concreta do leitor. Mas não substituem o discernimento necessário para detectar a ocasião jornalística nos fatos que reúnam o geral e o específico, em que um processo relevante ou emergente apareça entrelaçado com sua manifestação mais sintomática e humana. Essa preocupação deveria nortear a elaboração do jornal, da pauta à edição.

A transição de um texto estritamente informativo, tolhido por normas pouco flexíveis, para um outro padrão textual que admita um componente de análise e certa liberdade estilística é consequência da evolução que estamos procurando identificar. Trata-se, porém, de política a ser administrada com parcimônia e cautela, seja para que não se perca a base objetiva de informação, seja para que o leitor não fique à mercê dos caprichos da subjetividade de quem está ali para, antes de mais nada, informar com exatidão. A um texto noticioso mais flexível

deve corresponder um domínio superior do idioma, bem como redobrada vigilância quanto à verificação prévia das informações, à precisão e inteireza dos relatos, à sustentação técnica das análises e à isenção necessária para assegurar o acesso do leitor aos diferentes pontos de vista suscitados pelos fatos.

Sobrecarregada, até certo ponto, por tarefas que a tecnologia colocou sob sua alçada, a edição enfrenta também o desafio de mobilizar as possibilidades de pesquisa propiciadas pela informática, utilizar melhor a computação gráfica, desenvolver a utilização elegante de imagens coloridas. Será cada vez mais importante que esses esforços parciais sejam integrados de modo criativo e didático, a fim de assegurar uma apresentação mais aguda de tudo o que se decidiu considerar importante no dia.

Treinamento, reciclagem e combate sistemático a erros

O êxito da transição para um modelo como o delineado acima depende de vários fatores. Depende da capacidade das empresas para preservar e ampliar a distinção entre seus interesses econômicos e sua autonomia editorial, compreendendo que esta convém àqueles. Depende de uma articulação eficaz entre diversos setores: redação, publicidade, circulação, planejamento, impressão, informática, recursos humanos, marketing. Depende de seus níveis de investimento em tecnologia e pessoal qualificado. Mas esses fatores precisam ser complementados por um esforço profundo de aprimoramento intelectual e técnico no âmbito das redações. São as próprias exigências competitivas do mercado que se refletem sobre a formação do profissional de imprensa, compelindo-o a uma reciclagem permanente por meio de cursos, estágios, viagens e períodos sabáticos. Para tratar um determinado assunto de maneira ao mesmo tempo mais abrangente e explicativa, é indispensável conhecê-lo melhor. Também os mecanismos de recrutamento devem evoluir, com vistas à elevação do nível médio dos quadros profissionais.

A abertura para temas até agora pouco frequentados pela pauta jornalística; a "desestatização" do noticiário, num jornalismo ainda fortemente atrelado a agendas, fontes e declarações oficiais; uma disposição para conferir maior evidência aos assuntos de alcance nacional e internacional; a interpretação dos mananciais estatísticos, em que nem sempre é fácil separar o relevante do incidental; a demonstração dos vínculos entre a aparência e o substrato de cada fato importante -tudo isso reclama uma qualificação profissional em constante evolução. É

preciso incrementar o jogo de estímulos recíprocos entre melhores condições de remuneração e trabalho, por um lado, e uma cultura jornalística que incentive o aprendizado, a autocritica e a imaginação, por outro. A densidade dessa cultura interna será elemento decisivo, tanto para garantir a sobrevivência dos jornais em conjunto, como para assegurar posições de liderança no público leitor.

Os programas de qualidade se converteram em imperativo de gerência empresarial. Embora a qualidade jornalística seja em parte insuscetível de se medir em termos objetivos, ela tem pelo menos uma dimensão -os erros- apta a ser quantificada e submetida a programas desse tipo. A adaptação de programas de qualidade à esfera das redações tem mostrado que é possível reduzir a incidência dos erros de forma (linguagem e digitação), ao mesmo tempo em que abre caminho para um combate pela primeira vez metódico aos erros mais importantes, os de conteúdo, cujo mapeamento, prevenção e retificação ainda são, quando muito, incipientes.

Crítica, pluralidade e apartidarismo num espaço em reformulação

Em documentos anteriores a este, a Folha cristalizou uma concepção de jornalismo definido como crítico, pluralista e apartidário. Tais valores adquiriram a característica doutrinária que está impregnada na personalidade do jornal e que ajudou a moldar o estilo da imprensa brasileira na última década. Cabe questionar, porém, à luz das transformações sumariadas acima, se a implementação desses valores não deveria passar por revisão também, até com a finalidade de sacudir os automatismos fixados pelo hábito.

Se a premissa dessas notas está correta -ou seja, se o jornalismo atravessa um período de qualificação, que ultrapassa a ênfase normativa do período anterior-, a decorrência é que aqueles valores devem ser tomados, também eles, de modo mais qualificado. Isso não significa que o jornalismo deva aplacar a sua disposição crítica, mas refiná-la e torná-la mais aguda num ambiente que não é mais dicotômico, no qual o debate técnico substituiu, em boa medida, o debate ideológico.

O pluralismo, apequenado muitas vezes na auscultação meramente formal do "outro lado" da notícia, deveria renovar-se na busca de uma compreensão mais autêntica das várias facetas implicadas no episódio jornalístico. Mesmo a atitude apartidária, que veda alinhamentos automáticos e obriga a um tratamento distanciado em relação às correntes de interesse que

atuam sobre os fatos, não pode servir de alibi para uma neutralidade acomodada, quando não satisfeita em hostilizar por hostilizar.

Os meios de comunicação têm assegurado grande visibilidade para a linha de reformas liberalizantes observada pelos últimos três governos. Ao fazê-lo, refletem uma tendência internacional que recebe apoio crescente na opinião pública interna. A discussão pormenorizada do conteúdo e da extensão dessas reformas, dos prós e contras de seus diferentes matizes, no entanto, é assistemática. Propostas alternativas têm sido objeto de pouca atenção. Da mesma forma, a demora no enfrentamento das carências sociais -problema básico num país como o Brasil- raramente vai além da repetição de enunciados genéricos. Existe um consenso, por exemplo, de que educação e saúde configuram o nó do desenvolvimento do país, mas a imprensa ainda não conseguiu articular enfoques que coloquem esses temas na ordem do dia, acoplando-os à agenda imediata de eventos.

A necessidade de adaptação nacional à dinâmica externa, imperativo aguçado na época que atravessamos, atualiza os problemas tradicionais de uma sociedade em que a divisão entre um setor integrado e um setor excluído nada tem de novo. Espelhar essa contradição e contribuir para que ela seja transposta, pela integração de seus termos na sociedade de mercado e na democracia política, é provavelmente a principal tarefa do jornalismo hoje, até porque de seu sucesso depende a amplitude e mesmo a sobrevivência de um espaço público em reformulação.



“QUEM FAZ A OPINIÃO DA FOLHA”

Marcelo Leite

Quem faz a opinião da Folha

São Paulo, domingo, 12 de maio de 1996

MARCELO LEITE

A série de editoriais de primeira página da Folha, iniciada em 21 de abril com o memorável "O outro lado da moeda", chamou atenção para um dos setores menos transparentes do jornal: Opinião. Em um ano e meio como ombudsman, notei que o leitor não faz a menor idéia de como são pautadas e escritas as páginas 2 e 3 do primeiro caderno, publicadas sob essa rubrica.

São cinco os elementos básicos dessas páginas:

- * Editoriais - textos não assinados que saem em duas colunas na parte esquerda da pág. 1-2;
- * Colunas - três fixas, no centro da mesma 1-2, cujos titulares são Clóvis Rossi, Fernando Rodrigues e Carlos Heitor Cony, e outra vertical e variável, à direita, com um nome para cada dia da semana;
- * Tendências/Debates - artigos da pág. 1-3 escritos geralmente a convite do jornal;
- * Painel do Leitor - seção de cartas, inclusive aquelas que caracterizem o chamado direito de resposta;
- * Erramos - espaço para retificações de erros da Folha.

Para explicar que nem tudo nessas duas páginas reflete a opinião da Folha, entrevistei o editor de Opinião do jornal, Hélio Schwartzman, 30. Tomei a idéia emprestada de Lynn Feigenbaum, a ombudsman do diário norte-americano "Virginian-Pilot", que há poucas semanas apresentou em sua coluna um bate-papo didático com o "op-ed" de seu jornal.

Pretendo de tempos em tempos repetir essas conversas com editores, para dar idéia um pouco mais concreta sobre como é feito o jornal. Passo agora a palavra a Schwartzman:

Pergunta - Quem escreveu os editoriais de primeira página de 21 e 30 de abril?

Schwartzman - O primeiro quem fez a base foi o Clóvis (Rossi), e o segundo foi o Marcelo Coelho, que por acaso são do Conselho Editorial, mas essa não é a regra.

Pergunta - Quem redige regularmente editoriais na Folha? Quantas pessoas são e qual é o perfil delas?

Schwartzman - Varia. Eu sou um que está aqui todo dia e aí há um reforço. Hoje (1º de maio), por exemplo, tenho o Gilson Schwartz, 36 anos, economista que está dando aulas na USP (no Programa de Relações Internacionais). Também tem o Demian Fiocca, um pouco mais jovem, 27 anos, que está fazendo um mestrado na FEA, também economista. E o Luiz Paulo Labriola, 38 anos, formado em letras na USP, mas que agora está fazendo uma pós-graduação em filosofia.

Pergunta - Além desses?

Schwartzman - Há um bom corpo de assessores. Por exemplo, para qualquer assunto jurídico, estamos sempre consultando o Ives Gandra Martins, o Walter Ceneviva, o Luís Francisco de Carvalho Filho.

Pergunta - Fale mais de sua formação intelectual e carreira na Folha.

Schwartzman - Minha formação básica é filosofia, mas fiz vários outros cursos na Letras da USP: quatro anos de grego clássico, como ouvinte, dois anos de latim, um semestre de sânscrito. Agora estou teoricamente cursando árabe, mas não estou conseguindo ir.

Pergunta - E na Folha?

Schwartzman - Hoje exatamente, 1º de maio, completo oito anos de Folha. Comecei como redator de Exterior. Entrei no jornal por engano, achei que ia ser tradutor. Já trabalhei em Exterior, afundei o finado Folhetim, fui o último editor dele. Trabalhei no Letras, em Ciência, ajudei a escrever... como você, fiz parte da comissão do "Manual", fui editor de Exterior e depois vim para cá, há cerca de três anos.

Pergunta - E como são aprovados e discutidos os textos de editoriais, atualmente?

Schwartzman - Quando o sr. Frias (Octávio Frias de Oliveira, publisher daFolha) chega, propomos uma pauta. Quando terminamos (de escrever), passamos para ele, e depois ele vem com observações, ou passa direto. Ou tem de refazer alguma coisa, ou então a gente começa a brigar, até sair o editorial aprovado.

Pergunta - E o Conselho Editorial, tem alguma influência sobre os editoriais? As pessoas acham que os membros do Conselho são os que fazem ou discutem os editoriais.

Schwartsman - Não, isso certamente não, exceto o Marcelo Coelho, que escreve com pouca frequência, e Clóvis Rossi, que escreve regularmente. O nosso contato com eles é que têm um almoço por mês e vêm tomar depois um cafezinho aqui com a gente. É claro que junto à direção do jornal, ao Otavio (Frias Filho, diretor de Redação) e ao sr. Frias, eles têm, devem ter alguma influência. O professor Rogério (César de Cerqueira Leite) é outro que a gente ouve muito, nos editoriais que de alguma forma mexem com ciência ou educação...

Pergunta - ... e Sivam...

Schwartsman - ... e Sivam.

Pergunta - Qual é a relação entre editoriais e noticiário?

Schwartsman - Olha, a gente procura não desmentir o noticiário, embora às vezes detecte erros, numa leitura mais atenta ou após consulta a especialista. Os editores têm a orientação óbvia de ler os editoriais, mas manter uma independência, no noticiário, de procurar ser o mais objetivo possível. De vez em quando se vê que a Folha editorializa um pouco as matérias, talvez indevidamente, ou então acaba publicando sem grifo (itálico) algo que deveria sair em grifo, como um sinal de que é algo mais opinativo e menos noticioso.

Pergunta - Com a reforma gráfica ficou mais difícil, pois não há mais a possibilidade de usar o texto comum em grifo, fora das colunas de opinião.

Schwartsman - É, isso é verdade.

Pergunta - E na mão inversa, as informações da Folha são a sua principal fonte ou vocês se socorrem cotidianamente de outras publicações?

Schwartsman - Sempre checamos e recheamos, por mais sólida que pareça a matéria. Por exemplo, se cita um artigo de lei, vamos ver se é aquele mesmo, vamos ouvir um advogado para ver se não há gente que acha diferente.

Pergunta - Mas outros jornais também são usados?

Schwartsman - Também, por exemplo a "Gazeta" (Mercantil), na parte econômica, que costuma ser mais completa. Agora, quem também tem colaborado com a gente, mas mais na parte de sugestões e discussão, sem escrever, é o Celso Pinto.

Pergunta - Outra confusão frequente se dá entre editor de Opinião, Conselho Editorial e a pág. 3, onde saem Tendências/Debates e Painel do Leitor.

Schwartsman - Direto. O que eu recebo de telefonema e fax por engano... Não há relação nenhuma.

Pergunta - E sobre o texto do editorial _formulação, estilo, vocabulário?

Schwartsman - Varia muito. Às vezes tem notícia que sai às 7h30 da noite, a gente quer pôr no editorial. Aí, óbvio, sai um texto um pouco menos refinado, eventualmente até com erro de português, o que é muito ruim. Agora, quando começamos a escrever cedo e não há maiores percalços, procuramos ser um pouco mais cultos do que a linguagem normal do jornal, mas também sem cair no preciosismo.

Pergunta - Dos grandes jornais brasileiros, qual faz os melhores editoriais?

Schwartsman - A Folha é mais ousada, mais propositiva. O Estadão é um pouco carrancudo, mas de vez em quando tem belas peças ali, mesmo porque eles têm uma equipe bastante grande de editorialistas e um espaço bem mais significativo, quase uma página inteira, enquanto nós temos dois quintos de página.

Pergunta - Como leitor, sinto que a argumentação dos editoriais do "Estado" é mais desenvolvida, obviamente por causa do espaço.

Schwartsman - Mas também tenho a impressão de que tem um índice de leitura menor, são longos, talvez um pouco pesados. E "O Globo" é o jornal que mais abusa dos editoriais, na capa por exemplo é frequente, e aqueles "Opinião" espalhados pelo jornal...

Pergunta - Você acha isso ruim?

Schwartsman - Não, acho interessante.

Pergunta - É que você falou em abuso.

Schwartsman - Na capa, na capa. A gente só coloca na capa quando acha que é uma questão vital para o país.



PROJETO GRÁFICO *FOLHA* 2000

MÍDIA Novo projeto gráfico estreia terça para realçar informações essenciais e dar mais leveza ao jornal

Folha muda para ficar mais prática



da Reportagem Local

Quando um grupo de leitores avaiou o novo projeto gráfico da Folha, que estreia terça, foram anotadas pelo menos três reações unânimes: o jornal ficaria "menos poluído", "mais prático" e "é mais fácil transitar por ele".

Sem ser especialistas em design gráfico, os leitores entrevistados na pesquisa qualitativa chegaram ao âmago da reforma: o objetivo do novo projeto é melhorar a hierarquia das notícias que a Folha publica, tornar mais claro o que é essencial e o que é acessório.

As razões da mudança são claras: com o caos crescente de informação, potencializado com o advento da Internet, das TVs pagas e dos noticiários em tempo real, os jornais precisam investir mais na organização da notícia.

"Uma característica que a Folha procura cultivar é a de ser um jornal em constante mudança, inclusive do ponto de vista plástico. Claro que não se trata de mudar por mudar, mas de acelerar a linha evolutiva do jornal, respondendo a necessidades que nos parecem novas", diz Otávio Frias Filho, diretor de Redação.

"Esta reforma é um instrumento para aprofundar os princípios estabelecidos no projeto editorial: fazer um jornalismo agudo, que apresente de forma clara as notícias mais relevantes e amplie as análises", diz Eleonora de Lucena, editora-executiva da Folha.

A nova reforma é mais pontual do que a feita em 1996, concebida pela designer Eliane Stephan, quando os padrões gráficos da Folha mudaram completamente.

Agora, ocorre uma espécie de "revolução silenciosa porque atinge o âmago do jornal", como diz o designer gráfico italiano Vincenzo Scarpellini, autor do novo projeto gráfico da Folha. Scarpellini deu aulas de design gráfico em uma universidade de Roma e criou o projeto gráfico do jornal "Il Manifesto". No Brasil, onde vive desde 1996, reformulou a revista "Manchete" e criou o projeto

nalística: a edição dos textos terá de ser aprimorada.

Parte das mudanças feitas em 1996 será mantida, mas o novo projeto visa dar alguns passos adiante. As principais alterações são as seguintes:

Titulos - As letras que compõem o título foram compactadas para aumentar a legibilidade. A operação aumentou a área em branco ao redor do título. O contraste aumenta a força do título. A impressão dos leitores é que a página "respira" mais.

Panorâmicas - Seção com notícias heterogêneas, é uma espécie de página dentro da página.

Menos cores - A reforma diminuiu a paleta de cores usada pelo jornal. Ao contrário do que imagina o senso comum, a redução do número de cores tende a aumentar a percepção das que foram mantidas. A impressão é que o jornal ficou mais colorido.

Cores sinalizadoras - Visam identificar gêneros de textos que o jornal valoriza. O "Outro Lado" de uma notícia controversa será identificado por um fundo azul claro. Todos os textos didáticos serão apresentados sobre um fundo ocre.

O objetivo da reforma é dar opção para o leitor que tem tempo de ler o jornal e para o que não tem. "Um bom jornal, com o bombardeio crescente da mídia, é aquele que pode ser lido em 10 minutos ou três horas. O leitor tem esse direito", diz Scarpellini.

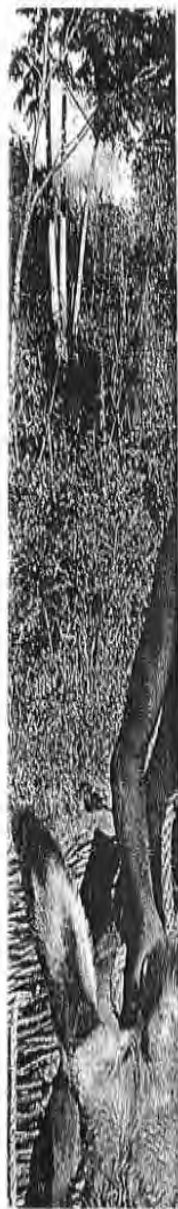
Outras mudanças serão feitas com a reforma gráfica. O médico infectologista e escritor Drauzio Varella, autor do best-seller "Estação Carandiru", passa a assinar colunas aos sábados na Ilustrada, reverendo-se com o cineasta Walter Salles. Ele estreia dia 20.

O repórter Alcino Leite Neto vai escrever a página de crítica da TV Folha, substituindo Fernando de Barros e Silva.

As duas páginas com textos do jornal britânico "Financial Times", hoje editadas às sextas-feiras no caderno Dinheiro, passam a sair às segundas.

BAHIA Até prefe

Fazei



Os meninos pataxós Irineu

OUTRO LADO

ACM diz que, se fez, foi por erro de alguém

da Redação e da Agência Folha

O senador Antonio Carlos Magalhães afirmou que não lembra se distribuiu os títulos de terra da área dos pataxós em seu governo.

FOLHA MUNDO
FOLHA JORNAL
FOLHA DINHEIRO
FOLHA COTIDIANO
FOLHA ESPORTE
CLASSIFICADOS

Relatório de fraude na coleta de lixo em SP
A Prefeitura de São Paulo divulgou um relatório sobre a fraude na coleta de lixo na cidade. O relatório aponta que a empresa responsável pela coleta de lixo em São Paulo, a Saneamento Básico de São Paulo (SBS), tem sido alvo de fraudes na coleta de lixo. O relatório aponta que a SBS tem sido alvo de fraudes na coleta de lixo, com a empresa pagando menos por cada tonelada de lixo coletado do que o valor contratado. O relatório também aponta que a SBS tem sido alvo de fraudes na coleta de lixo, com a empresa pagando menos por cada tonelada de lixo coletado do que o valor contratado.

Justiça do Rio revoga prisão de Sérgio Naya
A Justiça do Rio de Janeiro revogou a prisão de Sérgio Naya, um dos principais envolvidos no caso do mensalão. A decisão foi baseada no fato de que Naya não possui antecedentes criminais e que a prisão não era necessária para garantir a ordem pública.

Chico Lopes é indiciado por criação de divórcio ilegal
O jornalista Chico Lopes foi indiciado por criação de divórcio ilegal. O Ministério Público alega que Lopes criou um divórcio falso para obter uma indenização de R\$ 1 milhão.

Vasco decide Mundial de clubes contra o Corinthians
O Vasco da Gama decidiu disputar o Mundial de Clubes da FIFA contra o Corinthians. A decisão foi baseada no fato de que o Vasco é o representante brasileiro no torneio.

Caderno ajuda a viver bem

da Reportagem Local

Chega de estresse! O novo caderno semanal que a Folha lança na próxima quinta, chamado Equilíbrio, vai tratar de qualidade de vida de um ponto de vista novo: ele mostrará como melhorar o cotidiano sem se estressar.

O caderno terá 20 páginas em formato tabloíde, igual ao do Mais!, e será totalmente colorido.

Equilíbrio baseia-se num tripé: a saúde do corpo, da mente e do meio ambiente. "O objetivo do caderno é ajudar o leitor a viver melhor sem precisar se desgastar", define Bell Kranz, editora do Equilíbrio.

Qualidade de vida tem uma acepção bastante ampla no conceito adotado pelo caderno. Vai da qualidade de vida em casa, no seu bairro e até no escritório.

O cardápio do novo caderno terá um pouco de tudo do seu co-

tidiano: saúde (tratada do ponto de vista preventivo), ginástica, estética pessoal, relacionamentos e terapias que já foram alternativas e hoje tornaram-se complementares, como meditação e massagem.

O público-alvo do caderno é amplo como os assuntos a serem tratados: vai do executivo ao idoso, da grávida ao adolescente.

Colunas vão dar dicas de qualidade de vida. Algumas delas:

Outras Idéias - Traz reflexões de três especialistas e convidados. Um dos especialistas é o sociólogo italiano Domenico de Masi, teórico do ócio e autor de "Desenvolvimento sem Trabalho".

Outros Rumos - Personalidades dão dicas de programas culturais diferenciados.

Peça Rara - Dicas de produtos úteis e ecologicamente corretos.

Narciso - Dissecar produtos de beleza, de xampu a desodorante.

A idéia de Equilíbrio, segundo Bell, não é patrulhar o leitor. "Disso ele já está saturado. Vamos apontar alternativas."

folhaequilíbrio
Os limites do corpo
Cuidados, exercícios e dicas para viver melhor.

Blecaute deixa DF e 4 Estados sem luz
A falta de energia elétrica afetou milhares de pessoas em Brasília e em quatro estados do Brasil. A causa foi uma falha no sistema de transmissão de energia.

Presidente da Câmara intimado a depor
O presidente da Câmara dos Deputados foi intimado a depor em um processo judicial. A decisão foi baseada no fato de que o presidente não compareceu a uma audiência.

Mapa de São Paulo
Um mapa detalhado da cidade de São Paulo, mostrando as principais ruas, bairros e pontos de interesse.

Tânia diz que perdoou ex-namorado
A atriz Tânia Maranhão afirmou que perdoou seu ex-namorado. Ela disse que a decisão foi baseada no fato de que o ex-namorado se arrependeu de seus atos.

folhateen
A voz da geração
Um caderno dedicado aos jovens, com dicas de moda, música e relacionamentos.

Folhateen vai virar tabloíde

da Reportagem Local

O Folhateen vai mudar de formato e ganhar mais espaço. A partir do próximo dia 15, passa a circular em formato tabloíde.

O novo Folhateen terá 16 páginas, um aumento de 40% em relação ao antigo formato — seis páginas standarts. A mudança também atinge o conteúdo: o caderno estreia quatro novas seções:

02 Neurônio - Assinada por Jô Hallack, Nina Lemos e Raquel Afonso, a coluna retrata com humor dilemas femininos sobre sexo e homens.

Estante - Trará resenhas de livros escritos para adolescentes e clássicos. Será assinada pelo escritor Luís Augusto Fischer, professor de literatura bra-

sileira da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. "O meu alvo é o leitor destemido: o que pode ler Paulo Coelho e Dostoiévski", diz.

Tecno - A coluna ajudará o leitor a planejar viagens, gravar músicas ou editar vídeos com a ajuda da Internet.

Você já Ouviu? - Apresentará bandas novas e antigas.

As colunas já existentes serão mantidas.

O conteúdo das reportagens também muda, segundo André Barcinski, editor do caderno: "O Folhateen vai ficar mais parecido com revista. As reportagens vão ter mais profundidade para ganhar uma vida útil maior".

Os quadros ocuparão uma página, com uma história completa por mês. Los Tres Amigos e um autor novo vão se revezar.

NOVO TÍTULO
As letras da nova edição do Folhateen são mais modernas e atraentes.

SOMM TÍTULO
O novo título do caderno é mais claro e objetivo.

PANORAMA
A nova seção de notícias traz uma visão mais ampla dos acontecimentos.

CONTEÚDO
O conteúdo do caderno é mais variado e interessante.

FORMATAÇÃO
A formatação do caderno é mais moderna e atrativa.

IMAGEM
A imagem do caderno é mais clara e profissional.

CONTEÚDO
O conteúdo do caderno é mais variado e interessante.

FORMATAÇÃO
A formatação do caderno é mais moderna e atrativa.

IMAGEM
A imagem do caderno é mais clara e profissional.



PROJETO GRÁFICO FOLHA 2006

Folha fica mais fácil de ler com reforma

Projeto visual que estréia hoje traz recursos gráficos e editoriais que deixam o jornal mais organizado e completo

A NOVA FOLHA



1234567890
1234567890
1234567890
1234567890
1234567890
1234567890
1234567890
1234567890

MENOR E MELHOR
A nova fonte para tabelas e infográficos foi feita para funcionar em corpos pequenos. Reentrâncias preenchidas pelo "vazamento" de tinta na impressão ou pela correção ótica do olho facilitam a leitura.

NOVO LOGOTIPO

Utiliza a mesma letra que o anterior, mas é levemente maior, mais escuro e simétrico

preto mais intenso, com acréscimo de azul

remissão para o site da Folha

UM JORNAL A SERVIÇO DO BRASIL * * * WWW.FOLHA.COM.BR

FOLHA DE S. PAULO

EDITORIAL DE REDAÇÃO: CENTRO FINANCEIRO

DOMINGO, 21 DE MAIO DE 2006

EDIÇÃO SÃO PAULO DE CONEXÃO AS 21H • R\$ 1,50

a data ganha mais destaque



um jornal em duas velocidades

5 min

Recursos gráficos e uma nova organização das reportagens facilitam a leitura para quem precisa perceber rapidamente as páginas da Folha.

50 min

O leitor que deseja aprofundar a leitura encontra na Folha reportagens e análises que enriquecem a compreensão dos fatos.

CORPO MAIOR

Desenhada para a Folha em 1996, a fonte dos títulos (Folha Serif) foi ajustada e levemente condensada. Ficou mais clara, ganhou força e permite um tamanho maior de logotipo.

Textos ganharam uma nova fonte, a Chronicle, mais moderna e apropriada para a leitura; nova paleta de cores distingue cadernos

DA REPORTAGEM LOCAL

Com o projeto visual que estréia hoje, ficou ainda mais fácil ler a **Folha**. As páginas estão mais organizadas e utilizam recursos gráficos que ajudam a encontrar rapidamente as principais notícias e os artigos complementares que aprofundam e contextualizam os fatos.

Além do título e do subtítulo, as reportagens principais passam a ter também uma nova entrada de leitura, a "lupa", que destaca antes do início do texto mais um de seus elementos importantes.

Com o novo projeto, a **Folha** ganha também em legibilidade. A começar do logotipo da "Primeira Página", todos os elementos gráficos do jornal cresceram, por meio do aumento do corpo e/ou da substituição por letras mais robustas. Isso não implicou, porém, corte de informação. Pelo contrário, em alguns casos houve ganho de espaço nos textos.

Os textos têm uma nova fonte, a Chronicle, mais moderna e apropriada para a leitura do que a anterior (Minion). A letra usada nos títulos, a Folha Serif — desenhada especialmente para o jornal em 1996 —, passou por pequenas correções e foi levemente condensada. Com isso, os títulos também ganharam em espaço.

O novo projeto confere mais personalidade aos cadernos do jornal e aos suplementos. Uma nova paleta de cores foi criada para distinguir os cadernos, que agora têm "navegadores" nas capas para ajudar o leitor a

identificar as principais notícias. "Empregos" e "Negócios", com novas seções, continuam sendo editados num só caderno, ao contrário do que foi anunciado anteriormente.

As novidades, além de facilitar a leitura, aperfeiçoam o conteúdo informativo da **Folha**, que passa a contar com mais complementos aos artigos — como análises, entrevistas e boxes didáticos.

As mudanças também aprofundam, nos 85 anos da **Folha**, os fundamentos editoriais do jornal, baseados na independência, no apertadismo, no espírito crítico e no pluralismo de opinião.

O novo projeto visual foi elaborado por uma equipe de artistas gráficos do próprio jornal, coordenada pelos editores Massimo Gentile e Melchisedech Filho. A consultoria do projeto foi feita pelo designer americano de origem cubana Mario Garcia, que redesenhou os jornais "The Wall Street Journal" (norte-americano) e "Libération" (francês), entre outros.

A **Folha Online** também ganhou um novo projeto visual, que estreou ontem.

O jornal eletrônico da **Folha** tem agora novas seções, mais notícias e telas mais largas. Também passa a publicar cartas enviadas ao jornal, criando uma extensão ao "Painel do Leitor", editado na **Folha**.

A ferramenta de busca do site ficou mais visível e foi aperfeiçoada, deixando mais organizada a procura pelas reportagens. O jornal eletrônico também inaugurou espaços fixos para reportagens regionais, com notícias dos principais estados brasileiros.

» NA INTERNET — Conheça todas as novidades da **Folha Online** www.folha.com.br



Nasceu uma nova Folha.
E pelo jeito, um futuro leitor.

www.johnsonsbaby.com.br

Linha Johnson's® Baby.

Com você desde os seus primeiros passos.





FOLHINHA
As seções "Quadrinhos" e "Miniconto" ganham uma página inteira, cada uma.



FOLHATEEN
A reforma visual deixou o caderno ainda mais jovem e informativo para os adolescentes.



INFORMÁTICA
O caderno estreia a seção "tec-tec-tec", com notícias do mundo tecnológico. A seção "Consumo" vira semanal e ganha uma página inteira. A coluna semanal "Canal Aberto", com respostas às dúvidas do leitor, terá uma edição especial a cada 15 dias, com dicas de como usar melhor o computador e a internet.

Suplementos ficam mais ricos e dinâmicos

Com o novo projeto gráfico, a **Folha** passa a publicar ao longo da semana 13 suplementos e revistas, encartados gratuitamente no jornal. Todos eles ganharam um design moderno e dinâmico. Novas seções e colunas foram criadas para enriquecer o conteúdo dos cadernos. "Empregos" e "Negócios", que eram editados juntos, serão agora dois cadernos diferentes. A "Revista da Folha" terá um novo encarte, "QI - Quem Indica", com dicas de lazer de especialistas e convidados.

No Brasil, a **Folha** é pioneira na publicação de suplementos, que o jornal edita com a mesma independência e o mesmo espírito crítico que definem os cadernos diários.

Com o novo projeto, a **Folha** se alinha ainda mais à tendência internacional de oferecer ao leitor vários suplementos e revistas que complementam a sua informação e são úteis para a vida cotidiana, a educação e a formação profissional. Conheça nesta página algumas das mudanças.

Malhação na piscina despista calor do verão

FOLHA DE S. PAULO

equilíbrio

SÃO PAULO, QUARTA-FEIRA, 25 DE OUTUBRO DE 2002

O caderno passa a publicar charges da ilustradora argentina Maitena e ganha duas novas seções: "Inspire respire transpire", com dicas para o corpo e a mente, e "Dia-a-dia", dedicada a novos produtos saudáveis e soluções simples para o cotidiano. A neurocientista Suzana Herculano-Houzel, da UFRJ (Universidade Federal do Rio de Janeiro), passa a escrever quinzenalmente.

Ausência de pesquisas faz médicos divergirem sobre uso de psicotrópicos na gravidez

12 questões pertinentes sobre saúde do coração

e se elas estiveriam deprimidas?



NEGÓCIOS
O caderno "Negócios", que vem sendo publicado junto com "Empregos", será editado agora separadamente, com novas seções e serviços. "Feiras" trará reportagens sobre os principais eventos comerciais no Brasil. As seções "Gestão empresarial" e "Licenciamento" vão antecipar as tendências e opções nesses setores.



EMPREGOS
O caderno "Empregos" será reformulado e ganha novas seções. "Concursos" trará informações em primeira mão sobre concursos públicos, além de serviços de orientação e dicas de preparação. "Estágios e trainees" apresentará as últimas aberturas de vagas e serviços úteis aos candidatos. "Saúde corporativa" tratará de temas como estresse e doenças relacionadas ao trabalho, entre outros.



REVISTA DA FOLHA
O "Guia de Compras" foi ampliado e ganha a companhia do encarte "QI - Quem Indica", com sugestões de especialistas e convidados sobre opções de lazer - filmes, peças, livros, entre outros temas. As seções "GLS" e "Fale com Ele" estreiam colunistas. O **Guia da Folha**, o roteiro de lazer mais completo de São Paulo, ficou mais fácil de consultar.





PROJETO GRÁFICO *FOLHA* 2010

NO VÍZ S MA!



Noticiário mais sintético;
mais análise e opinião



Novos cadernos, novas seções,
novos colunistas e novos ilustradores



Jornalismo preciso e
confiável 24 horas por dia

FOLHA DE S. PAULO

DOMINGO, 23 DE MAIO DE 2010

FOLHA DE S. PAULO 2006

FOLHA DE S. PAULO 1996

FOLHA DE S. PAULO 1990

FOLHA DE S. PAULO 1983

FOLHA DE S. PAULO 1970

FOLHA DE S. PAULO 1968

FOLHA DE S. PAULO 1960

FOLHA DA TARDE 1949

Folha da Noite 1931

Folha da Manhã 1925

Folha da Noite 1921

FOLHA
SE TRANSFORMA
PARA FICAR MAIS
LEGÍVEL E INCISIVA

REFORMA EDITORIAL E GRÁFICA

MUDA O JORNAL

NO PAPEL E NA REDE

GLOSSÁRIO // **Abre** - texto mais importante de uma página, geralmente publicado no alto // **Banner** - propaganda exibida em páginas da internet, em geral em retângulos na parte superior ou inferior das páginas // **Blog** - tipo de site em que o conteúdo está organizado em entradas (posts) ordenadas cronologicamente, com o post mais recente no alto // **Box** - texto cercado por fios, com informações que auxiliam a compreensão da notícia

REDAÇÃO DA FOLHA,
CENTRO CAPTADOR
DE NOTÍCIAS
24 HORAS

A
PRE
SEN
TA
ÇÃO

INFORMAÇÃO EXCLUSIVA DE CARA *nova*

SÉRGIO DÁVILA
EDITOR-EXECUTIVO

A **Folha** mudou. O jornal que você tem em mãos hoje traz as letras cerca de 12% maiores, em um formato e com uma diagramação que deixam a leitura mais fácil. Os títulos são mais fortes, a hierarquização das reportagens é mais clara, a identidade entre os cadernos, mais evidente. As fotos ficaram maiores e os quadros informativos, mais limpos e didáticos.

As mudanças também são editoriais. O noticiário político passa a ser agrupado sob o título de **Poder**, o caderno de economia é rebatizado como **Mercado**, **Esporte** ganha formato tabloide, menor e mais ágil, **Tec** reunirá às quartas-feiras tendências do mundo digital e o jornal estreia um novo suplemento, a **Ilustríssima**, que trará aos domingos o melhor em cultura, ensaios e reportagens de mais fôlego.

Além disso, 29 novos colunistas passam a escrever no jornal. São nomes como o de Fabio Barbosa, presidente da Febraban (Federação Brasileira de Bancos) e do Banco Santander no Brasil, a atriz Fernanda Torres, que comen-

Projeto prioriza furos jornalísticos, resalta contexto e interpretação e aumenta a visibilidade de textos e imagens do jornal

tará as eleições presidenciais, a jovem escritora Vanessa Barbara, que resenhará programas de TV, e o cadeirante Jairo Marques, um sucesso do meio on-line.

O caçulinha João Montanaro, de 14 anos, levará o traço precoce de seu cartum à nobre página 2 do jornal, onde ocupará um espaço que já foi de Glauco (1957-2010), será vizinho de feras como Angeli e integrará um time de ilustradores que conta com Laerte, Adão Iturrusgarai e Caco Galhardo.

Eles vêm se juntar ao maior e mais eclético grupo de colunistas da imprensa brasileira, nomes conhecidos do leitor, gente como José Simão, Clóvis Rossi, Carlos Heitor Cony, Eliane Cantanhêde, Gilberto Dimenstein, Janio de Freitas, Danuza Leão, Mônica Bergamo, Barbara Gancia e Tostão.

A nova forma e o conteúdo renovado são resultado do esforço de centenas de profissionais, que trabalharam por milhares de horas durante os últimos 12 meses, sob orientação de Otavio Frias Filho, diretor de Redação, seguindo o projeto visual da designer gráfica Eliane Stephan, com a coordenação de Fabio Marra, editor de **Arte** do jornal, e do jornalista Naief Haddad.

A mudança acontece num momento em que a **Folha** promove a fusão orgânica entre suas equipes de jornalistas do meio on-line e do impresso, o primeiro grande jornal brasileiro a fazer isso de fato.

A ideia é transformar a Redação num centro captador de notícias que funcione 24 horas por dia e produza informação de qualidade para qualquer plataforma, seja ela

o papel, que é e continuará a ser a vitrine principal da marca **Folha**, o on-line, agora rebatizado de **Folha.com**, ou em smartphones e tablets, por torpedos e e-mails e o que mais for inventado.

Parte dos textos está enxuta, maneira de resumir os acontecimentos da véspera sem fazer o leitor perder tempo e paciência. Parte está mais analítica, um dos pilares do projeto novo, que priorizará a contextualização e a interpretação do fato conhecido.

O leitor escolherá seu caminho, o mais rápido, mas de qualidade, ou o mais profundo, mas compreensível; ambos serão contemplados pelo jornal.

Uma coisa, porém, não muda: o compromisso diário da **Folha** de buscar a informação exclusiva, o furo de reportagem, o enfoque único, o olhar diferenciado. A matéria-prima do jornalismo de qualidade é a informação única. Que você passa a receber de cara nova.

Novíssima!



FOLHA.com
Veja galeria animada
com fotos da Redação
folha.com/1014119

PRI
O
RI
DA
DE

VALORIZAÇÃO DE *análises*

DE SÃO PAULO

Os textos de análise, que já ganhavam destaque nas páginas da **Folha**, tornam-se centrais nesta nova fase do projeto editorial.

Integrarão o esforço de esclarecer o leitor sobre a importância, o contexto, a origem, as implicações e o feio de interesses em torno de informações relevantes publicadas no jornal.

A fim de dar consequência

visual a essa diretriz, a partir desta edição as vinhetas que indicam análise são grafadas em vermelho. É o único gênero de texto jornalístico a receber essa diferenciação no conjunto das mudanças gráficas que acaba de ser apresentado.

A **Primeira Página** também passa a destacar as análises na vitrine do jornal. Tudo ocorre na tentativa de fixar, seja nos hábitos de leitura, seja nos procedimentos da Redação, uma distinção significativa, embora nem sempre observada, en-

tre análise, de um lado, e opinião, do outro.

No terreno da opinião — em que o autor se coloca, manifesta preferências e apresenta argumentos que as sustentam —, a **Folha** cultiva um extenso, diversificado e qualificado elenco de colunistas.

Passa agora a contar com um banco de 128 analistas, de dentro e de fora de seus quadros profissionais, incumbidos de ampliar a compreensão da notícia em seus diversos aspectos. São pessoas que dominam seus campos de conhecimento, do di-

reito à ciência política, do urbanismo à religião, da segurança pública à economia.

O desafio desses analistas será trocar em miúdos assuntos em geral espinhosos, a fim de que sejam compreendidos por um público amplo, desatibado a jargões. Identificar em que medida a notícia focalizada afeta a vida e a consciência do leitor é outro requisito da análise jornalística preconizada pela **Folha**.



Entenda as diferenças
entre análise e opinião
folha.com/24121976

Browser - termo inglês para "navegador" // **Caricatura** - desenho que exagera as características cômicas ou satíricas do sujeito, para ilustrar sua personalidade // **Cartum** - desenho de humor que retrata um fato ou situação, independente de contexto histórico ou temporal // **Cenas** - sequência de fotos de uma história // **Chamada** - texto curto na Primeira Página que resume informações sobre um assunto e remete à reportagem completa

Fotos João Brito/Folha Imagem



A Redação da Folha captada do mesmo ponto em sucessivas horas do mesmo dia

PRI
MEI
RO
CA
DER
NO

BRASIL AGORA É *poder*

Mudanças incluem novo enfoque para a cobertura da campanha eleitoral, além da estreia de colunistas e seções

DE SÃO PAULO

O caderno **Brasil** ganha novo nome, **Poder**. Os temas abordados, entretanto, se mantêm, seja na cobertura dos poderes Executivo, Legislativo e Judiciário, seja nos assuntos relacionados à religião, aos movimentos sociais e às organizações da sociedade civil brasileira.

Final, no âmbito da política institucional ou da sociedade civil, o que une todos esses grupos é justamente a disputa pelo poder.

A mudança de nome acontece em momento propício, a seis meses do mais relevante embate da política nacional, as eleições presidenciais.

ELEIÇÕES 2010

A corrida eleitoral terá um novo enfoque na **Folha**. "A cobertura será mais voltada à análise dos discursos dos candidatos, antecipando estratégias, esmiuçando propostas e verificando sua viabilidade", diz a editora de **Poder**, Vera Magalhães. "Haverá menos espaço para a reprodução pura das declarações dos candidatos."

O caderno ganhará pelo menos duas seções que ilustram essa nova abordagem editorial. O "Promessômetro" vai medir as promessas dos candidatos, uma espécie de termômetro que vai do viável ao inviável; já "Mentirômetro" segue caminho semelhante, flagrando as imprecisões dos discursos políticos.

Poder terá ainda novos colunistas. O diretor-executivo da ONG Transparência Brasil, Claudio Weber Abramo, passa a escrever quinzenalmente, aos sábados.

Dividirá o espaço com a atriz Fernanda Torres, cuja coluna estreia no dia 29.

"A atriz se revelou dona de um texto perspicaz e saboroso sobre vários aspectos da vida brasileira, em contribuições para vários veículos. A ideia é tentar trazer um olhar de fora da política, não viciado", diz a editora.



29 NOVOS COLUNISTAS

PODER

Claudio Weber Abramo

Diretor-executivo da ONG Transparência Brasil

MERCADO

Alexandre Hohagen

Diretor-geral do Google para a América Latina

Antônio Palocci

Deputado federal pelo PT-SP e ex-ministro da Fazenda do governo Lula

Fabio Barbosa

Presidente da Febraban (Federação Brasileira de Bancos) e do banco Santander no Brasil

Fernando Veloso
Economista e professor do Ibmec/RJ

Gustavo Cerbasi
Mestre em administração e autor de "Casais Inteligentes Enriquecem Juntos"

Julio Vasconcelos
Gerente do Facebook para o Brasil

Marcia Dessen
Consultora de finanças pessoais

Mario Mesquita
Ex-diretor de Política Econômica do BC

Marion Strecker
Diretora de conteúdo do UOL

Nizan Guanaes
Publicitário e sócio majoritário do Grupo ABC

Reynaldo Fernandes

Economista, ex-presidente do Inep (Instituto do MEC responsável por estudos e avaliações educacionais)

Rodolfo Landim

Ex-presidente da OSX e da Petrobras Distribuidora

Silvio Meira

Criador e CEO do centro tecnológico Porto Digital, de Recife

COTIDIANO

Jairo Marques

Jornalista, autor do blog "Assim como Você", na **Folha.com**

ESPORTE

Enzo Palladini

Redator-chefe de esporte da rede de TV italiana Mediaset

John Carlin

Jornalista inglês, autor do livro "Conquistando o Inimigo", que inspirou o filme "Invictus", de Clint Eastwood

Juan Pablo Varsky

Colunista do diário argentino "La Nación" e do site **Canchallena.com**

Paul Doyle

Redator-chefe de futebol do diário londrino "The Guardian"

Rita Siza

Correspondente do jornal português "Público" em Washington (EUA)

ILUSTRADA

Vanessa Barbara

Jornalista, autora de "O Livro Amarelo do Terminal"

Marcos Flaminio Peres

Repórter especial da **Folha**

TEC

Alec Duarte

Editor-adjunto do caderno **Poder**

Luli Radfahner

Especialista em comunicação digital e professor da USP

EQUILÍBRIO

Marion Minerbo

Psicanalista, doutora pela Unifesp e autora de "Neurose e Não-Neurose"

Mirian Goldenberg

Antropóloga, doutora e professora da Universidade Federal do Rio de Janeiro. Autora de "Os Novos Desejos"

SÃO PAULO

Adriana Küchler

Repórter da **Folha**

Fabrizio Corsaletti

Poeta e romancista, autor de "Esquímó"

CUL
TU
RA

DO TOTAL DE

101

FOLHA.com
Veja lista de todos os colunistas da **Folha.com**
folha.com/1014116

FOLHA DE S. PAULO

ilustrada

livros
comida
música
cinema
televisão

VANESSA
BARBARA

Colunista de TV

Vanessa Barbara é cronista e tradutora, colabora com a "piauí" e edita o blog "A Hortaliça". Na coluna, também vai comentar atrações estranhas, do Animal Channel à TV Senado. "Quero experimentar um formato mais voltado para a crônica. A **Ilustrada** é perfeita para isso".

MUNDO DOS LIVROS TERÁ NOVA COLUNA

A partir do próximo sábado, dia 29, a **Ilustrada** publica uma nova coluna semanal, "Painel de Letras", assinada pelo repórter especial Marcos Flaminio Peres, ex-editor do caderno **Mais!**. A coluna reunirá novidades do mundo literário e do mercado editorial.

As sextas, a coluna "Última Moda", editada pela jornalista Vivian Whiteman, terá novas seções e mais requinte visual. Com letras maiores, a consulta ao roteiro de cinema se torna mais fácil. O quadro com a programação de TV ganha nova organização.

Chapéu - palavra ou expressão curta colocada acima do título para anunciar o assunto ou o gênero do texto // **Charge** - piada gráfica que se refere a algum assunto recente, em especial de natureza política // **Coluna (1)** - cada uma das faixas verticais em que a página é dividida // **Coluna (2)** - espaço destinado a textos opinativos e/ou analíticos escritos periodicamente por jornalistas ou especialistas // **Corpo** - altura das letras e números do texto

Vista em 180° da Redação da Folha após a reforma do final de 2009

NO
VO
FOR
MA
TO

ESPORTE COM MAIS emoção

DE SÃO PAULO

O novo projeto gráfico da **Folha** impõe a **Esporte** uma das transformações mais drásticas de sua história. A partir de hoje, o caderno passa ao formato tabloide, que traz conforto à leitura e permite uma edição mais visual, mais rica e mais dinâmica.

O novo tamanho representa um desafio para o jornalismo esportivo da **Folha**: o de equilibrar transformação e permanência.

De um lado, será mantida e aprofundada a cobertura crítica e a fiscalização das instituições e dos políticos ligados ao mundo esportivo, que distinguem a **Folha**.

Por outro lado, o caderno perseguirá a inovação gráfica que o novo projeto propicia, rejuvenescendo o produto e tornando-o mais atraente e vibrante, tanto na forma quanto no conteúdo.

FUTEBOL

No capítulo das novidades, o novo **Esporte** publica a partir de hoje uma série de recursos que ampliarão a experiência de leitura.

Nas coberturas de futebol, por exemplo, além da ficha técnica, um quadro mostrará o desenvolvimento tático da partida, e não apenas o resumo protocolar do jogo.

A publicação de fotos também fugirá do usual, valorizando as imagens espetaculares que o esporte frequentemente produz.

Nas páginas finais do caderno, haverá uma tabela com informações e estatísticas

cas mais completas, um renovado serviço de televisão e internet e também um pouco do humor que cerca o noticiário esportivo.

COLABORADORES

O humor marca ainda a lista de novos colaboradores do caderno. Chico Bacon, personagem de Caco Galhardo, também quer ir à Copa do Mundo, e essa saga será contada em charges diárias na página da nova tabela.

As terças-feiras, uma nova coluna, "Los Gringos", trará textos de jornalistas estran-

geiros, que ajudarão o leitor brasileiro a entender o que acontece nos principais centros do futebol mundial.

Aos sábados, uma nova coluna será assinada pela jornalista portuguesa Rita Siza, que é correspondente em Washington do jornal lusitano "Público".

Ao lado dos novos colaboradores, o time de colunistas de futebol da **Folha** - Tostão, Juca Kfourri, Paulo Vinicius Coelho, José Geraldo Couto e Xico Sá - já se prepara para analisar mais uma Copa do Mundo.



JOHN CARLIN

Colunista de futebol

Jornalista inglês, é autor do livro "Conquistando o Inimigo", que inspirou o filme "Invictus", de Clint Eastwood. Vive na Espanha e é articulista do "El País", no qual tem uma coluna semanal sobre futebol. "É uma honra e um prazer escrever para a **Folha**, pela magnífica tradição futebolística do Brasil."



Mais detalhes

Os relatos de jogos de futebol são enriquecidos com momentos decisivos da partida.

Mais humor

Na página de tabelas, o caderno passa a ter charges, como a de Caco Galhardo.



D10 esporte

COMPETIÇÃO PAULISTA

Campeonato Paulista 2010

Equipe	V	E	D	P	GP	GC	SG
Corinthians	15	4	1	0	38	12	+26
Santos	14	5	1	0	35	15	+20
Palmeiras	13	6	1	0	32	18	+14
Fluminense	12	7	1	0	30	20	+10
Botafogo	11	8	1	0	28	22	+6
Grêmio	10	9	1	0	26	24	+2
Internacional	9	10	1	0	24	26	-2
Flamengo	8	11	1	0	22	28	-6
Paraná	7	12	1	0	20	30	-10
Atlético	6	13	1	0	18	32	-14
Juventude	5	14	1	0	16	34	-18
Goias	4	15	1	0	14	36	-22
América	3	16	1	0	12	38	-26
Chapecoense	2	17	1	0	10	40	-30
Joinville	1	18	1	0	8	42	-34

S&F rodada

Santos venceu o Fluminense (1-0) no jogo de domingo. O time de Mano Menezes também venceu o Botafogo (2-0) no jogo de sábado.

MEIO

Os jogadores de meio de campo foram os principais responsáveis pelas vitórias dos times de Mano Menezes.

Santos super efetivos?

Jogador	Artes
1	1
2	2
3	3
4	4
5	5
6	6
7	7
8	8
9	9
10	10
11	11
12	12
13	13
14	14
15	15
16	16
17	17
18	18
19	19
20	20
21	21
22	22
23	23
24	24
25	25
26	26
27	27
28	28
29	29
30	30
31	31
32	32
33	33
34	34
35	35
36	36
37	37
38	38
39	39
40	40
41	41
42	42
43	43
44	44
45	45
46	46
47	47
48	48
49	49
50	50

Clube-Rua de São Paulo

Artes de jogadores do Santos

NA TV

- 10h - Santos vs Fluminense (TV P&F)
- 11h - Santos vs Botafogo (TV P&F)
- 12h - Santos vs Palmeiras (TV P&F)
- 13h - Santos vs Grêmio (TV P&F)
- 14h - Santos vs Internacional (TV P&F)
- 15h - Santos vs Flamengo (TV P&F)
- 16h - Santos vs Paraná (TV P&F)
- 17h - Santos vs Atlético (TV P&F)
- 18h - Santos vs Juventude (TV P&F)
- 19h - Santos vs Goiás (TV P&F)
- 20h - Santos vs América (TV P&F)
- 21h - Santos vs Chapecoense (TV P&F)
- 22h - Santos vs Joinville (TV P&F)

Artes de jogadores do Santos

FOLHA DE S. PAULO

TAÇA RIO

Boxe: Ronaldo Souza ganhou de David Benoit, no meio-lêdo da categoria dos pesos médios.

TAÇA DO BRASIL

Equipe	V	E	D	P	GP	GC	SG
Corinthians	15	4	1	0	38	12	+26
Santos	14	5	1	0	35	15	+20
Palmeiras	13	6	1	0	32	18	+14
Fluminense	12	7	1	0	30	20	+10
Botafogo	11	8	1	0	28	22	+6
Grêmio	10	9	1	0	26	24	+2
Internacional	9	10	1	0	24	26	-2
Flamengo	8	11	1	0	22	28	-6
Paraná	7	12	1	0	20	30	-10
Atlético	6	13	1	0	18	32	-14
Juventude	5	14	1	0	16	34	-18
Goias	4	15	1	0	14	36	-22
América	3	16	1	0	12	38	-26
Chapecoense	2	17	1	0	10	40	-30
Joinville	1	18	1	0	8	42	-34

COFES DO BRASIL

TÊNIS

VÔLEI

esporte D11

INGLÊS

Equipe	V	E	D	P	GP	GC	SG
Manchester United	15	4	1	0	38	12	+26
Chelsea	14	5	1	0	35	15	+20
Manchester City	13	6	1	0	32	18	+14
Liverpool	12	7	1	0	30	20	+10
Arsenal	11	8	1	0	28	22	+6
Tottenham	10	9	1	0	26	24	+2
Newcastle	9	10	1	0	24	26	-2
Everton	8	11	1	0	22	28	-6
Aston Villa	7	12	1	0	20	30	-10
Blackburn	6	13	1	0	18	32	-14
Middlesbrough	5	14	1	0	16	34	-18
Derby County	4	15	1	0	14	36	-22
Nottingham Forest	3	16	1	0	12	38	-26
Sheffield Wednesday	2	17	1	0	10	40	-30
Sheffield United	1	18	1	0	8	42	-34

ALEMÃO

Equipe	V	E	D	P	GP	GC	SG
Bayern de Munique	15	4	1	0	38	12	+26
Borussia Dortmund	14	5	1	0	35	15	+20
Bayern de Munique	13	6	1	0	32	18	+14
Bayern de Munique	12	7	1	0	30	20	+10
Bayern de Munique	11	8	1	0	28	22	+6
Bayern de Munique	10	9	1	0	26	24	+2
Bayern de Munique	9	10	1	0	24	26	-2
Bayern de Munique	8	11	1	0	22	28	-6
Bayern de Munique	7	12	1	0	20	30	-10
Bayern de Munique	6	13	1	0	18	32	-14
Bayern de Munique	5	14	1	0	16	34	-18
Bayern de Munique	4	15	1	0	14	36	-22
Bayern de Munique	3	16	1	0	12	38	-26
Bayern de Munique	2	17	1	0	10	40	-30
Bayern de Munique	1	18	1	0	8	42	-34

VÔLEI

esporte D11

Mais esportes

Informações sobre todas as modalidades -exceto futebol- são identificadas com vinhetas

Crítica - texto assinado que avalia uma produção artística // **Diagramação** - disposição dos textos, fotos e infográficos no espaço da página // **Dobra** - faixa divisória entre as metades superior e inferior da página do jornal; as informações de maior importância são colocadas acima da dobra // **Editoria** - cada uma das equipes que formam a Redação do jornal // **Editorial** - texto não assinado que expressa a opinião do jornal sobre um assunto

Sala de reuniões da direção, no quinto andar

Fotos João Brito/Folha Imagem

NO
VO
EN
FO
QUE

vida real

DA ECONOMIA

DE SÃO PAULO

A partir de hoje o caderno **Dinheiro** será reformulado e substituído por **Mercado**.

O novo caderno será mais voltado para o dia a dia das empresas e dos empresários, às finanças pessoais dos leitores e para os desafios que o atual cenário econômico coloca ao país.

Mercado também terá novos colunistas e diferentes seções diárias e semanais.

"A ideia central é que o caderno seja mais amigável e acessível aos leitores, cada vez mais interessados em investimentos pessoais. E que tenha um viés mais voltado para os negócios das empresas", diz o editor de **Mercado**, Raul Juste Lores.

"Com a questão da inflação hoje praticamente fora do noticiário, há mais espaço para se explorar os desafios do Brasil e seus gargalos para o crescimento, especialmente neste momento, quando se vive um certo 'ufanismo econômico'", afirma.

Entre os novos colunistas incorporados ao caderno constam o presidente do banco Santander e da Febraban, Fabio Barbosa, o ex-ministro da Fazenda e deputado federal Antonio Palocci (PT-SP), o ex-diretor do Banco Central Mário Mesquita, o publicitário Nizan Guanaes e Julio Vasconcelos, do Facebook no Brasil.

COMMODITIES

Mercado também passará a publicar de terça a sábado a seção "Commodities", onde abordará a produção, comercialização, exportação e

Caderno investe em negócios e finanças pessoais e no dia a dia das empresas; novos colunistas ampliam leque de análise e opinião

FOLHA DE S. PAULO

mercado
commodities
clfras & letras
folhainvest
socials & cia

preços de produtos relacionados aos setores agropecuário e mineral. Commodities é uma palavra em inglês que designa bens (em geral produtos agropecuários ou minerais) comercializados em larga escala e que tem em comum o preço negociado em nível internacional.

A atual seção "Mercado Aberto" também ganhará mais espaço, passando a ocupar uma página inteira. Além disso, o caderno ganhará novas seções, além de reforçar as já existentes.

A nova "Cifras e Letras", por exemplo, será publicada aos sábados e trará livros re-

lacionados a temas como negócios e carreiras. Haverá ainda uma coluna semanal sobre internet e economia escrita por pessoas da área.

FINANÇAS PESSOAIS

Já o "Folhainvest" seguirá publicado às segundas-feiras, mas totalmente reformulado para atender melhor as necessidades de leitores interessados em administrar seus investimentos.

Na coluna "Finanças Pessoais", a consultora Marcia Dessen buscará dar educação financeira para quem começa a ter dinheiro para poupar ou investir.

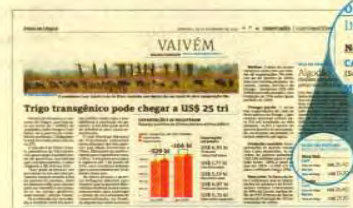


COM QUE ROUPA
TÊNIS NO
TRABALHO?
SIM OU NÃO?

Os tênis podem ser usados com roupa social, mas não no trabalho, sim, é da grife.

Espaço executivo

A coluna "Mercado Aberto" agora ganha página inteira e estreita seções como "O que esperar do novo presidente" e "Com que roupa?"



OLHO NO FUTURO

ÍNDICES EM DESTAQUE

Nova York
CATE (Cota de 20kg) US\$ 26,40
CATE (Cota de 50kg) US\$ 19,40

Novo Vaivém

A variação das cotações terá agora mais espaço e uma apresentação visual mais atraente, com gráficos, fotos e indicadores em destaque.



Colunista de economia

É presidente do Grupo Santander e da Febraban (Federação Brasileira de Bancos). Graduado em administração de empresas pela Fundação Getúlio Vargas,

também é membro do conselho de administração da Petrobras e do Conselho de Desenvolvimento Econômico e Social da Presidência da República.

NO
VA
SE
ÇÃO

FOLHA DE S. PAULO

cotidiano
saúde
saber
por aí



Colunista de Cotidiano

Jairo Marques, 35, jornalista pós-graduado pela PUC-SP, é chefe de reportagem da Agência Folha e professor universitário. Cadeirante desde criança, mantém o

blog "Assim como Você": "Ter uma coluna para falar do universo da acessibilidade é para mim um desafio bem maior que percorrer as calçadas esburacadas e sem guia rebaxada do país."

"POR AÍ" DISSECA BAIRROS

Publicada aos sábados, em São Paulo, a nova página "Por aí" retrata o cotidiano dos bairros da cidade. Terá notas sobre trânsito, restaurações de prédios, eventos, comportamento, discussões de associações de moradores etc.

Mapa da cidade vai destacar novidades de cada região, e seções fixas trazem dicas, a cara do bairro e mostram o que ainda é possível melhorar.

FOLHA.com

Confira os destaques da cobertura na internet

mercado

Galeria de Imagens exibe alertas à praça central de emprego da emissão comentada por especialistas e líderes

De olho na rede

Para ajudar o leitor a selecionar o que há de mais relevante na **Folha.com**, página destaca os mais interessantes textos de cada editoria.



Frases do dia

A página traz diariamente extratos de colunistas e resumo de notícias para serem lidos em poucos minutos, com notas que perpassam todos os cadernos, do noticiário político à cultura. Passa a abrigar as frases da página 2 do primeiro caderno, que deixam o espaço para que a charge política possa ser valorizada.

Entrelinha - espaço entre duas linhas de texto // **Foco** - na Folha, espaço destinado a histórias de bastidores, curiosas ou pitorescas // **Fonte** - formato das letras, números e outros caracteres // **Furo** - informação inédita divulgada com exclusividade por um meio de comunicação // **Homepage** - página de abertura de um site na internet // **Infografia** - informações apresentadas de forma visual, como mapas, tabelas, quadros e gráficos

LE
GI
BI
LI
DA
DERENOVAÇÃO
gráfica

NAIEF HADDAD
DE SÃO PAULO

A **Folha** lança hoje uma ampla reforma gráfica, que renova todos os cadernos e suplementos.

Não são apenas reformulações de ordem estética. Essa série de alterações visuais é fundamental para amparar as mudanças editoriais da **Folha**, que prevêem um jornal mais sintético na sua forma e mais analítico e interpretativo no conteúdo.

Desde os anos 80, a **Folha** mantém um papel de vanguarda nas inovações visuais da imprensa brasileira.

A reforma visa, de forma mais radical: 1) aumentar a legibilidade de textos e de infografias; 2) aperfeiçoar a organização dos elementos que integram uma página, hierarquizando melhor o noticiário; 3) reforçar a unidade entre cadernos e páginas de modo que a identidade do jornal prevaleça.

"Começo sempre a trabalhar com a tipografia, que é o principal elemento de identidade do jornal", diz Eliane Stephan, designer responsável pela criação do projeto. "A partir das fontes escolhidas, associadas a elementos como grade, cor e hierarquia, todo o resto se constrói e surge a 'cara' do jornal."

LETRAS MAIORES

A **Folha** adota novos tipos de letra, mais fortes e contemporâneos. Além disso, há um aumento do corpo das fontes de cerca de 10%. "Agora sim dá para ler o jornal", disse um leitor em pesquisa realizada pelo Datafolha para avaliar este projeto gráfico.

Por meio de um novo padrão de títulos, um número restrito de cores e uma série de sinais gráficos, a **Folha** também fortalece a unidade entre cadernos e seções. Por exemplo, a cor laranja do logotipo de **Esporte**, aparecerá na chamada de capa de notícias do caderno.

Os textos de análise terão vinheta vermelha, em vez de azul, como forma de destacar uma das prioridades do novo projeto.

Não há, porém, legibilidade e identidade que resistam a uma página confusa. Se a oferta caótica de informações dos meios eletrônicos é uma marca da vida contemporânea, cumpre ao jornal selecionar as informações com cada vez mais rigor e clareza e levar ao leitor o que é realmente importante e útil.

CHAPÉU

Título de notas curtas terá letras com peso maior

Reforma visual facilita a leitura, reforça a organização das páginas e aumenta a identidade entre os cadernos do jornal

TIPOGRAFIA

Aabcdefgij Nova Antiga



Textos

Desenvolvida pelo alemão Erik Spiekermann em parceria com o norte-americano Christian Schwartz, a nova fonte do texto tem um desenho mais adequado a jornal. Com o corpo maior, a leitura se torna mais ágil e agradável.

ABCabcdefg
ABCabcdefg
ABCabcdefg

Formatos de apoio

Vinhetas, chapéus, assinaturas, infografias, números, roteiros e outros serviços usam fonte também desenhada pela dupla Spiekermann e Schwartz.

Títulos

O designer holandês Luc(as) de Groot redesenhou a fonte de títulos encomendada para a reforma gráfica da **Folha** de 1996. Os títulos ganham maior variedade de pesos (espessura) possibilitando diversificação sem perder a identidade tipográfica.

Aabcdefgij Nova Antiga

ABCabcdefgijklmnopqrstuvwxyz
ABCabcdefgijklmnopqrstuvwxyz
ABCabcdefgijklmnopqrstuvwxyz

TIPOGRAFIA EM USO

Fontes mais fortes para notícias
Mais leves para análise, opinião etc.
reportagens ESPECIAIS

E EU COM ISSO?

COMO O FATO SE LIGA À VIDA DO LEITOR



RECURSO DESTACA TRECHO EM TEXTOS OPINATIVOS

ENTREVISTA DA 2ª SILVIO BERLUSCONI

Novo formato na capa do jornal

COLUNISTAS

Na Primeira Página, novos recusos gráficos, como este, permitirão destacar as colunas de opinião em diferentes tamanhos.

PRO
JE
TO
VI
SUAL

FOLHA DE S. PAULO
CONCEITO E DIREÇÃO DE PROJETO
Eliane Stephan
COORDENAÇÃO EDITORIAL
Naief Haddad
SUPERVISÃO EDITORIAL
Paula Cesarino Costa
Vera Guimarães Martins
EDITOR DE ARTE
Fábio Marra

COORDENAÇÃO DE SUPLEMENTOS
Mário Kanno
COORDENAÇÃO DE PROJ. GRÁFICO
Jair de Oliveira
Thea Severino
DESENVOLVIMENTO DE PROJETO
Fernanda Giulietti
Fernando Caro
Mariana Amaral
Marcelo Pliiger

Márcio Freitas
Moacir Almeida Lima
Ricardo Davino Fonseca
Thea Severino
ASSISTÊNCIA DE PROJETO
Ana Beatriz Avolio
IMPLANTAÇÃO
Clayton Bueno
Kleber Bonjoan

REDAÇÃO
Alessandra Balles
Bruna Martins Fontes

FOLHA.COM
COORDENAÇÃO DO PROJETO GRÁFICO
Marcelo Katsuki
DESENVOLVIMENTO DE PROJETO
Bruno Gallo
Patrícia Bruniatti

DIRETOR DE TECNOLOGIA
Fernando Nemeck
WEBMASTERS
Allisson dos Reis Perez
Andrews Ferreira Guedis
Amauri Melo Junior
Arthur Corezan
Carlos Henrique Figueiredo
Hugo Corezan
Juliano Paulino Ono
Marcos Borges

Intertítulo - pequeno título colocado em textos longos para cadenciar a leitura // **Itálico** - letra inclinada à direita, usada em textos de colunistas // **Legenda** - texto que descreve os personagens e os elementos de uma foto ou contextualiza a informação visual // **Linha fina** - subtítulo que completa o sentido do título ou traz dados adicionais // **Link** - conexão entre páginas diferentes da internet; quando se clica no link, passa-se a outra página

FOLHA FICA MAIS INCISIVA E ELEGANTE ...

FOLHA.com
Veja reforma gráfica
folha.com/1014118

Paleta de cores

Cada caderno terá uma variedade de tons derivados de sua cor principal, que serão usados tanto na capa do jornal quanto nas páginas internas para reforçar a identidade temática



Dentro dos cadernos, também com o fundo azul, entram os sublogos para demarcar o início de uma seção.

FALE COM A FOLHA

Veja como entrar em contato com o serviço ao assinante, as editorias e o ombudsman faie.folha.com.br



Logotipos e manchetes mais fortes

O aumento do contraste e do tamanho das letras tem como objetivo tornar as informações facilmente identificáveis e rapidamente lidas.



Títulos mais elaborados remetem a reportagens especiais

Na **Primeira Página**, vários estilos de títulos serão usados de acordo com o tipo de texto ou o destaque da reportagem, reproduzindo a variedade editorial.

... COM MODULAÇÃO QUE ORGANIZA A LEITURA ...

Modulação

Os textos, as fotos e as infografias são editados de acordo com espaços pré-estabelecidos e fixos (os módulos). Em uma página, de alto a baixo, há 12 módulos. Cada um tem 3,5 cm ou 9 linhas.



Sinalização

Família de vinhetas e chapéus indicam ao leitor o tipo de texto que ele está lendo

ANÁLISE

FOCO

OPINIÃO

SAIBA MAIS

OUTRO LADO



Chamadas de capa de caderno

Ao lado do logotipo, caixas em azul ou na cor dos cadernos, associadas ou não a fotos, chamam para as reportagens.

Cor dominante

A cor cyan (azul puro) é usada nos logotipos e em elementos gráficos ao longo de todas as páginas do jornal, criando unidade gráfica.

... SEM PERDER A IDENTIDADE

Título especiais

Formas diferentes de usar a fonte de título possibilitam o tratamento especial de páginas e reportagens, sem que se perca a identidade do conjunto do jornal.



Logotipo - representação gráfica do nome do jornal ou dos nomes dos cadernos // **Manchete** - título principal, na capa do jornal // **Modulação** - divisão da página em espaços padronizados, nos quais são dispostos os textos e as imagens // **Navegador** - texto ou foto na capa do caderno que remete a uma notícia publicada páginas adiante // **Outro lado** - versão de um personagem implicado em acusações na notícia principal

The New York Times

As segundas, suplemento elaborado pelo "New York Times" para a **Folha** reproduz reportagens sobre política, economia, artes e ciência, entre outros temas, além de editoriais e artigos.



Mais interativo

O **Folhateen** se conecta mais ao jovem no papel e em redes sociais: é o espaço para ele ler e falar o que pensa sobre o que acontece na internet e em sua vida, desde sexo até política e emprego.



Equilíbrio agora circula às terças

O cardápio de notícias sobre atividades físicas e bem-estar fica mais variado com novas seções, como "Roda e avisa", com notas sobre corpo, mente, trabalho e relaxamento, e "Narciso", sobre tratamentos de beleza. Ganha três novos colunistas: a antropóloga Mirian Goldenberg e o psicanalista Marion Minerbo. Francisco Daudt passa a escrever no caderno.

Fovest também será repaginado

O **Fovest** passa a circular às quartas e terá a charge "Os Bixos", de Spacca e Mandrade, que vai retratar o cotidiano dos vestibulandos. O caderno também vai dedicar uma página às faculdades de fora do Estado de São Paulo.



Mais cultura na viagem

No caderno **Turismo**, a nova seção "Planet@ Letra" vai dar sugestões de livros ligados a destinos turísticos, como guias, romances de viagem e obras sobre gastronomia. Nela, o leitor também vai achar dicas de portais, sites e blogs com orientações para quem está se preparando para viajar.

Segunda

Terça

Quarta

Quinta

TEC
NO
LO
GIA

LIGADO nas redes

DE SÃO PAULO

O caderno **Tec**, que substitui o **Informática** às quartas-feiras, quer falar não só com os aficionados mas também com aqueles cujo interesse nas inovações tecnológicas esbarra na falta de didatismo e no jargão incompreensível que costumam vigorar na cobertura desses assuntos.

Com linguagem simples e direta, o caderno vai destrinchar novidades, adiantar tendências e ajudar o leitor a fazer as melhores escolhas de equipamentos, programas e serviços, orientado por avaliações e testes realizados por especialistas.

Um dos pontos altos do novo projeto gráfico é a página 2, onde a seção "Mundo Digital" terá sugestões de programas móveis (os aplicativos dos smartphones), apresentação de novos produtos, sugestão de bons sites e notas sobre as redes sociais.

A seção também terá espaço dedicado aos quadrinhos, com a estreia de "Joy of Tech", da dupla canadense Nitrozac & Snaggy (Liza Schmalcel e Bruce Evans). Laerte e sua tira "Blog da Muriel", de Laerte, e a já conhecida tira "Blog da Muriel", de Laerte.

O caderno continuará fazendo uma cobertura extensiva dos lançamentos de games, agora com seção semanal de apresentação e críticas curtas.

O acompanhamento dos embates entre as grandes empresas do setor e suas consequências na vida do leitor também será uma prioridade do **Tec**, assim como a cobertura de centros de pesquisa públicos e privados do país.

O caderno também vai tratar da tecnologia como fenô-

Tec vai traduzir novidades do mundo tecnológico e das redes sociais, além de adiantar tendências

meno social e de comportamento. A cobertura vai acompanhar as profundas mudanças que as inovações tecnológicas têm provocado nos conceitos de entretenimento e relações sociais.

COLUNISTAS

O time de colunistas também ganha reforço. Alec Duarte, editor-adjunto do caderno **Poder**, passa a assinar a coluna "Redemoinho", sobre redes sociais; e Luli Radfaher, especialista em comunicação digital e professora da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, comentará as mais recentes tendências da tecnologia.

Eles se somam ao consultor José Antonio Ramalho, que continuará a responder às dúvidas técnicas dos leitores do caderno.

FOLHA ONLINE
Confira as novidades
do Tec em animação
folha.com/1014114



os nós do Google

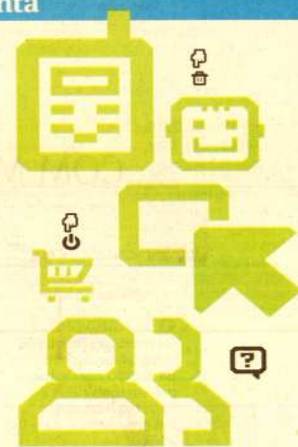
Mais de 700 jogos são disponibilizados em jogos antecessores lançados gratuitamente para fins de arrecadação de fundos.

6x

até 23.451
até 6.520
até 19.835

Games e redes sociais

Jogos ganham cobertura extensiva e seção de lançamentos e avaliação de críticos e usuários. As redes terão também sua "coluna social", Redemoinho, de Alec Duarte.



Mundo digital

Quadrinhos terão destaque em nova página: estreia o cáustico cartum "Joy of Tech", dos canadenses Nitrozac & Snaggy (Liza Schmalcel e Bruce Evans). Laerte e sua tira "Blog da Muriel" continuam. Seções tratam de gadgets, aplicativos para celular, mídias sociais e sites que vale conhecer.

MUNDO DIGITAL

Conexão global

Um novo modelo de tecnologia para comunicação e de negócios é apresentado no artigo de capa do caderno.

MANIPULAÇÃO DE DADOS

Um novo modelo de tecnologia para comunicação e de negócios é apresentado no artigo de capa do caderno.

TECNOLOGIA E O FUTURO

Um novo modelo de tecnologia para comunicação e de negócios é apresentado no artigo de capa do caderno.

TECNOLOGIA E O FUTURO

Um novo modelo de tecnologia para comunicação e de negócios é apresentado no artigo de capa do caderno.

TECNOLOGIA E O FUTURO

Um novo modelo de tecnologia para comunicação e de negócios é apresentado no artigo de capa do caderno.

TECNOLOGIA E O FUTURO

Um novo modelo de tecnologia para comunicação e de negócios é apresentado no artigo de capa do caderno.

TECNOLOGIA E O FUTURO

Um novo modelo de tecnologia para comunicação e de negócios é apresentado no artigo de capa do caderno.

TECNOLOGIA E O FUTURO

Um novo modelo de tecnologia para comunicação e de negócios é apresentado no artigo de capa do caderno.

TECNOLOGIA E O FUTURO

Um novo modelo de tecnologia para comunicação e de negócios é apresentado no artigo de capa do caderno.

TECNOLOGIA E O FUTURO

Um novo modelo de tecnologia para comunicação e de negócios é apresentado no artigo de capa do caderno.

TECNOLOGIA E O FUTURO

Um novo modelo de tecnologia para comunicação e de negócios é apresentado no artigo de capa do caderno.

TECNOLOGIA E O FUTURO

Um novo modelo de tecnologia para comunicação e de negócios é apresentado no artigo de capa do caderno.

TECNOLOGIA E O FUTURO

Um novo modelo de tecnologia para comunicação e de negócios é apresentado no artigo de capa do caderno.

TECNOLOGIA E O FUTURO

Um novo modelo de tecnologia para comunicação e de negócios é apresentado no artigo de capa do caderno.

Pageview - página vista; medida do número de vezes em que uma página é visualizada no computador // **Pingue-pongue** - entrevista que reproduz a sequência de perguntas e respostas // **Podcast** - arquivos curtos de áudio, que podem ser ouvidos on-line ou baixados da internet // **Repercussão** - manifestações de personalidades sobre um acontecimento // **Scroll** - barra de rolagem usada para mover páginas na horizontal ou na vertical



RE
VIS
TAS

O MELHOR DA MAIOR cidade

GUIA MAIS PRÁTICO

O **Guia Folha** destaca eventos com entrada gratuita e traz novas dicas, como restaurantes que têm menu executivo e locais com acesso à internet. Novos ícones e informações visuais tornarão a consulta

mais rápida e fácil. O leitor também encontrará fotos e artes maiores e mais bonitas. Terá mais espaço na seção "Correio" para elogiar e reclamar do serviço de estabelecimentos paulistanos.

Sexta Sábado Domingo



PARA DUAS IDADES

Uma nova página do caderno vai atrair as crianças que estão sendo alfabetizadas (de 6 a 8 anos), com seções como "Decifre a Notícia" e "Dúvida Animal".

Para as que já sabem ler (de 9 a 12 anos), a **Folhinha** vai trazer o noticiário adulto sempre que ele chegar às rodinhas

de conversa.

Haverá novas seções, como "Retrato", com histórias de crianças que se destacam.

A **Folhinha** também vai ganhar um quadrinista, Pedro Cobiaco, o Pedro C., de 13 anos, que criou para o caderno o garoto Eric. A **Folhinha** estreia página na internet no dia 29.



Dicas valiosas

Os suplementos dominicais agora terão a cara dos cadernos diários e trazem as melhores dicas para quem vai comprar imóvel ou carro e para quem busca conse-

lhos para gerenciar sua carreira ou seu negócio. Neles o leitor terá ampla cobertura dos lançamentos de imóveis e de carros e das tendências do mundo corporativo.



Vitrine

O leitor terá dicas de consumo e liquidações, além de crítica de

loja assinada pela jornalista Teté Martinho.



Serafina

Todo último domingo do mês, a revista expõe os assuntos e as personalidades que estão em evidência. Seu projeto gráfico leve e

moderno valoriza ensaios fotográficos feitos por profissionais renomados. A revista circula em São Paulo, Rio de Janeiro e em Brasília.



Revista dominical, que estreia em 6/6, vai destacar as opções de lazer, cultura e compras que a metrópole proporciona

DE SÃO PAULO

Dentro de duas semanas, a **Folha** passa a publicar sua nova revista de domingo, chamada **sãopaulo**. "O desafio principal é trazer um novo olhar sobre a metrópole e buscar organizar para o leitor as diversas opções de lazer e cultura que a cidade oferece", diz a editora, Beatriz Peres.

gps
seção mostra o
que vale a pena
conhecer

As reportagens tratarão de temas variados, como urbanismo, arquitetura, consumo, poluição e trânsito. Segundo a editora, a revista "estará atenta às novidades que surgem em São Paulo e às propostas para os velhos problemas urbanos".

A jornalista Adriana Küchler assinará uma coluna social semanal, com tendências e personagens da cena paulistana. Entre os colunistas, Barbara Gancia se revezará quinzenalmente com o romancista e poeta Fabrício Corsaletti. E o crítico de gastronomia da **Folha**, Josimar Melo, relatara suas experiências pelos restaurantes paulistanos.

O roteiro de cultura e lazer inclui a programação completa de cinema, além de teatro, música, exposições, dança, passeios, restaurantes e bares. "São pelo menos 250 opções de programa em uma seleção que garanta as melhores atrações da semana", diz o editor-assistente Roberto de Oliveira.

A revista vai circular na Grande São Paulo, mas assinantes de outras regiões poderão consultá-la em sua versão digital.

Com projeto gráfico da designer Lillian Kim, a **sãopaulo** integra o Núcleo de Revistas da **Folha**, dirigido pela jornalista Cleusa Turra, e se soma à mensal **Serafina**, ao semanal **Guia Folha**, e às revistas especiais.

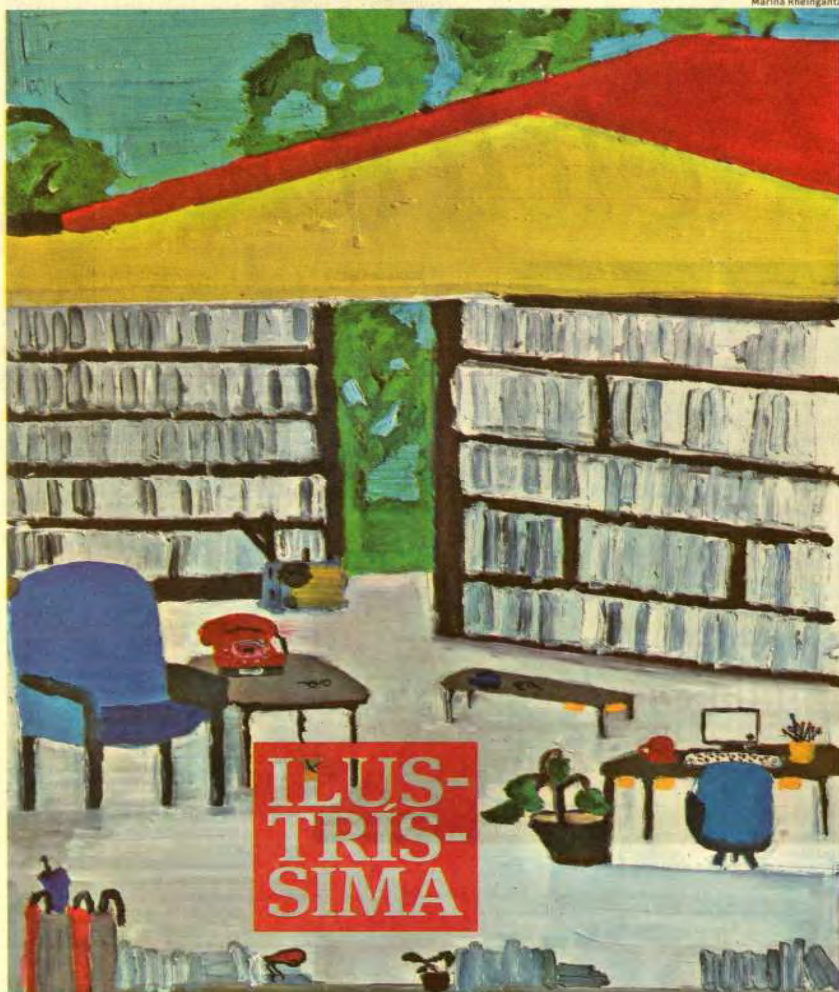


Cronista da sãopaulo

Nascido em Santo Anastácio (SP), em 1978, Fabrício Corsaletti é autor de "Mivedição", "Zoo", "King Kong e Cervejas" e "Golpe de Ar". Foi editor de poesia na revista "Acaro". "Estou contente de ter sido chamado para escrever crônicas sobre São Paulo. Serei obrigado a me arriscar na arte de Rubem Braga, um dos meus escritores preferidos, o que me deixa razoavelmente em pânico."

Serifa - pequeno traço na terminação das hastes das letras // Standard - tamanho padrão da página do jornal // Suplemento - caderno não diário // Tabloide - caderno com metade do tamanho da página padrão // Tag - palavra associada a texto, blog, foto, vídeo ou outro elemento na web, que permite classificá-los em grupos e localizá-los // Twitter - plataforma para publicação de mensagens com até 140 caracteres, chamado de microblog

Marina Rheingantz

CRO-
NO-
LO-
GIA

HISTÓRIA VISUAL DA FOLHA

Conheça as mudanças no projeto gráfico do maior jornal do país e saiba como foi a evolução da tecnologia usada para produzi-lo

ON-LINE



2007

ÁUDIO E VÍDEO

O projeto visual trouxe novidades como vídeos, áudios e mais espaço para fotografia

IMPRESSO



2006

LEITURA EM 2 TEMPOS

O visual do jornal é repensado para permitir uma primeira leitura mais dinâmica, com diferentes entradas de texto por página e uso intenso de fotos e infográficos



2003

VELOCIDADE

A reforma gráfica acelerou o acesso ao site, criando páginas mais leves



2000

MAIS NOTÍCIAS

O projeto gráfico adotado nesse ano permite que o jornal publique mais unidades informativas, em seções como a "Panorâmica", sem prejuízo da leveza visual e da facilidade de leitura



2000

FOLHA ONLINE

Surge a Folha Online, com a cobertura em tempo real do noticiário, o primeiro site do gênero em língua portuguesa



1996

COR TOTAL

Em 1995, o jornal inaugurou seu moderno parque gráfico em Tamboré, na Grande São Paulo. O avanço tecnológico permitiu, pela primeira vez, o uso de cores em todas as páginas

FolhaSerif

A Folha passa a usar a família de letras "Folha Serif", criada para o jornal



1995

FOLHA WEB

Em 9 de julho entra no ar a "Folha Web", marcando a primeira iniciativa do Grupo Folha na Internet

DO
MIN
GO

CIÊNCIA E cultura SEM JARGÃO

Ilustríssima reúne ensaios e narrativas de fôlego, além de trabalhos exclusivos de artistas plásticos contemporâneos

DE SÃO PAULO

A *Ilustríssima* é o novo caderno dominical da *Folha* dedicado à cultura, à ciência e a reportagens ensaísticas. A partir de hoje, ele substitui o *Mais!*, que circulou ao longo de 18 anos.

Pretende se destacar pela narrativa de alta qualidade e desprovida de jargões acadêmicos, que torne fluente e prazerosa a leitura de textos de maior fôlego.

É o caso da reportagem de capa do número inicial, um relato extenso e aprofundado sobre a expansão do consumo de crack pelo país, produzida pelos repórteres especiais Laura Capriglione e Mario Cesar Carvalho.

Textos de ficção, poesia, dramaturgia, ensaios, cartum e quadros também vão compor o cardápio semanal do caderno.

Na área de ciência, o repórter especial Marcelo Leite fará resenhas e reportagens.

EXPERIMENTAÇÃO

O novo suplemento cultural será também um espaço de experimentação visual. Constará com a participação de artistas plásticos, especialmente convidados.

Hoje, o artista J. Miguel faz a xilogravura para a reportagem de capa. E Marina Rheingantz, destaque da nova geração de pintores brasileiros, ilustra a contracapa e páginas internas do caderno.

A cada semana a *Ilustríssima* trará na sua contracapa um texto inédito de prosa, poesia ou dramaturgia. Como o de hoje, um poema em prosa — publicado pela primeira vez no Brasil — do escritor russo Ivan Turguêniev (1818-1883), um dos maiores autores do século 19.

A *Ilustríssima* terá três outras seções semanais. Uma delas, na página 2, é a "Ilustríssima Semana", com indicações de livros, filmes, exposições, entre outros campos da cultura.

A seção "Arquivo Aberto", que estreia com um depoimento da escritora Lygia Fagundes Telles, trará toda semana um relato de um grande artista, cientista ou intelectual, produzido a partir de uma peça de seu arquivo pessoal, como fotos, documentos, recortes etc.

Em "Diário de...", um autor estrangeiro ou brasileiro escreve a respeito da vida artística e intelectual de uma dentre dez cidades culturalmente importantes no mundo (Buenos Aires, Rio de Janeiro, Nova York, Los Angeles, Lisboa, Londres, Paris, Berlim, Pequim e Tóquio).

A *Ilustríssima* é editada pelo jornalista e tradutor Paulo Werneck, 32, que já trabalhou na Companhia das Letras e na Cosac Naify. A jornalista Izabela Mol é a editora-assistente do caderno. O projeto gráfico foi feito pelas designers Renata Buono e Laura Salaberry.

Unique visitor - visitante único; medida de quantas pessoas diferentes entram em um determinado site em um dado período // **URL** - abreviatura de localizador uniforme de recursos em inglês, é o endereço dos sites na internet, como, por exemplo, www.folha.com.br // **Videocast** - programas de vídeo digital que podem ser vistos on-line ou baixados // **Vinheta** - palavra ou expressão curta que identifica seções fixas

IN
TER
NET

credibilidade EM TEMPO REAL

Folha.com está mais noticiosa e diversificada, com design pensado para agilizar a navegação

DE SÃO PAULO

Primeiro jornal em tempo real em língua portuguesa, a **Folha** está desde ontem mais noticiosa e multimídia na internet. Rebaptizado de **Folha.com**, o site ganhou cerca de 30% de área editorial e dobrou o espaço para vídeos, fotos e áudios.

O novo desenho e as novas seções foram concebidos para facilitar a navegação. Um quadro, por exemplo, avisa o internauta das notícias mais recentes que ele ainda não leu. Na página de entrada (www.folha.com.br), as manchetes agora se alternam durante uma visita.

Outras novidades que otimizam o tempo de consulta são os quadros "Pelo Brasil" e "Pelo Mundo", que reúnem aquilo que de mais relevante aconteceu.

Em média, o número de notícias da homepage duplicou, de 200 para 400 links,

que são atualizados 24 horas por dia.

O site reforçou a sua equipe de blogueiros (Barbara Gancia e Luciana Saddi, por exemplo) e de serviços (grade das emissoras de televisão, resumo de novelas, meteorologia etc.).

O LEITOR PARTICIPA

A **Folha.com** também tornou mais fácil a participação do leitor. Foi modernizado o sistema de comentários – novas ferramentas de moderação permitem a imediata publicação das observações de usuários cadastrados.

Os internautas ganham uma seção fixa para encaminhar suas sugestões – o "Opine Aqui". Eventualmente as opiniões serão destacadas na página principal do site.

Também para ajudar o leitor, as opções de busca/pesquisa estão concentradas no mesmo local, na página de entrada.

Mais duas novidades: agora é possível optar pelo tamanho da letra dos textos e navegar pelo site no iPad, o tablet da Apple.

Uma das prioridades da **Folha.com** serão as redes sociais. Um editor, o jornalista Marcos Strecker, cuidará de ampliar a presença do site do jornal no Twitter (no perfil @folhaonline e nos 18 canais das editorias), no Facebook (www.facebook.com/folha-desp) e em outras redes – que atualmente atraem quase 90% dos internautas ativos do Brasil.

Segundo o editor-executivo Sérgio Dávila, "a nova fase da ex-Folha Online, agora **Folha.com**, reflete a fusão orgânica das duas Redações por que acaba de passar o jornal".

As mudanças reforçam a identidade entre as duas plataformas da **Folha** – não importa se no papel ou on-line, as reportagens têm os princípios editoriais que deram à **Folha** a dianteira de circulação entre os diários de prestígio do país.

Na internet, a **Folha** também é líder nacional, com 230 milhões de pageviews por mês.



ENTENDA AS DIFERENÇAS

FOLHA.com

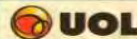
www.folha.com
É onde o leitor pode acompanhar as notícias atualizadas minuto a minuto, por meio de textos, fotos, videocasts e podcasts. Tem 230 milhões de pageviews por mês e é o site de jornal mais visitado do país.

FOLHA DIGITAL

edicao.digital.folha.com.br
Reprodução diária das páginas do jornal impresso, que pode ser folheada virtualmente, com recursos de zoom e visualização de fotos e infográficos. Acesso exclusivo para assinantes da Folha e/ou da Edição Digital.

FOLHA (versão texto)

www1.folha.uol.com.br/fsp
Reproduz, na internet, todos os textos que são publicados na edição impressa, mas não traz todas as fotos e infográficos. Apresenta as reportagens em índice, e o acesso é exclusivo para assinantes da **Folha** e do UOL.



Maior portal de internet do país, é controlado pelo Grupo Folha e tem participação acionária da Portugal Telecom e de investidores na Bolsa. Tem mais de mil canais de jornalismo (incluindo conteúdo da **Folha.com**), entretenimento e serviço.



1988 MODULAÇÃO

O jornal passa a ser diagramado em módulos (vide esquema em amarelo). Artes, fotos e textos são alinhados, e as páginas se tornam mais simétricas.



1986 CADERNOS ALFANUMÉRICOS

Em meados da década de 80, a **Folha** passa a usar esse sistema – empregado até hoje, com modificações – para que o leitor localize facilmente, dentro do jornal, os assuntos que lhe interessam mais.



1960 FUSÃO DAS FOLHAS

As três Folhas (da Manhã, da Tarde e da Noite) foram fundidas em uma só, a **Folha de S. Paulo**, em 1960. A página ao lado é de 1962, após a compra do jornal pelos empresários Octávio Frias de Oliveira e Carlos Caldeira Filho.



1971 SISTEMAS ELETRÔNICOS

O jornal abandona o linotipo e se torna o primeiro do país a utilizar o sistema eletrônico de foto-composição. A inovação permitiu reduzir ainda mais o tempo necessário para impressão.



1992 RECESSÃO

A crise econômica vivida pelo país naquele ano obriga os jornais a cortarem papel. No ajuste da **Folha**, os elementos gráficos são reduzidos para aumentar o volume de texto por página e manter a informação.



1968 IMPRESSÃO MELHORADA

No fim dos anos 60, a **Folha** adotou o sistema de impressão offset, que permitia a impressão de cores e era usado em larga tiragem pela primeira vez no Brasil.



1949 Folha da Tarde



1921 Folha da Noite



1925 Folha da Manhã

1921 NÚMERO UM

A primeira **Folha** é lançada como "Folha da Noite", quando o sistema de composição era manual – cada texto era composto letra por letra até que se obtivesse uma matriz em alto-relevo que era usada para a impressão. Nas décadas seguintes apareceram a "Folha da Manhã" e a "Folha da Tarde".

RE
FLE
XÃO

7 vidas

DO JORNALISMO

Imprensa morre e renasce a cada revolução tecnológica, mas precisa se tornar mais interessante e útil

OTAVIO FRIAS FILHO
DIRETOR DE REDAÇÃO

Jornalistas costumam ser céticos, para não dizer pessimistas. Por dever de ofício, estão acostumados a duvidar das aparências dos fatos, a desconfiar do que dizem as autoridades, a focalizar o que é problemático, falho ou ameaçador.

De tempos em tempos, o assim chamado "negativismo" da imprensa se volta contra ela própria. Foi assim sempre que o advento de mudanças tecnológicas veio afetar o modo de transmissão de informações: o telégrafo, o cinema, o rádio, a TV e agora a internet.

A desorganização do modelo de negócios anterior parece anunciar o apocalipse.

Ninguém contesta, é claro, que a evolução dos meios eletrônicos democratizou o acesso às informações. Nem que a conexão em rede fez surgir uma multiplicidade de formatos jornalísticos, estimulando a diversidade da oferta.

Mas muito desse novo jornalismo tem qualidade discutível, quando não é produto de mera pirataria. Os blogs e o jornalismo cidadão parecem oportunidades promissoras, mas quase sempre seu alcance fica limitado, seja em termos de recursos ou abrangência, seja porque expressam visões demasiadamente particulares e engajadas.

Para piorar, o jornalismo que emerge está eivado de entretenimento, culto à celebridade, inconsequência.

Como diz o magnata da mídia Rupert Murdoch, em nenhum lugar se tem certeza quanto ao fim do bom jornalismo como nas Redações, onde às vezes o evento tantas vezes prometido é celebrado com deleite masoquista. É comemorado pelo governo — qualquer governo.

Tais preocupações, mesmo se exageradas, não são descabidas. Durante décadas, o jornalismo clássico, dito de qualidade — que cultivava compromissos com a exatidão do que publica, com a relevância coletiva dos temas que aborda, com a manutenção do debate público — foi sustentado por um modelo econômico hoje em risco.

Talvez jornais, revistas e livros impressos venham a desaparecer, talvez não. O papel impresso tem o carisma da credibilidade e da duração. A fotografia não suprimiu as artes plásticas, nem a TV liquidou o cinema, que não havia dado cabo da literatura ou do teatro.

Mas é pouco provável que

o jornalismo de qualidade, tal como definido acima, desapareça da face da terra. Por pelo menos três razões.

A absorção de bens culturais é elástica. A quantidade de refeições, roupas ou utensílios que se pode consumir é restrita, mas a aptidão para processar informações não tem limite conhecido.

Nunca se escreveu e se leu tanto. Um novo ambiente que é o caldo de cultura ideal para formar leitores mais exigentes, instruídos e críticos. Seu número não vai diminuir, vai aumentar

Conforme mais pessoas mergulham no oceano de dados e versões que giram pela rede, maior a demanda por um veículo capaz de apurar melhor, selecionar, resumir, analisar e hierarquizar. Esse veículo, no papel ou na tela, se chama jornal.

Nunca na história humana se escreveu e se leu tanto. Um novo ambiente que é o caldo de cultura ideal para formar, com o tempo, leitores cada vez mais exigentes, mais instruídos, mais críticos. Quem sabe nunca venham a se tornar maioria, mas seu número não vai diminuir, vai aumentar.

Tudo produto custa o trabalho e o tempo investidos em sua preparação. A produção do jornalismo gratuito, por isso mesmo, custa pouco. Um jornalismo de qualidade é dispendioso. Continuará a valer seu preço para aquela parcela crescente de pessoas interessadas em saber mais e melhor. A própria demanda deverá cristalizar um modelo de negócios que o impulse.

Mas, para tanto, é preciso ter a humildade de aprender. Reconhecer que os jornais são muitas vezes cansativos, previsíveis, prolixos, distantes, redundantes, parciais — cifrados para o leigo e superficiais para o especialista. Será preciso, ao mesmo tempo, desejo sincero de melhorar, experimentar, arriscar.

Com a reformulação implantada hoje, este jornal tenta dar mais um passo nessa direção.



Fernando Real

ARTISTAS

Letícia Moura/Folha Imagem



Chargista da página A2

O adolescente, que começou a desenhar aos seis anos, diz que política não será o único tema. "Se tiver algo legal sobre a Copa, vou fazer." Afirma que pretende "ser mais crítico do que fazer rir".

NOVOS traços

DE SÃO PAULO

Um grande investimento do novo projeto foi o reforço do time de ilustradores. A **Folha** passa a ter 17 novos profissionais e forma uma equipe de 49. Alguns foram selecionados no quarto Concurso de Ilustração, finalizado na semana passada. Danilo

Bressiani Zamboni, escolhido o melhor entre os 1.047 inscritos, ilustrará a contracapa do **Folhateen**.

Novos chargistas mostram seu traço: João Montanaro, 14, ilustra a página A2 aos sábados e Fernando Real, vencedor da categoria ilustração no concurso, assina desenhos das páginas A2 e A3. Al-

guns espaços passam a ter desenhos: **Esporte** terá charges diárias de Caco Galhardo, e a coluna de Danuza Leão, ilustrações de Bebel Franco. Outros trocam de ilustrador, como **Equilíbrio**, em que Luli assumirá o espaço das tiras de Maitena. "A ideia é ganhar em criatividade", diz Fabio Marra, editor de **Arte**.



FOLHA.com
Veja galeria com todos os ilustradores, cartunistas, e chargistas vencedores do concurso
folha.com/1014115



João Montanaro

FOLHA DE S. PAULO

DIRETOR DE REDAÇÃO: OTAVIO FRIAS FILHO

SÁBADO, 22 DE MAIO DE 2010

ANO 90 • Nº 29.634

EDIÇÃO RIBEIRÃO, CONCLUÍDA ÀS 20H59 • R\$ 2,50

AMANHÃ » NO DOMINGO A FOLHA SE RENOVA; LEIA MAIS SOBRE AS MUDANÇAS A PARTIR DAS 16H DE HOJE NA FOLHA.COM

Dilma sobe e empata com Serra

Petista cresceu 7 pontos e obteve 37%, mesmo índice do tucano, aponta Datafolha; Marina mantém 12%



» **CARNAVAL FORA DE ÉPOCA**
Luiz Antônio Pereira, o 'bruxo Chique Jeitoso', acende velas para 'abrir os caminhos' da seleção, ao lado de centro de treinamento em Curitiba; 1º dia da equipe de Dunga no Paraná foi marcado por atrasos e confusão do lado de fora, com modelos e camelôs Pág. D5

A pré-candidata do PT à Presidência, Dilma Rousseff, atingiu sua melhor marca até hoje numa pesquisa Datafolha e está empatada com seu concorrente direto, José Serra (PSDB). Ambos têm 37%, segundo levantamento nacional realizado ontem e anteontem.

Na pesquisa anterior, feita em 15 e 16 de abril, Dilma tinha 30% — ou seja, a intenção de voto na petista subiu sete pontos. Serra, que estava com 42%, perdeu cinco pontos. A margem de erro é de dois pontos percentuais.

Marina Silva, pré-candidata do PV, está em terceiro, com 12%. Para o diretor-geral do Datafolha, Mauro Paulino, o fato responsável pela alta foi o recente programa do PT na TV. Pág. A4

Mudança do papel de Lula na propaganda petista estimulou alta, diz o Painel. Pág. A4

LEIA MAIS/ELEIÇÃO

Lula pegou Dilma no colo, diz Fernando de Barros e Silva Pág. A2

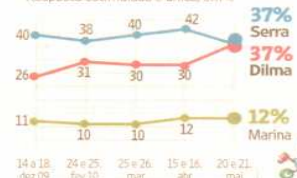
TSE dá ao presidente 4º multa por propaganda antecipada Pág. A5

Falta perfil presidencial a Marina, afirma seu mentor Pág. A12

DATAFOLHA

INTENÇÃO DE VOTO PARA PRESIDENTE

Resposta estimulada e única, em %



Ganso e Neymar são punidos por ficar em balada

O técnico do Santos, Dorival Jr., tirou Neymar e Ganso do jogo contra o Atlético-GO pelo Brasileiro, hoje. Eles chegaram tarde ao clube após notada com André e Madson, também punidos. A assessoria dos atletas diz que eles só comemoravam o aniversário de Madson no apartamento dele. Pág. D7

folhinha



Garotas de 10 e 11 anos entrevistadas pela Folhinha sobre a passagem à adolescência

Reforma prevê megafila para voos de Cumbica

Para reorganizar o embarque de Guarulhos, o maior aeroporto do país, a Infraero planeja uma rede de filas — a maior delas, com 685 metros. Para isso, terá de reduzir áreas livres, além de tomar o espaço de lojas e eliminar sala VIP. Pág. Esp. C1

PM suspeito de crime é preso, e corregedor sai

O comandante da Polícia Militar de SP trocou a chefia de sua corregedoria no mesmo dia em que a Polícia Civil prendeu um PM suspeito de chefiar grupo de extermínio. A Folha apurou que o corregedor saiu devido a suposta falta de ação. Pág. Esp. C7

Meninas

contam como lidam com a ansiedade da 1ª menstruação Págs. 4 e 5

ilustrada

Philip Roth, 77, fala de velhice, solidão e de 'A Humilhação', lançado no Brasil Págs. E1 e E3

DRAUZIO VARELLA

Desde a infância, homem como 'sexo forte' é desmentido Pág. E12

ciência

Japão diz que não pretende abrir mão de caça científica às baleias Pág. Esp. A10

Ford convoca 166 mil para reparo elétrico no Novo Ka

A montadora Ford anunciou a convocação de 166.460 proprietários de carros Novo Ka produzidos desde 2008, após registrar acidentes relacionados ao sistema elétrico do modelo.

Considerando todas as montadoras, o total de carros em recalls em 2010 já superou o de 2009. São 772 mil veículos, ante 459 mil no ano passado inteiro. Pág. B1

A JBS está recolhendo nos EUA 39 toneladas de carne industrializada. Os americanos dizem haver excesso de vermicifos. Pág. B7

Carta de Obama a Lula saudava acordo como o aceito pelo Irã

Trechos obtidos pela agência Reuters de carta enviada semanas atrás pelo presidente americano Barack Obama a Lula confirmam a versão do governo brasileiro de que o acordo nuclear com o Irã atendia a demandas da Casa Branca.

Na correspondência, Obama escreveu que "uma decisão do Irã de enviar 1.200 kg de urânio para fora do país geraria confiança". Depois, os EUA defenderam sanções contra o país. Pág. A14

De cada sete brasileiras entre 18 e 39 anos, uma já fez aborto

Dados são de pesquisa nacional, financiada pelo Ministério da Saúde; proporção de mulheres que abortaram cresce de acordo com a idade. Pág. C2

EDITORIAIS

Leia "Herança maldita", sobre nova etapa da crise econômica e "Gerir melhor", acerca dos gastos com funcionalismo. Pág. A2

brasil

Polícia Federal prende 60 acusados de fraudar licença ambiental Esp. A4

Esta edição tem 90 páginas
519.669 exemplares
Estão incluídos 8 da Folhinha 4 de Classificados
ISSN 1414-5722
9 771414 572070

ATMOSFERA Pág. Esp. C2
Temperaturas amenas
C. do Jordão mín. 5°C
Araçatuba máx. 27°C
Lua crescente

HYUNDAI
Drive your way

i30
2.0 CVT 145 CV
CÂMBIO AUTOMÁTICO
MULTIMARCHAS OU MECÂNICO

2010

RODAS ARO 17"

i30

Em primeiro lugar no design, na tecnologia, no desempenho e também na preferência do consumidor.

VEJA NA PÁGINA 5

Lula articula seu futuro na ONU ou no Banco Mundial

Presidente ambiciona Secretaria-Geral de órgão reformado; chefia do Bird permitiria financiar países pobres

Dilma cresce em todas as regiões, indica o Datafolha

José Serra (PSDB) e Dilma Rousseff (PT) estão empatados com 37% na mais recente pesquisa Datafolha sobre intenção de voto para presidente. A petista apresentou crescimento em quase todos os grupos de eleitores em todas as regiões do país.

Dilma mantém mais votos entre os homens que entre as mulheres, grupo em que Serra lidera. Pág. A10

ANÁLISE Para Mauro Paulino e Alesandro Janoni, do Datafolha, vinculação a Lula puxa Dilma. Pág. A12

NOVÍSSIMA!

Projeto editorial prioriza furos e interpretação

A Folha mudou. O jornal traz as letras cerca de 12% maiores, em um formato e com uma diagramação que deixam a leitura mais fácil.

A reforma editorial prioriza furos, análise e interpretação; 29 colunistas estreiam a partir de hoje. Especial

DEBATES Jornal do futuro mal começou e já inquieta leitor. Pág. A8

Jornal dos EUA cobra por acesso e eleva vendas

O "Arkansas Democrat-Gazette" (EUA) elevou sua circulação cobrando pelo acesso ao site desde 2001, narra **Andrea Murta**. "Não faz sentido dar notícias de graça e esperar que paguem depois", diz Walter E. Hussman Jr., o publisher. Pág. B5

'Lost', que acaba hoje, é prévia da TV do futuro

Pág. E1

EDITORIAIS

Pág. A2

Leia "Espelho do mundo", sobre as mudanças na Folha e o papel do jornalismo; e "Farra esportiva", acerca das obras para a Copa e a Olimpíada.

465.713 exemplares
148 páginas

Estão incluídas 10 da Ilustríssima; 20 de Classificados; 12 do Novíssimo

FALE COM A FOLHA

Vem como entrar em contato com o serviço ao assinante, os editoriais e o ombudsmen fale.folha.com.br

ATMOSFERA

Pág. C2

Sol na maior parte do Estado
Luz Crescente



29635



SOBREVIVENTE Bombeiro carrega criança ferida no acidente aéreo no aeroporto de Mangalore (Índia), que matou pelo menos 158; ao todo, 8 pessoas sobreviveram. Pág. A29



PREVISTA DA COPA O goleiro Júlio César, da seleção brasileira, beija a taça da Copa dos Campeões, ganha por seu time, a Inter de Milão, após vitória (2 a 0) sobre o Bayern. Pág. D1

O presidente Luiz Inácio Lula da Silva iniciou articulações com líderes mundiais para definir seu futuro após deixar o governo. Lula gostaria de se tornar secretário-geral de uma nova Organização das Nações Unidas ou presidir o Banco Mundial, informa **Kennedy Alencar**.

A Folha apurou que Lula já tratou dos dois temas com outros presidentes e primeiros-ministros. O ministro das Relações Exteriores, Celso Amorim, também falou a esse respeito com diplomatas estrangeiros.

A avaliação de Lula, Amorim e líderes mundiais, como o premiê José Sócrates (Portugal) e o presidente de governo José Luis Zapatero (Espanha), é que o brasileiro obteve fácil político para assumir posto como o de secretário-geral da ONU.

O presidente não se interessa pelo cargo hoje ocupado pelo coreano Ban Ki-moon se for mantido o formato da ONU, que o Brasil vê como muito dependente dos EUA e dos outros vencedores da Segunda Guerra.

No entanto, se for aprovada uma reforma, a começar pelo Conselho de Segurança — onde o Brasil quer assento permanente —, Lula trabalharia para disputar o posto.

Chefiar o Banco Mundial permitiria financiar países pobres. Lula quer criar um instituto, como Fernando Henrique Cardoso. Pág. A4

ANÁLISE

A popularidade de Lula e o papirico de que é alvo não lhe garantem cargos que signifiquem projeção e movimentem muito dinheiro, diz **Claudia Antunes**. Pág. A9

PF apura ligação da Al Qaeda no Brasil

A Polícia Federal tenta desvendar um enigma que une a Al Qaeda, traficantes de cocaína e supostos contrabandistas brasileiros para financiar ações do terror.

A conexão com o país foi descoberta com a prisão de três militantes do grupo terrorista na África ocidental.

Conversas telefônicas e gravações em vídeos feitas pelos EUA mostraram que um deles passou pelo Brasil.

A polícia visa a identificar quem são os brasileiros citados pelos integrantes da Al Qaeda que ajudariam a colocar até uma tonelada de cocaína no Mali. Pág. A20

PARA ONDE VÃO NOSSOS impostos?

De cada R\$ 100 recolhidos em tributos no Brasil, R\$ 34,19 pagam aposentadorias e outros benefícios. A proporção é típica de países de renda mais alta e maior parcela de idosos na população, relata **Gustavo Patu**.

Levantamento mostra que a fatia do gasto nacional destinada à educação é similar à do mundo desenvolvido, mas a da saúde fica aquém do padrão. Pág. B12

NIZAN GUANAES

Criatividade não é algo incompatível com disciplina. Pág. B16

JOHN CARLIN

Copa é chance para que a África do Sul mude imagem. Pág. D9

VANESSA BARBARA

Não é boa ideia ser colega ou namorada de Jack Bauer. Pág. E34

Em SP, mais de 1 docente por dia deixa as aulas

Neste ano, 194 professores da rede estadual (mais de um por dia) foram readaptados, ou seja, vão deixar as salas de aula por pelo menos dois anos por causa de problemas de saúde, informa **Fábio Takahashi**.

Os servidores da Educação representam 79% dos readaptados em SP. Pág. C1

Viúva quer ter filho com sêmen de seu marido

A executiva Elisete Koller, 44, entrou com ação para poder engravidar usando o sêmen congelado de seu marido, Cláudio, que morreu em 2009, escreve **Cláudio Colucci**. Não há definição legal sobre o assunto.

"Tenho as condições de dar continuidade ao nosso sonho", diz ela. Pág. C5

Carro usado que não é flex perde até 24% do valor, aponta pesquisa

Veículos

COLEÇÃO FOLHA

RAÍZES DA MPB

Livro-CD de hoje traz vida e obra de Nelson Cavaquinho

Voto obrigatório divide o país

Datafolha revela que 48% dos eleitores aprovam obrigatoriedade e 48% são contra; apoio a voto facultativo cresce

Coleta seletiva diminui e lixo se mistura ao comum em SP

A coleta seletiva de lixo foi reduzida na cidade de São Paulo porque as 17 cooperativas de catadores conveniadas à prefeitura não têm conseguido processar todo o material recebido.

Com isso, o lixo reciclável vai para os aterros, misturado ao comum. A prefeitura diz que multará as empresas responsáveis; para estas, a culpa é da própria prefeitura, que deveria credenciar mais cooperativas. Pág. C6

Bahia vira alvo de nova 'corrida do ouro' entre mineradoras

Pág. B8



Trabalhadores ligados a cooperativa separam o lixo reciclável na estação da Vila Leopoldina, na zona oeste paulistana

Moacyr Lopes Júnior/Folhapress

Pesquisa Datafolha feita em 20 e 21 de maio revela que o voto obrigatório divide o eleitorado: 48% dos entrevistados no país são favoráveis e 48% são contrários.

O apoio ao voto facultativo cresceu. O levantamento anterior, de dezembro de 2008, registrara o recorde de 53% a favor da obrigatoriedade; 43% eram contra.

Estabelecida na Constituição, a obrigação atinge os brasileiros alfabetizados dos 18 aos 70 anos de idade. Para analfabetos, maiores de 70 e os que têm entre 16 e 18 anos, o voto é facultativo.

O Brasil é um dos 30 países em que o voto nas eleições nacionais é obrigatório. Dos entrevistados, 55% dizem que votariam se ele fosse facultativo; 44% optariam por não votar. Poder 2

ANÁLISE

A questão fundamental é saber se votar é um direito ou um dever, escreve Hélio Schwartzman. Poder 2

NOVA FOLHA

Fernanda Torres liga eleições ao dom de iludir Pág. A10

Cifras e Letras traz o melhor para ler em economia Pág. B2

Painel das Letras discute nazismo e obra filosófica Pág. E4

Para Rita Siza, há valores maiores que o futebol Pág. D5

Fernando Veloso aborda benefícios da educação Pág. B11

Leitor aprendiz ganha espaço legal todo sábado Folhinha

Pedro C. desenha um roqueiro que não toca nada Folhinha

ILUSTRADA

Correspondência de Drummond com anônimos também guarda preciosidades Pág. E1

SAÚDE

Maternidade de São Paulo "empurra" leite artificial para recém-nascidos Pág. C9

CIÊNCIA

Em entrevista, Prêmio Nobel de Química lança alerta sobre risco à pesquisa pura Pág. A22

FOLHINHA

SE O SOL FOSSE UMA

BOLA...

...de futebol, a Terra seria do tamanho de um grão de pimenta. Págs. 4 e 5

ESPORTE

SE A BOLA DA COPA NÃO

fosse tão leve,

Júlio César, goleiro da seleção, não diria que ela é 'horrorosa'. Pág. D4

EDITORIAIS

Leia "Tabus de Campanha", sobre questões ignoradas por candidatos; e "Regras para a Internet", acerca de proposta de regulamentação da rede. Pág. A2

folha ribeirão

Grupo de 12 PMs acusado de matar motoboy é libertado Pág. C7
Sequestrada bebê, menina volta à família com 15 anos Pág. C5

FALTE COM A FOLHA

Veja como entrar em contato com o serviço ao assinante, as editoriais e o ombudsman. folha.com.br/contato

ATMOSFERA

Sol entre juvenis no Estado
Lua cheia

Serra diz que pode ir a convenção sem definir vice

O pré-candidato do PSDB ao Planalto, José Serra, disse que pode ir à convenção da sigla, em 12 de junho, sem vice definido. Em discurso em Recife, ele disse que a pior coisa para um político no governo é "vice que faz aporrinhado". Pág. A12

Pai é acusado de tentar matar filho por Mega-Sena

Francisco Serafim de Barros, 60, líder empresarial em MT, foi preso anteontem, acusado de contratar pistoleiros para matar Fábio Barros Leão, 40, seu filho, que ganhou R\$ 28,2 milhões na Mega-Sena em 2006. Barros nega a acusação. Pág. C7

CLÓVIS ROSSI

Departamento de Estado ameniza críticas ao Brasil

O Departamento de Estado explicou melhor a reação dos EUA ao pacto com o Irã em conferência telefônica. Foi nítida a sensação de uma tentativa de reduzir as tensões com o Brasil. Pág. A15

381.763 exemplares

108 páginas

Estão incluídos # de Folhinha e o de Classificação



HYUNDAI
Drive your way

i30
2.0 CVT 145 CV
CÂMBIO AUTOMÁTICO
MULTIMARCHAS OU MECÂNICO

2010

RODAS ARO 17"

i30

Em primeiro lugar no design, na tecnologia, no desempenho e também na preferência do consumidor.

VEJA NAS PÁGINAS 5, 6 E 7

A hand is visible on the left side, holding the edge of a newspaper. The newspaper's background is a vibrant, abstract image of a sunset or sunrise, with warm orange and yellow tones and a bright circular light source. The text is overlaid on this background.

**SEMPRE
À FRENTE DO
SEU TEMPO,
A FOLHA
LANÇA
O JORNAL
DO FUTURO.**

**NO PRÓXIMO DOMINGO,
CONHEÇA O JORNAL DO FUTURO.**



FOLHA DE S. PAULO

Desde 1921

★ ★ ★ UM JORNAL A SERVIÇO DO BRASIL

folha.com.br

DIRETOR DE REDAÇÃO: OTAVIO FRIAS FILHO

ANO 89 • DOMINGO, 23 DE MAIO DE 2010 • Nº 28.635

EDIÇÃO SP/DF • CONCLUÍDA ÀS 23H • R\$ 5,00

A Folha é o maior jornal do país.
O mais influente. O mais inovador.
Poderia não mudar, não se renovar.
Mas, aí, não seria a Folha.
Não seria o jornal inquieto
e corajoso que você conhece.
O jornal que representa um Brasil novo
e moderno não poderia se acomodar.
Nem no topo.
Afinal, é nessa hora que os líderes se destacam.
A Folha está preparando uma nova maneira
de fazer jornal. E de ler jornal.
Se você é como a Folha e sente animação
diante do novo, está convidado
a participar de um nascimento.
O nascimento do jornal do futuro.

NÃO DÁ
PRA NÃO LER/
ACESSAR
TWITTER

FOLHA_O JORNAL DO FUTURO

A man with dark hair and a slight smile is holding a newspaper in front of his face. The newspaper has a vibrant rainbow background. The text on the newspaper is in white and black. In the top left corner of the newspaper, there are three stars: a red one, a blue one, and a grey one.

FOLHA DE S. PAULO

921

★ ★ ★ UM JORNAL A SERVIÇO DO BRASIL

REDACÇÃO: OTÁVIO FRIAS FILHO

ANO 98 • DOMINGO, 23 DE MAIO DE 2010 • R\$ 20,00

EDIÇÃO SP/DF • CONCLUÍDA ÀS

SEMPRE À FRENTE DO SEU TEMPO, A FOLHA LANÇA O JORNAL DO FUTURO.

A Folha é o maior jornal do país. O mais respeitado.
Poderia não mudar, não se renovar.

Mas, aí, não seria a Folha.

Agora, a Folha está preparando uma nova maneira
de fazer jornal. E de ler jornal.

Se você é como a Folha e sente animação diante do novo,
está convidado a participar de um nascimento.

O nascimento do jornal do futuro.

NO PRÓXIMO DOMINGO, CONHEÇA O JORNAL DO FUTURO.

NÃO DÁ
PRA NÃO LER/
ACESSAR, BAIXAR,
TWITTER.

FOLHA_o JORNAL DO FUTURO



FOLHA DE S. PAULO

Desde 1921

★ ★ ★ UM JORNAL A SERVIÇO DO BRASIL

folha.com.br

AETOR DE REDAÇÃO: OTAVIO FRIAS FILHO

ANO 90 • DOMINGO, 23 DE MAIO DE 2010 • Nº 26.635

EDIÇÃO SP/DF • CONCLUÍDA ÀS 23H • R\$ 4,00

O JORNALISMO VIVE UMA REVOLUÇÃO. E NÃO EXISTE REVOLUÇÃO SEM LÍDER.

A Folha é o maior jornal do país. O mais respeitado.

Poderia não mudar, não se renovar.

Mas, aí, não seria a Folha.

Agora, a Folha está preparando uma nova maneira de fazer jornal. E de ler jornal.

Se você é como a Folha e sente animação diante do novo, está convidado a participar de um nascimento.

O nascimento do jornal do futuro.

NO PRÓXIMO DOMINGO, CONHEÇA O JORNAL DO FUTURO.

NÃO DÁ
PRA NÃO LER/
ACESSAR
TWITTER

FOLHA_o JORNAL DO FUTURO

FOLHA DE S. PAULO

Desde 1921

★ ★ ★ UM JORNAL A SERVIÇO DO BRASIL

folha.com.br

DIRETOR DE REDAÇÃO: OTAVIO FRIAS FILHO

ANO 90 • DOMINGO, 23 DE MAIO DE 2010 • Nº 20.635

EDIÇÃO SP/DF • CONCLUÍDA ÀS 23H • R\$

FOLHA.com

FOLHA DE S. PAULO

**O JORNAL DO FUTURO
TEM QUE TER
PLURALIDADE DE OPINIÕES.
TER MAIS DE 100 COLUNISTAS
ESTÁ BOM PARA VOCÊ?**

Folha, o jornal do futuro. Mais espaço para os colunistas,
mais pluralidade de opiniões.


Mais informação
exclusiva,
mais colunistas.


ON OFF
Integração
total entre papel
e internet.


Textos
mais concisos.


Esporte em
novo formato.


Letras e fotos
maiores,
melhor leitura.

NÃO DÁ
PRA NÃO LER/
ACESSAR, BAIXAR,
TWITTER.

FOLHA_o JORNAL DO FUTURO



FOLHA DE S. PAULO

Desde 1921

★ ★ ★ UM JORNAL A SERVIÇO DO BRASIL

folha.com.br

DIRETOR DE REDAÇÃO: OTAVIO FRIAS FILHO

ANO 90 • DOMINGO, 23 DE MAIO DE 2010 • Nº 29.435

EDIÇÃO SP/DF • CONCLUÍDA ÀS 23H • R\$ 4,00

FOLHA.com

FOLHA DE S. PAULO

**NO JORNAL DO FUTURO,
OS PARÁGRAFOS
SÃO MAIS CURTOS.
O PENSAMENTO NÃO.**

Folha, o jornal do futuro. Toda a opinião
e profundidade da Folha em textos mais concisos.



Mais informação
exclusiva,
mais colunistas.



Integração
total entre papel
e internet.



Textos
mais concisos.



Esporte em
novo formato.



Letras e fotos
maiores,
melhor leitura.

NÃO DÁ
PARA NÃO LER/
ACESSAR, BAIXAR,
TWITTER.

FOLHA_o JORNAL DO FUTURO



FOLHA DE S.PAULO

★ ★ ★ UM JORNAL A SERVIÇO DO BRASIL

EDICIONADOR: OTAVIO FRIAS FILHO

ANO 99 • DOMINGO, 23 DE MAIO DE 2010 • Nº 29.485

EDICAO SP/DF • CONCLUIDA

FOLHA.com

FOLHA DE S.PAULO

PARA A FOLHA,
TÃO IMPORTANTE QUANTO
COLOCAR OS PINGOS NOS IS
É COLOCAR OS PINGOS
NOS PONTOS DE INTERROGAÇÃO.

NÃO DÁ
PRA NÃO LER/
ACESSAR_TWITTER_
COMENTAR_



Mais informação
exclusiva,
mais colunistas.



Integração
total entre papel
e internet.



Textos
mais concisos.



Esporte em
novo formato.



Letras e fotos
maiores,
melhor leitura.

FOLHA_o JORNAL DO FUTURO



PLANO EDITORIAL *SUPERINTERESSANTE*

1996



Plano Editorial

Revista: SUPERINTERESSANTE

Diretor de Redação: Eugênio Bucci

Data: novembro de 1996



O Plano Editorial

- * É anual, discutido e aprovado pela Direção Editorial.
- * Representa a visão da redação sobre a revista e sua relação com o leitor.
- * É ferramenta de trabalho do diretor de redação e parâmetro para a redação.
- * Pode e deve ser revisado e alterado de acordo com as necessidades.
- * É a alimentação básica e formal da redação para o Plano de Marketing.



Conteúdo

1. Missão e Objetivos
2. O Leitor
3. Necessidades do leitor que a revista deve atender
4. Cenário Mundial e Brasileiro
5. Revistas Concorrentes
6. Pontos fortes e fracos da revista
7. Ações Editoriais
8. Equipe e fluxo de trabalho

Apêndices

- A. Histórico Editorial
- B. Dados sobre o leitor
- C. Estrutura física
- D. Informações comerciais
- E. Panoramas do mundo do leitor
- F. Propostas de logo para a SUPER JUNIOR
- G. Propostas de alteração na planilha de prazos
- H. Organograma
- I. Carta de John Parsons

Acompanham este Plano Editorial

1. Um disquete (arquivos em html) com exemplos da edição eletrônica SUPER ON-LINE
2. Um caderno com exemplos das propostas gráficas aqui apresentadas



"Há uma grande distância entre a ciência real e o que é descrito nos livros. Quando você tem uma descoberta importante, tudo o que chega às pessoas é um monte de fórmulas. A célebre $E=MC^2$ é o resumo de tudo o que Einstein descobriu em sua existência. Mas não se sabe sobre a aventura humana que levou a uma descoberta dessas. Nada se fala sobre as dificuldades que enfrentou, a importância de cada passo que deu, as decisões que tomou. Com isso, não se percebe o que tornou uma descoberta possível. O grande momento de prazer da descoberta não é tanto o produto final. É a aventura humana."

(Carlo Rubbia, físico italiano, prêmio Nobel de 1984, nas páginas amarelas de VEJA de 30 de outubro de 1996)



1. Missão e Objetivos

Missão da revista (o que a revista quer ser na vida)

**Revelar a ciência onde há mistério,
curiosidade e notícia — e revelar a aventura,
a emoção e a ousadia onde há ciência.**



Objetivos da revista

(pontos básicos para cumprir a missão)

- 1) **Explicar o que as outras revistas mal conseguem entender. Traduzir para o leitor o que os outros publicam em científiques.**
- 2) **Para tratar de ciência, tecnologia e cultura geral num equilíbrio satisfatório, cada edição da SUPER deve contemplar sete áreas:**
 1. Tecnologia, informática, energia, comunicações.
 2. Paleontologia, antropologia, arqueologia.
 3. Universo, astronomia, tecnologia espacial.
 4. Natureza, meio ambiente, clima, ecologia, biodiversidade, geografia, geologia.
 5. Medicina, saúde, biologia, genética.
 6. História, geopolítica, psicologia, idéias.
 7. Física, química, matemática.
- 3) **Editar palavras e imagens como quem proporciona um espetáculo, uma viagem em clima de ficção científica.**
- 4) **Fornecer informações de fontes primárias: ouvir diretamente, sem intermediários, pesquisadores e cientistas que estejam desenvolvendo trabalhos de ponta, no Brasil e no mundo.**
- 5) **Investigar permanentemente os limites da ciência e do conceito de ciência. Sendo um veículo, não uma fonte, a SUPER não emite o conceito de ciência, mas se apóia nas definições adotadas pela comunidade científica nas universidades — e está atenta ao constante deslocamento dos limites dessas definições.**



2. O Leitor

Comportamento, atitudes e valores

(20 ou mais características do leitor, segundo a experiência e a intuição da redação. Não consultar pesquisas)

1. O presidente americano Richard Nixon disse certa vez representar a "maioria silenciosa". Recentemente, no Brasil, o ex-presidente Fernando Collor conclamou à "maioria silenciosa" a sair às ruas em sua defesa. Essa "maioria silenciosa" designa aquele contingente majoritário, claro, da sociedade que não é ruidoso nem aparecido demais; não gosta de ser visto, notado, mas está sempre lá. É uma multidão e, não obstante, é quieto no seu canto. Pois bem: o leitor da SUPER **pertence à maioria silenciosa**.
2. O leitor é **múltiplo**. Há vários, com diferentes características: é homem ou mulher, tanto faz. Às vezes, um bom jeito de visualizá-lo é pensar nele como uma família inteira: ele é pai, é mãe, filho ou filha, avô ou avó. Só não é o cachorro e nem o papagaio.
3. A imagem do leitor como **família** é importante também para entender sua moral.
4. **É crítico**: questiona o que come, o que assiste na TV, é um telespectador direcionado nesse sentido, questiona também o que aprende na escola.
5. **É uma vítima da dicotomia entre corpo/ciência/matéria versus espiritualidade/humanidades/sentimento**. É difícil para ele integrar-se como um todo harmonioso, conciliar vida pessoal e vida profissional, conciliar religiosidade e prazer etc. Essas dicotomias decorrem bastante da formação escolar e da própria cultura ocidental, que conduz a sofrimentos hoje conhecidos. Essas dicotomias decorrem, enfim, da própria organização do conhecimento e do modo como o leitor se relaciona com esse conhecimento.
6. Ele se interessa por qualquer produto que tenha a **grife da ciência** e busca a **chancela acadêmica**, respeita a autoridade do **diploma de universidade**.
7. **Faz coleções**: selo, moedas, carrinhos, bonecas, cartas, chaveiros e revistas.
8. Tem **tudo no quarto**: TV, som, a coleção da SUPER, outras coleções, livros e computador. Sobretudo computador. Num altar.
9. Gosta de **comprar por catálogo** e pela Internet. Compra também por anúncios de TV.
10. **Detesta política**, mas tolera alguma ecologia.
11. Ele não é contra as drogas: tem **medo das drogas**.



12. Ele é **curioso**, mas não de forma genérica. Tem uma curiosidade muito própria, voltada para a minúcia tecnológica, para o diferencial, o detalhe a mais, exclusivo. Gosta de conhecer planetas assim como de entender o funcionamento de um forno de microondas.
13. **Gosta de inventores e de pensadores**: aprecia boas idéias e, principalmente, criatividade.
14. Dentro de seu grupo, é visto como alguém **bem informado** e inteligente. Destaca-se por isso nas suas rodas.
15. **É louco por ficção científica**. Gosta de quadrinhos. É fanático por cinema, sobretudo por filmes de ficção, de aventura e de ação.
16. **Telespectador direcionado**. Assiste ao Discovery, ao GNT, ao *Fantástico* e ao Jô Soares.
17. Tem **fascínio pelo futuro**: falar do futuro, imaginar o futuro. É ligado principalmente no maquinário do futuro.
18. **Gosta de viajar**, na prática ou na teoria: curte uma aventura virtual, por vídeo e fotos
19. **É estudante**: do colégio, do cursinho, da faculdade, ou de inglês, computação, algum curso profissionalizante.
20. **É professor**: de colégio, de cursinho, de faculdade, de computação, de inglês, ou de algum curso profissionalizante.
21. **Pratica esportes**, mais como um valor ("é bom e importante praticar esportes") do que por paixão, diversão ou por gostar de competir.
22. **Adora lazer cultural**. Não quer apenas relaxar, quer algo que mexa com a sua cabeça, como cinema, teatro, livros, museus.

Obs: Ver, nos apêndices, o ponto E: *Panoramas do mundo do leitor*. O exercício ali registrado foi base para a formulação e contextualização das características aqui listadas.



3. Necessidades do leitor que a revista deve atender

Para detectar necessidades, use as características do leitor que você identificou. Lance mão também das pesquisas disponíveis sobre seu leitor.

1. Sentir-se inteligente enquanto lê.
2. Estar superbem-informado sobre o que há de ponta na tecnologia. O leitor quer e precisa entendê-la, em detalhes. Sonha consumi-la.
3. Saber em que direção vão as pesquisas científicas e conhecer a razão delas. De um modo geral, o leitor tem a necessidade de ter na cabeça um quadro permanentemente atualizado: o que é a ciência hoje e para onde ela caminha.
4. Tirar a prova dos nove a toda hora: as ciências e terapias chamadas de alternativas têm fundamento? Por quê?
5. Entender tudo rápido, sem perda de tempo.
6. Ensinar e aprender.
7. Antecipar-se. Dentro do seu meio, precisa largar na frente, destacar-se, não no que se refere a comportamentos e atitudes vanguardistas, mas no campo do conhecimento.
8. Saber em primeira mão quais são as tendências para o futuro.
9. Divertir-se quando busca informação científica.
10. Colecionar — colecionar todo tipo de coisa.
11. Acumular conhecimento (ou melhor, montanhas de informação).
12. Sentir-se cidadão do futuro e cidadão do mundo. Para isso, precisa integrar-se por múltiplos meios (não apenas os eletrônicos) à comunidade internacional e às suas questões e desafios contemporâneos.
13. Fantasiar, sonhar com as possibilidades mais fantásticas que se abrem a partir das mais avançadas pesquisas e teorias científicas.
14. Aconselhar-se, aclarar sua própria visão, não apenas em relação às suas atividades mais rotineiras, mas também em relação às suas preocupações diante do futuro.



4. Cenário mundial e brasileiro sob a ótica da revista

1996 foi o ano em que a ciência acabou. Provocativo mas procedente, o livro *The End of Science*, do americano John Horgan, balançou o ano com uma tese perturbadora: o século XX esgotou a era das grandes descobertas; resta agora administrar pequenas melhorias. Segundo o autor, se não tem mais o que descobrir, a ciência perdeu boa parte de sua aura e, talvez, de sua razão de ser. Em uma palavra, acabou.

O mais intrigante é que aqueles para quem a ciência não acabou coisa nenhuma, aqueles para quem a ciência fornece os critérios da verdade, e que supostamente teriam interesse em descartar e desautorizar a argumentação de Horgan, promoveram um respeitoso debate em torno das idéias do autor. Jornalista, editor da revista *Scientific American*, Horgan não é um qualquer. Com ou sem constrangimento, quem leva a ciência a sério precisa levá-lo a sério também. Foi assim que publicações como o *The New York Times Book Review* dedicaram várias páginas ao livro. Mas, respeito à parte, todos discordaram de John Horgan. Com argumentos sólidos.

Falando ao caderno "Mais!", da *Folha de S. Paulo* (29.10.96), o físico Roger Penrose deixou claro o seu desconforto com as conclusões de Horgan. Penrose surpreendeu-se especialmente porque ele próprio foi entrevistado por Horgan para *The End of Science* e não entendeu como, baseado na entrevista que concedeu, alguém pudesse deduzir que a ciência chegou ao fim. Para Penrose, hoje considerado um dos maiores físicos do planeta ao lado de Stephen W. Hawking, "há grandes revoluções reservadas para nós na física fundamental, particularmente no que diz respeito ao modo pelo qual os fenômenos quânticos de pequena escala se relacionam aos fenômenos de grande escala da física clássica". E arremata: "Ainda não compreendemos as singularidades no espaço-tempo e muito pouco da natureza da consciência. O desconhecido é vasto e podemos esperar grandes revelações".

A reação do português António Damásio, um dos principais neurobiologistas da atualidade, residente nos Estados Unidos, foi bem parecida: "Está na moda declarar o fim de tudo: o fim da arte, o fim da ciência, o fim da filosofia, e assim por diante. Sem dúvida, não há nada errado em discutir o atual status da ciência, mas é inconcebível dizer que ela está no fim. Eu diria que não somente é possível responder, mas que haverá respostas para as grandes dúvidas de hoje e revisões substanciais na descrição básica da realidade."

O que Penrose e Damásio, entre outros, estão dizendo é que a ciência, longe de haver terminado, pode estar na trilha de grandes descobertas, que terão o dom de revolucionar o modo pelo qual vemos o mundo. Se esses achados vão acontecer em um, dois, dez ou vinte anos, ninguém pode dizer. O físico Carlo Rubbia, em entrevista a *Veja* que forneceu a epígrafe deste Plano Editorial,



lembra que os tempos da ciência são dilatados. Uma pesquisa científica pode demorar vinte ou trinta anos para ser concluída. A eventual ausência de grandes rupturas durante um certo período não significa que todas as rupturas tenham se esgotado (e o nosso período não é exatamente o que poderíamos chamar de fase sem rupturas). O importante é que elas virão e a SUPER não pode estar fora desse barco. Ao contrário, precisa antecipá-lo e presentear o seu leitor com o deslumbramento da conquista desses fantásticos mundos ainda sequer divisados.

Por tudo isso, 1996 também pode ser visto como o ano em que foi decretado o renascimento da ciência. Mas a importância de *The End of Science* talvez não dependa de ver quem é que tem razão na história. Talvez Horgan tenha criado não uma frase de efeito, mas um livro de efeito. Nele não é tão importante a conclusão, mas a barulheira que detona.

O que mais se destaca é que este livro traz para dentro dos domínios da ciência um sentimento fortíssimo na atualidade: a desconfiança em relação às instituições. A ciência estritamente acadêmica, como instituição-fonte do saber, estaria perdendo a primazia na esfera do conhecimento e se veria convidada, constrangida ou mesmo forçada a conviver com fontes alternativas de saber. Mais que conviver com elas, a entendê-las e a incorporá-las. Trata-se de um momento particularmente rico em oportunidades. Pois se a ciência não acabou, o que está em discussão é o conceito de ciência. Este sim, se não em crise, está em deslocamento. É preciso acompanhar esse deslocamento.

Claro, tudo isso tem a ver com o período que vivemos. A ciência está sujeita aos mesmos transe que se dão no campo da cultura. E talvez a outros também. Como ressaltou António Damásio, é como se tudo estivesse acabando o tempo todo. Acabando ininterruptamente. O fim da história foi proclamado há poucos anos pelo livro homônimo (*The End of History and the Last Man*, Free Press, 1992) de Francis Fukuyama. Num outro trabalho mais respeitável, outro autor e jornalista americano, Bill McKibben, localizou o que chamou de *The End of Nature* (Anchor Books, 1990). Ainda em 1996 o telespectador viu em horário nobre a novela de Dias Gomes, *O fim do mundo*, uma óbvia (talvez demais) metáfora para o desmoronamento do que é institucional. Estão em recuo instituições tão diversas como o Estado, a Igreja e, o que nos interessa mais de perto, a Universidade (fonte do conceito de ciência que mais encontra consenso na sociedade internacional). Não se trata de uma tendência de desaparecimento dessas instituições. Recuo é bem o termo: a presença das três na esfera pública não é mais como era antes e, provavelmente, não é mais dominante.

Começando pelo Estado. Como desdobramento da globalização da economia, a expressão "Estado mínimo" ganhou um significado mais que retórico: prático, indiscutível. Os mecanismos de mercado são chamados para regular atividades que há poucos anos ainda dependiam de ações governamentais ou legais. Isso ocorre tanto na Europa, com o fim do *welfare state* e suas decorrências, como na América Latina, onde avançam, com ritmos diferenciados, as privatizações.



Mecanismos institucionais consagrados, que antes pareciam soluções perpétuas, dão sinais de cansaço. É o caso dos partidos e das eleições. Os primeiros não demonstram, nos países democráticos, a mesma capacidade de mobilização de que dispunham até a década de 70. Em parte substituídos pela televisão, o palanque da atualidade, em parte esvaziados pela própria confusão ideológica, os partidos estão em crise, uma crise cujos reflexos se estendem ao próprio comparecimento eleitoral. Nas palavras do cientista político Gui Hermet (*El Pueblo contra la Democracia*, 1989): "A abstenção parece perfilar-se como o futuro da maioria das democracias européias. (...) De dezoito democracias européias, cinco (Suíça, Reino Unido, Espanha, Irlanda e Grécia) são palco de uma evasão caracterizada. Os cidadãos-burgueses helvéticos foram os que mais avançaram nesse caminho. Também os norte-americanos os acompanham no caminho do abstencionismo maciço." No início de novembro, o presidente americano Bill Clinton conseguiu mais quatro anos de mandato num pleito que registrou cerca de 50% de abstenção, embora a campanha tenha sido a mais cara da história (1,6 bilhão de dólares). No Brasil, o estado de ânimo dos eleitores não é muito diferente. Pesquisa do Instituto Gallup revelou que 52% dos cariocas não votariam no segundo turno caso o voto não fosse obrigatório.

Quanto à Igreja ou, mais propriamente, a Igreja Católica, o seu recuo pode ser medido no mundo ou no Brasil pela proliferação das religiões alternativas, cristãs ou não, e pela diminuição de seu peso nos processos políticos (a própria política, as eleições e os partidos não gozam atualmente de grande prestígio). Há um aumento da religiosidade, e um recuo da instituição do catolicismo. Em sua relação com a ciência, a Igreja vive momentos de um ridículo poucas vezes visto. Em outubro, o papa João Paulo II admitiu que a teoria da evolução formulada por Charles Darwin no século XIX deve ser reconhecida como "mais que uma hipótese". Nota-se, mais uma vez, que os papas evoluem mais lentamente que outras espécies do reino animal.

A Universidade não poderia escapar à pressão dos tempos. Se não deixou de ser o templo do saber, teve que ceder a uma tendência da nova economia de valorizar mais a ciência, digamos utilitária, do que a básica. Esta última, em vista disso, foi mais atingida pelos cortes de orçamento, consequência da diminuição do Estado. O que se explica, também, pelo fim e recente sepultamento da guerra fria: o domínio da ciência e do saber não é mais uma razão de Estado estratégica. Pesquisas mais ambiciosas com verbas públicas ficaram praticamente inviáveis.

Um outro sintoma da privatização do saber está no fato de que a figura do grande professor vem perdendo prestígio para a figura do consultor. Hoje, grandes sábios são aqueles que menos ensinam em aulas públicas e mais vendem suas análises às empresas privadas. Estas, de seu lado, também procuram manter centros de inteligência analítica no seu próprio interior.

Mas, em meio a tantas transições, o fato é que a ciência continua gerando produtos e conhecimentos de valor inestimável. Inclusive para o desenvolvimento econômico. Então, se há desconfiança, com ou sem motivo, quanto à instituição



científica, nada indica que os resultados científicos vão perder crédito aos olhos da sociedade.

Se não fosse apenas isso, também chama a atenção o fato de que o ritmo das descobertas importantes não foi apreciavelmente afetado pela mudança dos tempos. Ao contrário, como se pode conferir nas próprias páginas da SUPER, ele vem se acelerando. Uma lista rápida referente aos dois últimos anos teria de incluir:

1. Planetas em outros sistemas solares: os astrônomos acharam seis ou sete em poucos meses e dizem que vão encontrar uma centena até o final da década. Isso significa nada menos que a procura de alguma forma de vida ou inteligência em outros planetas. Em 1996, o anúncio de que o meteorito ALH84001, achado na Antártida em 1984, trazia formações minerais que sugeriam a existência de bactérias em Marte foi uma das mais retumbantes manchetes científicas do ano.
2. O quinto estado da matéria, uma previsão de Einstein que permanecia apenas teórica há 60 anos, foi finalmente comprovado. Aliás, a Física passa por um momento de otimismo. No final de outubro de 1996, um congresso na Universidade de Princeton, New Jersey, que reuniu nove prêmios Nobel, divulgou um prognóstico animador. Apesar das dificuldades para conseguir financiamento das pesquisas, os próximos 50 anos registrarão um florescimento inédito da Física. Principal área a ser desbravada: gravidade.
3. Outra previsão igualmente importante e antiga, a de que uma partícula subatômica pode ocupar dois lugares ao mesmo tempo, também foi comprovada, o que põe em polvorosa antigos cânones da física newtoniana.
4. A Terra por dentro: um impressionante conjunto de pesquisas trouxe conhecimentos inimagináveis há poucos anos a respeito das camadas internas do planeta e das transformações geológicas.
5. A civilização amazônica de 11 000 anos: entre outros achados sensacionais, transformou o povoamento da América de um assunto marginal na Arqueologia deste século em tópico de altíssima temperatura.
6. O átomo de antimatéria: foi construído pelos europeus, pela primeira vez, em 1996.
7. A construção da mosca de catorze olhos: a Genética chega a assustar com as possibilidades abertas praticamente todos os dias por meio de achados tão espantosos como este.
8. Cérebro: as pesquisas seguem o passo da Genética no que diz respeito ao volume de conhecimentos novos, cuja consequência pode ser o desvendamento de como funciona a mente humana.

As aventura do conhecimento prossegue, e o nosso papel, nossa grande oportunidade, é transmitir a sua emoção ao leitor da SUPER. Agora, além da emoção das descobertas, temos a emoção da própria mutação das bases da ciência, da revogação de velhas definições, da busca do que é inteiramente novo.

Notas sobre o cenário mundial



Riscos: *Esquecer-se de que a informação que fornecemos, além de fascinante, deve ser útil para o leitor. Útil e segura. O risco é entrar no entretenimento pelo entretenimento.*

Oportunidade: *Diferenciar-se, ainda mais, exatamente pela validade material das informações que fornecemos, sem abrir mão da linguagem lúdica, divertida e deslumbrante.*

3. A ética é um valor em alta.

Com o esvaziamento dos métodos e das instituições coercitivas para moldar e controlar comportamentos, é cada dia maior o peso da ética (aqui entendida como conjunto de valores que ajudam os homens a viver e conviver bem) nas esferas pública e privada. Fala-se de ética, reclama-se por ética. Isso pode ser verificado em temas de interesse geral, em temas como a justiça, o racismo ou a ecologia, como em assuntos mais específicos: o leitor tem a percepção de que a credibilidade decorre tanto da respeitabilidade das fontes como da clareza técnica do texto.

Risco: *“Editorializar” as reportagens. A SUPER não é instrumento de pregação ou de proselitismo.*

Oportunidade: *Explorar mais os debates éticos próprios da ciência (manipulação genética, pesquisas nucleares), que mobilizam bastante a curiosidade do leitor da SUPER. Valorizar na edição a qualidade das fontes.*

4. Nova ordem, nova geopolítica.

Com a internacionalização, a mundialização e a globalização dos mercados, a lógica geopolítica muda de patamar. Ela deixa de ser bipolarizada e passa a funcionar em outras bases, novos agrupamentos em torno de mercados (Nafta, Mercosul, Comunidade Européia, Tigres Asiáticos). Surge também uma nova lógica de aproximações internacionais, a ecopolítica (representada por preocupações com desenvolvimento sustentado, pelas ações de ONGs como o Greenpeace) e há também um aumento dos programas e projetos de cooperação entre governos. Esse tom de otimismo é o dominante na indústria global do entretenimento, mas... (ver ponto seguinte):

5. Explodem conflitos étnicos, religiosos ou mesmo ideológicos.

Na Europa Central, na Irlanda, no Oriente Médio as guerras ditas localizadas produzem cenários tão bárbaros quanto aqueles da Segunda Guerra, com campos de concentração, extermínios, genocídios. Diferenças que estavam contidas pela ordem bipolarizada da Guerra Fria afloram agora violentamente, ameaçando as novas bases do convívio internacional. No continente africano, conflitos intertribais na África do Sul ou guerras civis descontroladas como a de Ruanda comprometem as perspectivas de organização social. No México e em outros países da América Latina a guerrilha é um sintoma da instabilidade que nunca é superada. Em vários pontos da Europa e dos Estados Unidos, florescem partidos e milícias nazistas ou neonazistas, pregando a segregação e a expulsão dos estrangeiros.



Riscos: 1) Perder de vista as terríveis desigualdades em todas as pautas relacionadas com a atualidade, e embarcar na venda de uma euforia que contrasta com a vida real do leitor. 2) Perder de vista os progressos reais e vender um pessimismo que nada tem a ver com a missão da SUPER.

Oportunidade: O equilíbrio. Nas matérias sobre história, sobre geopolítica ou sobre ética na ciência, entre outras, explicar o contraditório, exatamente o que as outras revistas não conseguem entender. Isso vale também para outras tensões do nosso tempo:

Globalização versus tribalização:

Na sociedade globalizada, as formas locais não podem ser esquecidas. Embora surjam efeitos parecidos com uma certa massificação de consumo e hábitos, o fato é que a globalização convive com uma certa tribalização nos chamados microcosmos. Religiões, seitas, agrupamentos culturais de todo tipo, mininações (atenção para o aumento de competidores nas Olimpíadas, que traduz um aumento do número de bandeiras nacionais), diferentes entre si, proliferam-se à medida que a economia se globaliza. O ultraespecífico se conecta no ultrauniversal. Não é uma convivência tranqüila, é óbvio. Para os pessimistas, a globalização tende a dizimar especificidades. Para os otimistas, a globalização promove a grande festa planetária do multiculturalismo. O importante, para nós, é não perder de vista esse paradoxo.

Tolerância versus totalitarismo:

O politicamente correto já perdeu seu glamour, virou ridículo, e hoje já está perdendo o seu ridículo, atingindo, digamos, uma terceira fase de vida. Claramente, ele é um antídoto ao racismo, ao sexismo, ao segregacionismo de inspiração nazista ou não. A estrutura da família admite novas variações: pais gays que criam filhos, amigos que moram juntos até a velhice, casais de três. Comunidades diversas começam a tomar corpo. Ao mesmo tempo, no entanto, vai se implantando um rígido padrão de comportamento do qual é muito difícil desviar pois cada cidadão se transforma num vigilante moral de seu vizinho. Um modelo claramente totalitário. Explicando: o autoritarismo se caracteriza pelo exercício mais ou menos violento da autoridade central a partir de seus instrumentos de coerção e repressão, mas quando todos se convertem em agentes policiais das regras de comportamento moral, tem-se o totalitarismo. Nem dentro de casa o homem está livre da vigilância.

Personalização versus Isolamento:

Hoje é possível ter um modelo de bicicleta personalizado, um jornal personalizado, até pneu de carro personalizado. Existe um declínio da cultura de massa e um aumento das formas de acesso individual aos



bens culturais; as pessoas conquistam estilos próprios de ser, de se vestir e de se comportar; o mercado de informação tende a se adaptar a demandas individuais diferenciadas. Há uma explosão dos meios interativos paralela ao declínio dos meios monológicos; a relação cristalizada entre emissor único e receptor massificado está obsoleta. O outro lado da personalização, ou o seu extremo, é o isolamento. Hoje, o convívio social cede mais espaço ao refúgio individual: cada um recluso, diante de uma tela de computador ou de vídeo, conversa com o mundo virtualmente.

6. Falência dos "atravessadores de informação":

Hoje, qualquer um, virtualmente, pode ter acesso às fontes. Nenhum meio de comunicação (nenhuma revista) é passagem obrigatória para encontrar informações. O público interessado tem hoje muito mais canais para obter as informações que precisa do que tinha há 10 anos, seja porque a ciência se tornou um assunto muito mais presente nos meios de comunicação, seja pelo advento da Internet, que põe o sujeito em contato com centros de pesquisas do mundo todo. E, já já, os brasileiros estarão usando a Internet de maneira ampla.

Risco: Cair na armadilha fácil de ficar reproduzindo declarações. É o caminho certo para que o leitor busque outros atalhos, antes impossíveis mas hoje disponíveis, para conseguir a informação de que precisa.

Oportunidade: A SUPER vale muito mais por aquilo que explica, por aquilo que traduz para o leitor, do que pelos dados ou declarações que "transporta". O sujeito lê a SUPER para entender o que significam as coisas. A SUPER não é apenas o veículo no qual ele vê uma notícia pela primeira vez (embora isso também aconteça com frequência, pois buscamos muitas informações exclusivas). O nosso trabalho essencial é dotar as informações de sentido. Na Internet, essa oportunidade é ainda mais candente.

Além das notas sobre o cenário mundial, que têm validade também no Brasil, considerar as seguintes

Notas sobre o cenário brasileiro:

1. A Ciência no Brasil vai bem:

Existem hoje 158 instituições de pesquisas, entre universidades e institutos, nos quais trabalham 47 983 pesquisadores. O levantamento acaba de ser divulgado pelo CNPq, Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico e traz outros números importantes:

- Em 1994, os cientistas brasileiros publicaram 35 351 artigos científicos. Das seis grandes áreas em que o CNPq divide as ciências — Agrárias, Biológicas, Saúde, Exatas e da Terra, Humanidades, Engenharia e Computação —, a que mais gera artigos é a de Humanidades, com 5 137 trabalhos. A Saúde é



segunda, com 4 806. Nos países ricos, publicam-se em média 500 000 artigos científicos por anos.

- Mesmo assim, a ciência brasileira está em ótima forma. Especialmente se levarmos em conta que seu orçamento é bem pequeno. Ela recebe atualmente 0,7% do PIB, contra 1,5%, em média, nos países industrializados. Apesar disso, a produção científica aumentou muito no período mais recente. Para ficar apenas no número de doutores formados a cada ano, eles eram 924 em 1980 e chegaram a 6 745 em 1995.
- Também em 1994 foram criados aqui 1 036 produtos e processos tecnológicos, com aplicação potencial nos três setores da economia.

A boa forma da ciência brasileira também pode ser medida qualitativamente. Fiquemos apenas com três indicadores:

- Primeiro, a Matemática nacional, que há dez anos não era significativa internacionalmente, e hoje é reconhecida como uma das dez melhores do mundo.
- Segundo, em apenas 15 ou 20 anos, a Astrofísica saiu do zero para virar uma área no mínimo respeitável de pesquisa. O suficiente para que o Brasil se tornasse, pela primeira vez, sócio de um telescópio gigante, o Gemini, já em construção.
- O terceiro ponto é um crescimento na Química equivalente ao da Astrofísica. No campo específico das substâncias derivadas do petróleo, nossos químicos competem com quaisquer outros do mundo.

Riscos: *Fazer uma cobertura sem critérios da ciência brasileira, só porque ela é brasileira. É importante, sempre, saber medi-la pelos critérios e padrões de exigências internacionais.*

Oportunidades: *Revelar (a exemplo do que fizemos em "100 motivos para se orgulhar da ciência brasileira", em janeiro de 1996) as conquistas brilhantes dos pesquisadores daqui. Há muita notícia sobre ciência e tecnologia brasileiras passando em branco pelas revistas e jornais brasileiros.*

2. Medo:

Seria ingenuidade supor que o otimismo que veio junto com a estabilização da moeda não sofreu mudanças. Ele não é mais o mesmo, e é preciso registrar. Claro que a economia brasileira demonstra fôlego, vigor, muitas qualidades que animam a todos. Mas o dado novo no cenário nacional é o medo. No campo econômico, há uma espécie de síndrome do pânico de perder o emprego. Não é um sentimento que se tenha bem definido, já codificado. Ele é difuso. Uns têm medo do fim da estabilidade, outros temem de modo impreciso pelo prosseguimento do plano; há os que se sentem intimidados com *downsizings* e enxugamentos e vêem seu próprio emprego batendo asas em breve. Aliás, para muita gente, a noção do emprego estável já não tem mais lugar. Entre tantos fins que se alardeiam, poderíamos somar mais um: o fim do emprego. E o medo também aparece quando alguém vai fazer planos para o futuro. Recentemente foi



reaberto o programa de financiamento da casa própria na Caixa Econômica Federal. Ato reflexo, vieram as análises que viam o pior: a classe média não suportaria a elevação das prestações que dobrariam em dois anos. Entre os funcionários públicos, os professores, os aposentados o clima é o mesmo. Esse medo afeta diretamente a vida do nosso leitor. Mas ele não pára aí. A explosão da criminalidade nas grandes cidades e seu alastramento para as cidades menores agrava selvagememente a sensação de insegurança. Poderíamos ir mais longe, mas para registro neste plano isso já basta: o brasileiro tem medo.

Riscos: *Há um risco aí para o país, antes de tudo. Sociedades com fome ou com medo tomam rumos às vezes perversos. Mas alertar governantes não é nosso papel aqui. O risco, de nossa parte, é deixar de levar em conta esse sentimento surdo que se abate sobre o leitor da SUPER, alguém particularmente pouco ruidoso.*

Oportunidade: *Ser amigo do leitor, aproximar-se, apontar saídas pensadas, refletidas, lançando mão de respostas que a ciência pode oferecer para perguntas que o afligem. É preciso ter em mente que a SUPER pode e deve oferecer respostas sólidas para as perguntas que angustiam o leitor e que nem sempre ele formula. Sobretudo neste período.*

3. O Brasil na moda.

Isso: temas nacionais, formas brasileiras, imagens brasileiras, tudo isso está na ordem do dia, de uns anos para cá. Há mais orgulho hoje em ser brasileiro do que havia há dez anos.

Riscos: *Patriotices generalizadas.*

Oportunidades: *Mais do que falar do Brasil, temos que aprofundar o nosso trabalho para definir um jeito bem próprio de falar para o Brasil. Repercutir na revista esse orgulho de ser brasileiro.*



5. Revistas Concorrentes

Fazer uma análise de cada uma das revistas concorrentes do ponto de vista estritamente editorial: pauta, reportagem, texto, edição, arte, fotografia.

Nome da Revista: Globo Ciência **Editora:** Globo

Informações gerais (que se justificam por ser a concorrente mais direta da SUPER):

1. Tem 64 páginas. Traz um fascículo de 12 páginas (*Como as coisas funcionam*).
2. Preço: 4,90 reais.

Pontos fortes

1. Dão novos produtos eletrônicos (mas as páginas de novos produtos têm gosto de catálogo, não de jornalismo).
2. Muita pesquisa brasileira.
3. Perfis de cientistas trazem mais gente para dentro da revista.
4. A edição enfatiza e valoriza o gênero grande reportagem.

Pontos fracos

1. Pouca atualidade em relação à ciência mundial. Não deixa de ser bairrista, com poucas matérias quentes e poucas pautas internacionais.
2. Capas feias e mal resolvidas (ao vê-la, o leitor não consegue saber o que é mais importante) e panorama interno muito feio mesmo.
3. Poucos infográficos. Parece que a infografia não emplaca.
4. Insistência nas séries (desbravadores, biografias etc) o que confere à publicação um gosto de enciclopédia em fascículos.
5. Falta descoberta ou gosto de aventura, e falta bom jornalismo (alguns textos têm todo o jeito de *press-release*).
6. Os fascículos são decididamente fracos.

Para que direção a revista está indo?

Fez uma reforma gráfica ao completar cinco anos em agosto de 1996. Na mesma ocasião, abriu espaço para games e dicas de navegação na Internet. Durante o ano, procurou se aproximar da SUPER, com incursões pela infografia e capas mais atuais, como uma sobre o crack. Mas foram movimentos sem continuidade. Outro dado interessante foi a tentativa de tratar de vampiros e de anjos, demonstrando um interesse de ir além dos limites da ciência. Mas os resultados foram ruins (ela perdeu credibilidade, talvez não pelas pautas em si mas por tê-las realizado mal), como notamos em debates públicos na universidade com representantes da revista.



Nome da Revista: Ciência Hoje **Editora:** SBPC

Pontos fortes

1. Tradição e credibilidade.
2. Bom acompanhamento dos fatos mais importantes da ciência brasileira.
3. Projeto gráfico limpo, discreto, "adulto". A tipologia é leve e o espaçamento é largo, o que dá suavidade às páginas. É uma revista de texto, mas não parece tão pesada.
4. Matérias especiais que esgotam o tema.
5. Edição cuidadosa, praticamente sem erros de revisão e português.
6. Fartas sugestões de leitura complementar.
7. Boa atenção ao leitor na seção de cartas, com respostas da redação sempre que possível.
8. Uso de fundos em cores suaves, que embelezam as páginas sem atrapalhar a leitura.

Pontos fracos

1. Seção de notas encolhida, com fotos muito pequenas e diagramação sem graça.
2. Corporativismo. Muita opinião sobre a política de distribuição de recursos para a ciência, o que só interessa para pesquisador que recebe bolsas ou outros tipos de financiamentos.
3. A maioria dos títulos ainda é burocrática, embora já comecem a surgir alguns mais charmosos.
4. Cientiquês. Abuso de termos técnicos e científicos, até nos títulos.
5. Textos em geral sem charme e sem humor, quase acadêmicos.
6. Textos exageradamente longos ainda prevalecem, embora já comecem a surgir matérias mais retrancadas.
7. Precário acompanhamento da ciência internacional.
8. Uso de fotos de má qualidade e pouco abertas.
9. Tratamento das legendas muito acadêmico. Uso abusivo de "figura 1, 2 etc".
10. Engatinha na área de infografia.

Para que direção a revista está indo?

Tem uma circulação de cerca de 30 000 exemplares. É uma publicação da Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência. Ela não concorre com a SUPER. Ao contrário, mantém até relações de cooperação conosco. Já mudou o visual, que se tornou leve e moderno. Mas ela ainda não conseguiu ser um veículo eficiente para a divulgação científica. Por isso, a SBPC está em crise com a revista. Seus dirigentes comentam que pensam mesmo em acabar com a revista. Um gol muito importante marcado pela *Ciência Hoje* foi o lançamento de *Ciência Hoje das Crianças*, mensal, este sim um veículo eficiente mas sem nenhuma expressão no mercado (circulação de 25 000 exemplares em bancas e assinaturas). Há cerca de 200 000 distribuídos para escolas. A *Ciência Hoje das*



Crianças lançou também um CD ROM e quatro disquetes. Estão na nossa frente nessa área. Há um mercado aí para nós também.

Nome da Revista: Caminhos da Terra **Editora:** Azul

Pontos fortes

1. Tem sabor de aventura: o leitor "viaja" para lugares fascinantes. A leitura cria uma sensação de férias, arranca o sujeito do cotidiano.
2. Capas sempre atraentes, coloridas, chamativas para quem gosta de lugares, ecologia, história, cultura, antropologia.
3. Boa oferta de matérias na capa, em geral cinco ou seis chamadas.
4. As fotos são boas.
5. A infografia é cada vez mais usada.
6. Matérias sobre cultura e História também arrancam o leitor do cotidiano.
7. Reportagem (gente falando, personagens), o que dá vida às matérias.
8. Realiza concursos, o que pode aumentar a integração com o leitor.
9. Consegue fazer matérias ecológicas sem aquele discurso político "eco-chato". Não manda o leitor salvar os muriquis, mas faz uma matéria contando tudo sobre os muriquis, com belas fotos e, no final da leitura, o leitor pode até estar comovido com a ameaça de extinção desses animais. O recado ecológico é sutil e eficiente.

Pontos fracos

1. Para o leitor que gosta de ciência, ainda é restrita, embora esteja ampliando seus horizontes.
2. Não tem notícia. É praticamente inteira fria.
3. Texto irregular. Algumas matérias gostosas de ler, bem escritas e outras descuidadas, com texto de guia turístico, palavras repetidas aos montes.
4. Ausência total de humor. É tudo muito sério.

Para que direção a revista está indo?

Tem usado mais infografia. Notou o ponto fraco e vai superá-lo em breve. Assumiu uma concorrência direta com a SUPER, tem falado cada vez mais de temas científicos, de terremotos a sapos exóticos. Por isso, é uma alternativa para alguns leitores da SUPER que buscam uma revista com gosto de aventura, que querem conhecer lugares "superinteressantes". Talvez venha a enfrentar alguns riscos nessa sua ampliação de temas. Pode desgarnecer o leitor mochileiro que não gosta de ciência. A ver.

Nome da Revista: Nova Ciência **Editora:** EBLIC



Pontos fortes

1. Procura uma abordagem mais polêmica de temas científicos.
2. Boa qualidade do papel e da impressão.

Pontos fracos

1. Não corresponde à expectativa que cria (na capa, no cartaz de banca).
2. Algumas matérias parecem pagas e abalam a credibilidade.
3. Notícias velhas, falta atualidade.
4. Títulos sem criatividade, textos que não surpreendem (mal chegam a ser corretos)
5. Descuidos graves de edição (excesso de repetições de palavras e idéias).

Para que direção a revista está indo?

Para o nada. Andou sumindo, deixando de circular. Pode reaparecer, mas a gente acha que demora.

Nome da revista: Geográfica Universal **Editora:** Bloch

Pontos fortes:

1. Matérias amplas sobre lugares, abarcando temas como história, ambiente, bichos, cultura.
2. Exposição de fotos bem abertas, acompanhadas de textos legendas que resumem as matérias.

Pontos fracos:

1. Qualidade da impressão muito ruim. As fotos parecem desfocadas, sem registro.
2. Texto chato, em estilo de livro didático.
3. Ausência total de infografia.
4. Tem fios entre as colunas, o que "suja" as páginas.
5. Abuso de fotos abertas em dupla. Às vezes são quatro ou cinco na mesma matéria, dando a impressão de que falta assunto.

Para onde vai:

É uma revista com cara antiga e bem ruinzinha. Aborda apenas parte dos temas de SUPER, mas parece querer concorrer. A capa tem moldura vermelha e o formato é o mesmo. Nas bancas, fica junto com a SUPER. Mas custa mais caro: 6 reais.



Nome da revista: Cadernos de Ciência e Tecnologia (e Cultura) dos jornais diários.

Pontos fortes:

1. Semanais e por isso conseguem ser quentes, atuais.
2. Costumam trazer temas especiais, abordados à exaustão.
3. Oferecem leitura de qualidade, de alto nível, com textos de especialistas acadêmicos.
4. Uso crescente de infografia nas matérias de ciências exatas, principalmente.

Pontos fracos

1. São massudos e, freqüentemente, chatos.
2. Têm uma relação distante com o leitor. São jornais, enfim.
3. Pouca reportagem e muito comentário.

Para onde vão:

A presença de ciência e tecnologia nos jornais tende a aumentar. A presença dos infografistas também é cada vez maior. Mas, dificilmente, os jornais conseguirão estabelecer com esses cadernos uma relação de intimidade, cumplicidade e amizade com o leitor.

Concorrente: televisão: *Discovery Channel*, *GNT* (matérias científicas), *Globo Ciência* (quando existe) e *Fantástico* (matérias científicas e de saúde).

Pontos fortes

1. Matérias deslumbrantes.
2. Infográficos animados (nosso sonho).
3. Filmes em lugar de fotos.
4. Textos simples, fáceis de entender.

Pontos fracos

1. Superficialidade. A não ser em casos excepcionais, a TV é mais superficial do que a revista.
2. Baixa retenção. A TV ganha em entretenimento, mas perde em informação e análise.
3. Pouca especialização nacional. São programas quase sempre importados. Há pouca reportagem científica brasileira de qualidade na TV.

Para onde vão

A simples existência de um programa chamado *Globo Ciência* fortalece a marca da revista homônima. A televisão deve explorar mais e mais o binômio ciência e tecnologia e isso vai certamente afetar o mercado. A linguagem e o repertório das



revistas não poderá (como já não pode) ignorar o que se mostra de ciência na TV. Diante da concorrência da TV, as revistas em geral podem prosperar oferecendo profundidade, espetáculo visual e abordagens críticas. No nosso caso em particular, mais do que nunca, vale a máxima: explicar o que os outros (a TV) mal conseguem entender.

Concorrente: Internet (Todos os tipos de sites).

Pontos Fortes:

1. Garante ao leitor/usuário acesso direto a todos os tipos de fontes da área científica, sempre acessíveis. A internet enterrou de vez o jornalismo que era apenas transportador de aspas e declarações.
2. Enorme variedade de ofertas. O próprio usuário é quem edita sua revista diária.
3. Atualidade imediata.
4. Credibilidade. São as próprias fontes científicas que dão as informações.

Pontos Fracos:

1. Demora para carregar e má qualidade das linhas no Brasil.
2. Elitismo. É preciso ter o equipamento. É preciso falar inglês.
3. Desorganização. Se a variedade de ofertas é uma vantagem, a inexistência de hierarquia entre tudo o que se oferece é uma tremenda desvantagem. O usuário se sente desorientado.
4. Imensa quantidade de informação errada.

Para que direção está indo.

Para algum lugar em que a gente tem que estar. Por isso a SUPER vai reforçar seu próprio lugar na NET.



6. Pontos fortes e fracos editoriais

Analise o desempenho de sua revista em todas as áreas editoriais, usando como roteiro a seguinte lista:

Informação: quantidade de informação; qualidade ética e técnica (boas fontes, dados checados etc); exclusividade; relevância; impacto da notícia.

Texto: correção gramatical; erros de revisão; clareza, objetividade; elegância; adequação da linguagem ao perfil do leitor; capacidade de surpreender; impacto das chamadas de capa; força dos títulos; capacidade de olhos e legendas para estimular a leitura do texto principal da matéria; humor versus chatice; hierarquia lógica das informações.

Foto: conteúdo informativo (a foto passa a informação necessária?); nível técnico (enquadramento, foco, profundidade de campo, exposição, cores, corte); capacidade de surpreender; força das imagens; beleza.

Arte: ritmo do espelho; disposição das informações; beleza e surpresa; adequação da linguagem ao perfil do leitor; existência de uma identidade (uma marca visual); qualidade das ilustrações.

Edição: linguagem e equilíbrio; harmonia entre texto, arte e fotografia; capacidade de surpreender; ritmo interno das matérias.

Infografia: estilo próprio; integração do texto com a imagem; rapidez para explicar o assunto (a infografia torna a informação mais clara e acessível?); objetividade; adequação da linguagem à missão e aos objetivos da revista.

Pauta: notícia (sua revista oferece informações quentes e exclusivas?); variedade; capacidade de cobrir o conjunto dos interesses do leitor; capacidade de surpreender; originalidade da abordagem e sua adequação à identidade da revista.



Relacione os pontos fortes e fracos de sua revista, segundo os itens do roteiro da página anterior:

Pontos Fortes:

1. Matérias quentes, que contam em primeira mão o que se passa com a ciência e que tratam (e explicam) questões imediatas e candentes.
2. Linguagem (visual e escrita) clara e objetiva.
3. Acesso às fontes mais qualificadas no Brasil e no mundo.
4. Forte personalidade visual que distingue a revista do resto.
5. Boas imagens e boas chamadas de capa.

Pontos Fracos:

1. Infografia bonitinha mas ordinária: pouco jornalística. Na verdade, ainda está mais para ilustração do que para infografia.
2. Muitos erros de português e de padrão.
3. Muitos erros de informação.
4. Falta reportagem, falta ir à rua no duro.
5. Fotos pouco valorizadas. Em outras palavras: fraca edição de fotos.
6. Falta surpresa nos *leads*. No segundo semestre, houve uma melhora do texto, mas os *leads* andam carentes de impacto. Da mesma forma, os fechos das matérias não se preocupam em resolver a expectativa criada no início.



7. Descrição das ações editoriais

1. Ações no texto:

- Procurar introduzir nos textos uma estrutura básica que inclua: aberturas de impacto (sedutoras), seguidas da tese central em que se formula o propósito da matéria, fala das fontes e fecho que remeta ao início de modo a resolvê-lo. Procurar conduzir o leitor ao longo do raciocínio, fazendo com que ele se sinta cúmplice do pensamento do cientista.
- Reduzir um número de erros de informação a partir de uma avaliação que os leve em conta.
- Adotar um controle de qualidade no final do processo (subordinado ao redator-chefe) para avaliar (e corrigir) erros de padrão e português antes da impressão.
- Os erros serão considerados na avaliação dos responsáveis posteriormente. Cada editor será responsável por checar a própria matéria antes de entregá-la.

2. Ações na reportagem:

- Procurar aumentar o número de fontes por matéria e eliminar definitivamente matérias sem fontes (é um absurdo, mas isso ainda ocorre).
- Nas reuniões de pauta, orientar ainda mais reportagens para o contato direto do jornalista com o fato. Sem prejuízo do amplo aproveitamento dos bancos de dados, devemos restringir mais e mais o recurso às fontes indiretas para repassá-las ao leitor. Fontes indiretas servem de checagem, apoio ou para detalhamento de pauta.

3. Atualização do projeto gráfico:

Para melhor atender o leitor em sua necessidade de entender tudo rápido, de ter mais intimidade com a revista, e prosseguindo na linha do projeto gráfico adotado em novembro de 1994, as novas atualizações vêm juntos com ajustes ou alterações na fórmula editorial em:

- a. *Sumário e Carta ao Leitor* se fundem numa única dupla, cujo principal objetivo é facilitar a localização de todas as matérias dentro da revista. A capa é utilizada como elemento de orientação e localização. O *Sumário* passa a ser tratado rigorosamente como o passo seguinte à capa, a antecâmara da revista.
- b. Todas as seções ganham uma minicarta ao leitor, abrindo o assunto. Ali, a redação conversa com o leitor, aumentando a intimidade entre editor e leitor.
- c. A seção *Supernotícias* passa a ter notas assinadas, o que nos abre possibilidade de textos mais valorizados de colaboradores internacionais exclusivos.
- d. A seção *Superdivertido* diminui de 3 para 2 ou 1 página. Manteremos apenas os puzzles, verdadeiro sucesso entre os leitores, eliminando a parte dedicada a resenha de novos jogos.



- e. Abrem-se duas novas seções: *Superplã*, sobre português, tratando de questões de lingüística e gramática, e *Limites da ciência*, tratando de pesquisas que fizeram ou fazem avançar as fronteiras daquilo que se entende por ciência (ver, nos apêndices deste Plano, carta de John Parsons, que serve para reforçar essa proposta.) Ainda não sabemos quem poderia assinar uma coluna assim.
- f. Valorizar e ampliar a divulgação do *Para Saber Mais* e de endereços para que os leitores falem com a redação.
- g. Em *Supermultimídia*, temos que aumentar o teor jornalístico e crítico (em detrimento do aspecto catálogo), o que já está em curso.

Do ponto de vista visual, essa atualização tem como seus principais objetivos:

- a. Reforçar a identidade tipográfica da SUPER.
- b. Diminuir ruídos de cores, fundos e letras coloridas para valorizar fotografia, ilustração e infografia.
- c. Especificamente sobre fotografia: destacá-la. Publicar pelo menos uma grande foto em dupla por edição. Publicar fotos de lugares superinteressantes, com matérias de viagens (pelo menos uma a cada duas edições).
- d. Distinguir mais claramente a tipografia segundo sua finalidade. Assim, superar confusões que hoje acontecem entre, por exemplo, texto de legenda, texto de infográfico. Cada fonte será um tom, uma frequência, uma função narrativa mais identificada com a função do texto ao qual ela se destina.
- e. Adotar uma grade mais solta, mais descontraída, menos encaixotada, que jogue com espaços brancos para ganhar mais fluidez ao longo do espelho.
- f. Destacar a numeração das páginas, vital para que o leitor se localize.
- g. Abandonar as vinhetas iconizadas para identificar as seções, substituindo-as por outras mais dinâmicas e mais próximas do leitor. As vinhetas trazem o elemento humano, que deve estar mais presente na revista.
- h. Ganhar mais nobreza para as matérias maiores (com a opção de textos em duas colunas), em contraste com as seções, mais ligeiras.
- i. Apresentar também visualmente, com fotos, os autores das colunas. De novo, mais proximidade junto ao leitor.
- j. Em *Supermultimídia*, aumentar o teor jornalístico e crítico (em detrimento do aspecto catálogo), o que já está em curso, e procurar algo como uma tira de humor contemporâneo para a seção.

Como diz Augusto Lins Soares, diretor de arte da SUPER e autor do projeto:

"O tipo Franklin, apesar de ter um desenho superbônito, já é muito familiar aqui nas revistas da Abril. Está gasto. Por isso decidimos abandoná-lo. Frutiger, Univers e Century seriam as fontes do novo visual. Frutiger e Univers são dois tipos não serifados que foram desenhados pelo mesmo tipógrafo, Adrian Frutiger. Apesar de irmãs, mantêm características próprias. A primeira é mais orgânica, mais solta, mais sinuosa, perfeita para títulos, destaques e texto corrido (apresenta aspectos de um tipo serifado; o "a" e outras letras acompanham os



desenhos dos tipos serifadas). A segunda é mais geométrica, fria, perfeita para os textos mais curtos e técnicos (infográficos, legendas e créditos). Para o tipo serifado, vamos continuar com a Century, que anda desempenhando muito bem seu papel para os textos narrativos. Com isso garantimos três fontes, tendo cada uma delas variações suficientes para comunicar coisas distintas."

Para maior clareza do que acabamos de expor, seguem em um caderno separado alguns exemplos de como ficaria a revista com esta nova proposta. Redesenhamos, de acordo com os padrões aqui propostos, a edição de outubro de 1996.

Para dados tipográficos, ver tabela a seguir.



Modificações tipográficas propostas para 1997:

	fonte	corpo, pts.	entrelinha	alinhamento	caixa	
CAPA						
chamada principal	Frutiger Black ou UltraBlack				AC	
subtítulo	Frutiger Black				N	
tarja amarela	Frutiger Black	16			AC e N	P e
slash	Frutiger Black	12,5	16		AC e N	
Janela	Frutiger Black	12,5	16		AC e N	
MATERIA						
retranca abertura	Frutiger Roman (bold; vazado)	10			AC	P e
retranca contin.	Frutiger Roman (bold; vazado)	8			AC	P e
título	Frutiger Black	mínimo 60			N ou AC	P e
olho	Frutiger Light (bold; vazado)	14	16	E / D	N	P e
assinatura	Frutiger Bold	10	12,5	E / D	SC	P e
texto	Century Light	10,3	12,5	J	N	P
texto vazado	Frutiger Bold	10	12,5	E	N	B
capitular	Century Light	100%	3 linhas	J	AC	P
capitular vazada	Frutiger Bold	100%	3 linhas	J	AC	B
título continuação	Frutiger Bold	20	20	E	N	P e
intertítulo	Frutiger Bold	12	12,5	E	N	P e
INFOGRÁFICO						
título 1 (> de 1/4)	Univers Condensed Bold	12	12	E	N	P e
olho 1	Univers Cond Light Oblique	9	9	E	N	P
olho 1 (vazado)	Univers Cond Bold Oblique	9	9	E	N	B
título 2 (1/4)	Univers Condensed Bold	16	16	E	N	P e
olho 2	Univers Cond Light Oblique	12	12	E	N	P
olho 2 (vazado)	Univers Cond Bold Oblique	12	12	E	N	B
título 3 (1/2)	Univers Condensed Bold	20	20	E	N	P e
olho 3	Univers Cond Light Oblique	13	13	E	N	P
olho 3 (vazado)	Univers Cond Bold Oblique	13	13	E	N	B
título 4 (1 página)	Univers Condensed Bold	30	30	E	N	P e
olho 4	Univers Cond Light Oblique	15	15	E	N	P
olho 4 (vazado)	Univers Cond Bold Oblique	15	15	E	N	B
título 5 (dupla)	Univers Condensed Bold	40	40	E	N	P e
olho 5	Univers Cond Light Oblique	17	17	E	N	P
olho 5	Univers Cond Bold Oblique	17	17	E	N	B
texto	Univers Light	8,5	10	E	N	P
texto vazado	Univers Bold	8,5	10	E	N	B
legenda	Univers Condensed Bold	9	10	E	N	P e
MAPAS						
rua	Univers Condensed Bold	8	9		N	P e
bairro	Univers Condensed Bold	8	9		AC	P e
cidade	Univers Condensed Bold	9	10		N	P e
estado	Univers Condensed Bold	9	10		AC	P e
país	Univers Condensed Bold	10	11		N	P e
continente	Univers Condensed Bold	10	11		AC	P e
rio	Univers Cond Bold Oblique	9	10		N	P e
mar	Univers Cond Bold Oblique	10	11		N	P e
oceano	Univers Cond Bold Oblique	10	11		AC	P e
BOX						
título 1 (> de 1/4)	Frutiger Bold	12	12	E	N	P e
olho 1	Frutiger Light Italic	9	9	E	N	P



olho 1 (vazado)	Frutiger Bold Italic	9	9	E	N	B
título 2 (1/4)	Frutiger Bold	16	16	E	N	P ou B
olho 2	Frutiger Light Italic	11	11	E	N	P
olho 2 (vazado)	Frutiger Bold Italic	11	11	E	N	B
título 3 (1/2)	Frutiger Bold	20	20	E	N	P ou B
olho 3	Frutiger Light Italic	12	12	E	N	P
olho 3 (vazado)	Frutiger Bold Italic	12	12	E	N	B
título 4 (1 página)	Frutiger Bold	30	30	E	N	P ou B
olho 4	Frutiger Light Italic	14	14	E	N	P
olho 4 (vazado)	Frutiger Bold Italic	14	14	E	N	B
título 5 (dupla)	Frutiger Bold	40	40	E	N	P ou B
olho 5	Frutiger Light Italic	15	15	E	N	P
olho 5 (vazado)	Frutiger Bold Italic	15	15	E	N	B
LEGENDA						
	Univers Condensed Bold	9	10	E/D	N	P ou B
CRÉDITO						
número	Univers Condensed Light	7			N	P
	Univers Condensed Bold	7			N	P
PSM/NOTAS						
título	Frutiger Bold	7.5	9.5	C	AC	P
texto	Frutiger Light	7.5	9.5	J	N	P
destaque	Frutiger Bold	7.5	9.5	J	N	P
internet	Frutiger Bold	7.5	9.5	J	AC	V
SEÇÕES						
	fonte	corpo	ptc.	entrelinha	alinhamento	caixa
editorial	Frutiger Roman	10	15	E	N	P
capitular / editorial	Frutiger Roman		2 linhas		AC	P
Notícias						
retranca	Frutiger Light	7		E	AC	P
retranca (vazada)	Frutiger Bold	7		E	AC	B
título	Frutiger Condensed Bold	17	17	E	N	P ou B
texto	Frutiger Light	9	11	E	N	P
capitular	Frutiger Light		2 linhas		AC	P
texto (vazado)	Frutiger Bold	9	11	E	N	B
capitular (vazada)	Frutiger Bold		2 linhas		AC	B
Perguntas		24	24	E	N	P ou B
título	Frutiger Light Italic	9	11	E	N	P
pergunta	Frutiger Bold Italic	9	11	E	N	B
pergunta (vazada)	Frutiger Light	9	11	J	N	P
resposta	Frutiger Bold	9	11	J	N	B
resposta (vazada)	Frutiger Black		2 linhas			V
interrogação	Frutiger Black		2 linhas			P ou B
exclamação		7		E	AC	P
Multimídia		7		E	AC	B
retranca	Frutiger Condensed Bold	17	17	E	N	P ou B
retranca (vazada)	Frutiger Light	9	11	E	N	P
título	Frutiger Light		2 linhas		AC	P
texto	Frutiger Bold	9	11	E	N	B
capitular	Frutiger Bold		2 linhas		AC	B
texto (vazado)	Frutiger Bold	9	11	E	N	P
capitular (vazada)	Frutiger Bold		2 linhas		AC	B
notinha	Frutiger Bold	9	11	E	N	P
notinha/capitular	Frutiger Bold		2 linhas		AC	P
liga/desliga (título)	Frutiger Bold	14			AC	P



liga/desliga (texto)	Frutiger Bold Italic	11	12	E	N	P
frase/texto	Frutiger Bold Italic	11	12	E	N	B
frase/assinatura	Frutiger Bold	10	10	D	N	B
Universe						
2+2						
Superdivertido						
Limites						
Superplá						
título	Frutiger Condensed Bold	24	24	E	N	P ou B
olho	Frutiger Condensed Light	15	17	E	N	P
olho (vazado)	Frutiger Condensed Bold	15	17	E	N	B
texto	Frutiger Light	9	11	J	N	P
grifo	Frutiger Bold	9	11	J	N	P
capitular	Frutiger Bold		2 linhas		AC	P
texto (vazado)	Frutiger Bold	9	11	J	N	B
grifo (vazado)	Frutiger Black	9	11	J	N	B
capitular (vazada)	Frutiger Black		2 linhas		AC	B
puzzles/título	Frutiger Condensed Bold	12	12	E	N	P
puzzles/texto	Frutiger Condensed Light	9	11	E	N	P
assinatura/texto	Frutiger Bold	9	10	E	SC	P ou B
Cartas						
título	Frutiger Condensed Bold	17	17	E	N	P ou B
texto	Frutiger Light	9	11	J	N	P
grifo	Frutiger Bold	9	11		N	P
assinatura	Frutiger Italic	9	11	D	N	P
texto (vazado)	Frutiger Bold	9	11	J	N	B
grifo (vazado)	Frutiger Black	9	11		N	B
assinatura (vazada)	Frutiger Bold Italic	9	11	D	N	B
título/falhas	Frutiger Condensed Bold	14		E	N	P
texto/falhas	Frutiger Light	9	11	J	N	P
Dito e feito						
text/dito	Frutiger Light	9	11	E	N	P
nome/dito	Frutiger Bold	9	11	E	N	P
dados/dito	Frutiger Light Italic	8	11	E	N	P
aspas/dito	Frutiger Black	9				P
título/feito	Frutiger Condensed Bold	20		E	N	P
texto/feito	Frutiger Condensed	11	15	J	N	P
EPIGRAFE						
texto	Frutiger Light Italic	8	10	E	N	P
assinatura	Frutiger Light	8	10	D	N	P
texto (vazado)	Frutiger Bold Italic	8	10	E	N	B
assinatura (vazada)	Frutiger Bold	8	10	D	N	B

CORES	ciano %	magenta %	amarelo %	preto %
box seções		5		10
box matérias			5	10
fundo sumário	5			10
fundo perguntas			10	
vermelho SUPER		100	100	
Terra				
leitura em preto	5	10	40-50	
leitura em branco	20	30	40-50	20



Água				
leitura em preto	20-40	5-10		
leitura em branco	80-100	20-40		
Vegetação				
leitura em preto	20-40		70	
leitura em branco	60-100		80-100	
Céu				
dia/leitura em preto	10-50	10-20		
dia/leitura em branco	60-100	10-20		
noite/leitura em branco	80-100	40-100		5-100
Sangue				
leitura em branco		80-100	80-100	10-20
Tarjas				
amarelo		10	100	10
laranja		50	100	5
rosa		60	20	5
vermelho		100	100	20
ocre		30	100	10
marrom	40	60	100	
lilás	40	30		
violeta	60	90		
verde claro	60		90	
verde escuro	80	20	100	
azul claro	80	10		
azul escuro	100	50		
cinza				40
preto	100			100

FIOS	pontos	ciano %	magenta %	amarelo %	preto %
box/matéria	4			5	10
box/seção	2		5		10
info/matéria	4				100
info/seção	2				100
legenda	0,5				100
legenda (vazado)	1				100
texto	0,5				100
texto (vazado)	1				100
divisão perguntas	0,5 (pontilhado)				100



4. Revigorar a SUPER On-line.

Agora, com a autorização da matriz, G+J, que nos deu permissão expressa para fazer a revista on-line (ver histórico), podemos avançar com a SUPER on-line, que hoje já conta com cerca de 6 000 acessos diários. *(Para se ter uma idéia do que é, consultar o Brasil On-line ou verificar no disquete que acompanha este Plano.)* P que pretendemos agora é partir do que já temos instalado no Brasil On-line e perseguir o miniplano que segue:

Miniplano Editorial da SUPER On-line

1. Missão e objetivos

Missão: Ser o salva-vidas de quem procura informação científica na Internet, trazendo a versão on-line da revista e fornecendo orientação sobre sites e endereços quentes da ciência e tecnologia.

Objetivos

1. Ser mais que a transposição da revista de papel para a Internet: guiar o usuário nos caminhos na ciência pela Internet, organizando informações e endereços que aparecem desorganizados. A SUPER On-line pode ser um ponto de partida e uma agência de turismo para os viajantes da Internet.
2. Trazer informação atualizada, "quente".
3. Fornecer recursos multimídia (vídeo e som) que a revista não consegue trazer.
4. Fazer a ponte entre o usuário, a redação e as fontes.
5. Colocar os usuários em contato uns com os outros nas áreas de discussão.
6. Conter a coleção completa da revista para consulta e referência.
7. Cobrir eventos científicos e trazê-los para o usuário em primeira mão.
8. Alimentar o banco de dados com questionários para o usuário.

2. O Leitor (o usuário)

1. É mais específico que o leitor da revista. Este aqui, afinal, **tem contato com a Internet** seja em casa ou no trabalho.
2. É **homem**. Como a maioria dos usuários da Internet.
3. É **jovem**.
4. Se interessa por computadores e todo o tipo de novidade. Novos produtos, novos equipamentos fazem parte do seu dia-a-dia ou de suas ambições.
5. **Gamemaniaco**. Devora pilhas de jogos de computador.
6. **Gosta de grupos de discussão** na Internet. Expõe suas opiniões. Mas só no computador. Fora dele é meio **tímido**.
7. **O seu computador é seu oráculo**.
8. **Compra pela Internet**. Principalmente CDs e jogos de computador que não encontra no Brasil.
9. **Procura sites pornôns** na Internet.
10. Sente-se **senhor do mundo** na frente do computador.



11. É um **hacker** ou gostaria de ser.
12. Na TV, assiste o **Sci-fi Channel**.
13. Adora **futuro**. Está sempre ligado em qual deve ser o futuro da própria Internet.
14. Tem pelo menos algumas **noções de inglês**.

3. Necessidades do leitor que a revista (o site) deve atender

1. Achar a informação rapidamente sem perda de tempo.
2. Saber das notícias sobre ciência em primeira mão.
3. Estar a par de eventos científicos.
4. Discutir ciência com outros com mesmo nível de conhecimento.
5. Alcançar as fontes e discutir as matérias com a equipe da redação.
6. Obter respostas rápidas às suas perguntas.
7. Ter uma idéia do panorama geral da tecnologia para saber qual será o futuro, o próximo passo.
8. Ter uma opinião diferenciada e mais aprofundada sobre tecnologia e computadores.

4. Cenário mundial e brasileiro na rede:

4.1. Informação excessiva, às vezes errada e sempre desorganizada

Segundo a MIDS, empresa americana que tenta medir o tráfego na rede, o volume de informação na Internet dobra a cada 7 meses. Com o número de usuários acontece quase a mesma coisa. Existem hoje cerca de 60 milhões de usuários na Internet e eles devem dobrar dentro de um ano, ainda segundo a MIDS. Um meio tão grande tende a se tornar cansativo e até chato se o usuário não souber onde achar as coisas certas. Uma pesquisa feita pela SUPER sobre maconha (utilizada na matéria de capa de agosto de 1995), trouxe 65 322 páginas de texto, das quais apenas 50 páginas eram realmente úteis. Isso hoje está gerando uma polêmica cada vez maior em torno da importância, da utilidade e do futuro da rede.

Riscos: 1) Cair na chatice, no banal. Ser apenas mais um site no meio de tantos milhões. Ficar desatualizado e trazer apenas o que vários outros já trazem. 2) Ficar de fora.

Oportunidades: Servir de guia para o perdido. Ser exclusivo.

4.2. Teoria do colapso iminente

Cresce a polêmica sobre o grande colapso da Internet. Alguns grandes nomes da tecnologia, como Bob Metcalfe, um dos criadores da Internet, dizem que ela vai parar. "Talvez a Internet já esteja entrando em colapso", diz Metcalfe. Mas outros, como John Quatterman, da empresa americana AT&T, discordam e ainda ironizam: "Tenho ouvido que a Internet vai acabar desde 1977". De um jeito ou de outro, o fato é que aumentam rapidamente os usuários no Brasil.



Riscos: 1) Apostar fichas demais na Internet e entrar em "colapso" junto com ela.
2) Apostar fichas de menos.

Oportunidades: Investigar essa e outras polêmicas trazidas pela Internet e trazer opiniões e até respostas para os leitores. Aproveitar o afluxo de usuários para levantar informações sobre eles.

5. Concorrentes

Não são revistas, mas outros sites que se aproximem da linguagem da SUPER. Por enquanto apenas as revistas TIME, WIRED e o Discovery Channel possuem sites que poderiam atrair o usuário da SUPER ON-LINE. Mas, mesmo assim, os caminhos ainda são muito diferentes.

Não existem sites brasileiros que tenham a fórmula que a SUPER ON-LINE quer alcançar.

Ponto forte: são requintadas, sofisticadas.

Ponto fraco: são em inglês.

6. Pontos Fortes e Fracos da SUPER On-line

Pontos fortes:

1. Tem uma linguagem própria.
2. Aproxima o leitor da redação.
3. Cria debates entre os leitores.
4. Mantém um arquivo da revista.

Pontos fracos:

1. É pouco atualizada.
2. Não traz as infografias.
3. Não traz fotos, às vezes tão surpreendentes na revista.
4. Traz muita repetição do que sai na revista.



5. Edições Especiais:

- *Vida fora da Terra* (junto com alguma fita de vídeo). O assunto estoura ano que vem. Em abril. (estr: 40+48+4)
- O mapa da mina na Internet (com um brinde de Software). Em julho. (estr: 40+48+4)
- CD ROM de coleção completa no próximo aniversário da revista: 10 anos de SUPER.
- Ficção, Ciência e previsões (90 anos de A. C. Clark), em dezembro. (estr: 40+48+4)
- Disponibilizar o índice anual em disquete também.

Outras possíveis edições especiais:

- Saúde: alimentação. Fórmulas "químicas" da alimentação "natural", conservantes que não fazem mal.
- Especial só de puzzles (inéditos ou já publicados).
- Pelo menos uma SUPER JUNIOR: uma revista só para crianças e ver o que acontece. Cheia de experiências, contar quem é o Bickman, as crianças estão curitindo isso cada vez mais. O desafio é testar um mercado que acredito ser ótimo. Esse especial tem vocação para virar mensal (misto de Cousteau Junior e de Discover for Kids), a exemplo do que já fez a *Ciência Hoje* com a *Ciência Hoje das Crianças*. (Ver propostas de logo nos Apêndices)
- Revista especial ou revista-pôster: A nova família dos Dinossauros.
- Jogo para ser vendido em bancas com o kit de fotos em três dimensões.
- Superfotos, com imagens superinteressantes.
- Grandes religiões.
- Dito e Feito (um livrinho com uma coletânea de tudo o que publicamos, que poderia ir de brinde para assinantes).
- Perguntas (também coletânea: "As 1 000 perguntas mais superintrigantes do mundo")
- Grandes gênios da história.
- Fazer pôster sobre a história das civilizações.

Outros temas para CD ROM:

- Dinossauros.
- Evolução da Terra.
- Evolução do homem.
- Povoamento da Terra.
- Museus do mundo.
- E vários títulos que poderíamos apenas traduzir e lançar aqui (dentro de coleções ou não).

**Eventos:**

- Prêmio da Ciência Superinteressante (ver projeto em anexo que já traz algumas propostas para esse evento).
- Programar a vinda de um grande divulgador científico para o Brasil por ocasião do aniversário da SUPER. De preferência, Carl Sagan.



8. Descreva os pontos fortes e fracos de sua equipe e do fluxo de trabalho

A lista abaixo poderá servir de inspiração para sua análise.

Equipe: Pluralidade de talentos (as pessoas se completam?); habilitação em informática; atualização da equipe em relação aos novos meios (esses novos meios que já fazem parte da vida do leitor são levados em conta nas pautas e nas realizações das reportagens?); interação da equipe com o universo do leitor (os jornalistas estão atentos para as expectativas e necessidades do leitor)? Considere aqui também os pontos fortes e fracos apontados em suas folhas de avaliação.

Fluxo de trabalho: integração entre gente de arte, de texto e de produção; rendimento das reuniões de idéias e de pauta; autoritarismo versus gestão participativa (a maioria tem parte nas decisões sobre prazos e custos?); cumprimento dos prazos; administração de talentos (os jornalistas com funções gerenciais conseguem orientar sistematicamente e motivar seus subordinados?); ambiente de trabalho (sua redação é um lugar bem-humorado, com um organograma claro e funcional, com métodos de trabalho em constante aperfeiçoamento, onde todos podem crescer profissionalmente?).



Relacione os pontos fortes e fracos de sua equipe e do fluxo de trabalho em sua revista:

Pontos Fortes:

1. Pluralidade da equipe, com jornalistas de formações diversas e altamente respeitados em suas áreas.
2. Intimidade com os meios eletrônicos (se comparada ao que se vê nas outras revistas do setor).
3. Avançamos na organização do fluxo e já asseguramos um bom planejamento das matérias, o que se reflete numa edição mais cuidadosa, nos títulos, no espelho mais equilibrado.

Pontos Fracos:

1. Equipe reclusa.
2. Falta reunião de crítica.
3. A arte não consegue montar um bom time de colaboradores.
4. Baixa integração da arte na concepção das matérias.
5. Há diferentes níveis de integração (arte-texto) dependendo das pessoas.
6. Centralização. Falta feedback mais regular.
7. Desmotivação.
8. Falta reconhecimento (salário, crédito, plano de carreira...)
9. Divisão errada de trabalho (Wanda sobrecarregada etc.)
10. Responsabilidades pouco claras no fluxo (matérias são reabertas fora de controle. Quem aprova o quê?)
11. Fraco aproveitamento e pouca frequência de reunião de idéias.
12. Inexistência de um bom aprofundamento das idéias na reunião de pauta.
13. Falta reunião de crítica.
14. Falta cultura científica.



Ações para treinamento e desenvolvimento da equipe

Depois de analisar os pontos fracos da equipe e a folha de avaliação de cada jornalista, identifique as necessidades de treinamento da equipe como conjunto e de cada jornalista que necessite de programas individuais.

Treinamento e desenvolvimento:

1. Infografia:
 - Workshop conduzido por Flávio Dieguez com a assistência de Luiz Iria, a partir do modelo de Jeff Goertzen: das 10h00 às 13h00, nas manhãs de 10 e 11 de abril. Custo: 0.
 - Propor à Direção Editorial a vinda de Nigel Holmes e Miguel Urabayen.
 - Enviar Flávio Dieguez a Paris para estagiar na France Press, excelente fonte de infografia, com know how que vale conhecer. Contatos: Pedro de Souza e Carlos Muto, argentino que dirige o departamento de infografia lá, reconhecido como um dos melhores do mundo. Custo: a estimar.
2. Oficina literária. José Miguel Wisnik é o melhor nome, provavelmente. A idéia é fazer um programa curto para trabalhar a criatividade no texto, com exercícios. Custo: a estimar.
3. Na próxima vinda do Richard Wilde, os jornalistas de texto da SUPER teriam grande proveito fazendo o curso de criatividade pelos desenhos. Brincar com desenho é crucial para o texto da SUPER.
4. Navegando pela Internet. Workshop conduzido por Ricardo Balbachevsky, um dia todo, para a redação, no dia 21 de fevereiro. Programa de dia todo, em dois períodos. Das 10h00 às 12h00 e das 14h00 às 18h00. Custo: 0.
5. Curso: Uma história da ciência e a expansão de seus limites. Programa a definir.
6. Enviar André Singer para o Curso de Stanford, em julho. Custo: 6 500,00 dólares.

Ações para melhorar o fluxo:

1. Aperfeiçoar a planilha: as etapas *pauta detalhada* e *pré-paginação* passam a ser uma só (as duas coisas são aprovadas num único momento), o que obriga a uma reunião entre arte e texto para pensar a matéria logo de saída. Isso se justifica para aproximar ainda mais texto e arte da concepção da matéria. (Ver os modelos, o velho e o novo, nos apêndices.)
2. Estabelecer responsabilidades:
 - A edição de página não deve mais ser alterada após a aprovação do redator-chefe e do diretor de arte.
 - Os tamanhos dos textos anotados na edição de página não podem ser mudados por acordos informais entre editor e diagramador. A edição de



página é um instrumento de trabalho que acompanha o fechamento da matéria até o redator-chefe e os números ali anotados para tamanho dos textos têm de valer.

- Aprovado o print final, um único ajuste que seja não pode ser feito sem aprovação do diretor de arte e do redator-chefe.
- 3. Reuniões de Crítica para 1997: ficam marcadas para as seguintes sextas-feiras, das 10h00 às 12h30, sala de reuniões: de 7 de março (com foco na infografia); 9 de maio (com foco no texto); 11 de julho (com foco no fluxo); 12 de setembro (com foco no texto).
- 4. Reuniões de idéias: marcadas para as seguintes quartas, das 10h00 às 12h30, também sala de reuniões: 22 de janeiro, 19 de março, 4 de junho, 20 de agosto e 29 de outubro.
- 5. As reuniões semanais, além da checagem dos prazos, espelhos e recursos, podem enfatizar os conteúdos mas sem, de modo nenhum, ultrapassar 45 minutos de duração. Devem comparecer a elas o redator-chefe, o diretor de arte, o chefe de arte e os editores. Atrasos e faltas serão anotados.
- 6. Uma vez por mês, a reunião semanal se converte em reunião de pauta, com duas horas de duração e a presença de toda a redação. Nesta reunião, a pauta de cada edição, e de cada matéria, é aprofundada por todo o grupo. Aqui também devemos atentar para que a equipe saia da redação, buscando pautas que destaquem o exercício da reportagem. Ficam definidas as seguintes datas: 29/01, 26/02, 26/03, 30/04, 28/05, 25/06, 30/07, 27/08, 24/09 e 05/11.
- 7. Atenção para o *feedback*. É essencial que na aprovação de cada etapa da matéria seja discutido o conteúdo do que se aprovou. Esse feedback deve ser dado pelo redator-chefe e pelo diretor de arte. Uma das razões importantes da adoção da planilha de prazos é exatamente criar a oportunidade para que a evolução do trabalho seja avaliada e para que os envolvidos estejam em constante aprendizado e formação.
- 8. O diretor de redação deve estar atento ao seguinte desafio: delegar mais e centralizar menos, participando como orientador e condutor, mas não como fazedor em lugar dos outros membros da equipe.

APÊNDICES



A. Histórico Editorial

Releia o histórico do plano anterior e acrescente pontos importantes ocorridos durante o ano de 1995.



Histórico editorial:

A SUPER foi lançada nas bancas em outubro de 1987, a partir de um contrato de licença de marca com o grupo alemão G+J, proprietário da PM alemã. Para o lançamento foi constituída uma sociedade entre o Dr. Roberto Civita e Carlos Civita. A cada um pertence 50% do negócio. Em 1996, para melhor controle do negócio e por motivos de natureza fiscal, uma editora foi especialmente criada para a SUPER: a Novo Continente. Não obstante, a SUPER continuou circulando com a arvorezinha da Abril.

Um mês antes do lançamento propriamente dito, circulou uma edição reduzida dentro de outras revistas da Abril. Essa amostra já foi suficiente para que muita gente entrasse em contato com a Abril interessadas em assinar a nova revista, mostrando uma grande demanda pelo assunto no mercado. Os 150 000 exemplares da primeira edição esgotaram em três dias. Com a distribuição de uma segunda tiragem, a venda atingiu 180 000. Já em 1988 a SUPER lançou sua primeira especial (*veja lista de especiais a seguir*).

A circulação cresceu gradualmente até 1989, quando chegou a 385 000, dos quais 172 000 eram assinaturas. Nos dois anos seguintes a venda da revista (bancas mais assinaturas) conseguiu se manter acima de 320 000.

Em 1989 os computadores chegaram à redação. A SUPER foi a primeira publicação da Abril a ser feita em computador — a primeira edição dessa nova era saiu em fevereiro de 1990. Foi também em 1990 que tomou-se a decisão de torná-la mais influente. A revista passou a dar mais cobertura para a pesquisa brasileira, em instituições e empresas. O primeiro reconhecimento importante veio com o Prêmio José Reis de Divulgação Científica, modalidade Instituição, concedido pelo CNPq em 1991, e o Prêmio Esso logo depois (*veja lista de prêmios a seguir*).

Em 1992 vieram algumas mudanças gráficas, com pequenas alterações de fios, retrancas e colunagem. O mesmo aconteceu em setembro de 1993, quando a seção *Perguntas superintrigantes* deixou de ter fotos e infográficos, ganhou vinhetas frias e passou para o final da revista. Em 1991, a média da circulação mensal marcou 78 100 em bancas e 202 600 em assinaturas e em 1993, 45 400 em bancas e 253 300 assinaturas. O circulação cresceu, mesmo o preço de capa tendo subido de 2,20 dólares para 3,50 em 1992.

Em maio de 1994, Eugênio Bucci assumiu a direção de redação, substituindo a Almyr Gajardoni que estava na função desde o lançamento da revista. Em setembro, a revista patrocinou a vinda para o Brasil de John Maddox, editor da revista inglesa *Nature*. Além de uma palestra na USP, Maddox visitou a redação da SUPER e conversou com a equipe durante duas horas. Mais e mais, a SUPER



procura aprender com a experiência das melhores publicações científicas do mundo.

Com a mudança na direção, iniciou-se uma série de reformulações editoriais. Em novembro, a revista passou a circular com um novo projeto gráfico, desenhado pela redação, com orientação do Celso Nucci e do consultor Jan White. Textos mais retrancados, valorização da linguagem visual, mais infográficos. As páginas ganharam ainda mais uniformidade e padronização de tipos e colunas. Desapareceu o *Próxima edição*, e a seção *Superbit* deu lugar a *Supermultimídia*, muito mais interativa e abrangendo várias mídias (livros, vídeos, Internet, CD-Rom, etc.). Ainda em 1994 abriu-se muito mais espaço para que o leitor entrasse na revista. A seção *Cartas* passou de duas para quatro páginas, incorporando o uso de fotos e imagens. *Perguntas superintrigantes* voltou para o início da revista, ganhando cara nova, melhor acabamento visual e infografia. Além disso, de duas páginas por edição, saltou para seis. (Ver adiante Dados tipográficos do projeto adotado em novembro de 1994.)

O leitor gostou: o número de cartas recebidas pela redação passou de 400 por mês, até outubro de 1994, para 2 800 em março de 1995. (Em julho de 1995 abrimos um e-mail na Internet e temos recebido cerca de 25 mensagens por dia, além das mais de 800 ligações mensais.)

Em 1994 a venda em banca registrou uma média de 56 100 exemplares e em 1995 a média foi de 83 800. Com a edição de agosto de 1995 ultrapassamos a marca dos 100 000 exemplares vendidos em banca. A carteira de assinantes fechou o ano de 1994 em 284 800. Em junho de 1995, batemos a marca de 309 000 assinantes. O assinante número 300 000 foi premiado com uma viagem a bordo do transatlântico Marco Polo para ver um eclipse total cruzando o mar do Sul da China. Em agosto de 1995, com 320 000 assinantes e mais de 100 000 exemplares de venda em banca, a SUPER comemorou o feito de se tornar a revista mais vendida entre todas as que pertencem ao grupo iniciado pela PM alemã da G+J. Desse grupo fazem parte as edições espanhola (*Muy Interesante*), inglesa (*Foccus*), italiana (*Foccus*), francesa (*Ça m'intéresse*), além das *Muy* da América Latina, a mexicana, a colombiana e a argentina.

Em março de 1996 a SUPER recebeu dois prêmios Abril referentes ao ano de 1995, um de capa e outro de beleza (veja a lista). O de capa teve um sabor especial: a moldura vermelha, que sempre havia sido encarada como um fator de cerceamento das imagens de capa, passou a ser um elemento a favor na criação de quadros originais e desconcertantes. A capa premiada, Zumbi, da edição de novembro de 1995, é um claro exemplo dessa tendência. Em junho de 1996, a revista passou a fazer edições experimentais



de sua página na Internet, dentro do Brasil On-line, com as matérias que saem na revista, além de notícias e perguntas inéditas. Para a execução do projeto, foi destacado Ricardo Balbachevsky Setti, da redação da SUPER. A média de acesso era de 6 000 por dia em setembro.

De 30 de setembro a 01 de outubro de 1996 em Madri, Espanha realizou-se a "Convenção Internacional Iberoamericana Licencias Muy Interesante", coordenada por Carsten Moser, conselheiro delegado da G+J. Da SUPER, participaram Eugênio Bucci, diretor de redação, e Nicolino Spina, diretor da Unidade Operacional Masculinas. Nessa convenção foram tomadas decisões importantes. A principal delas é que, a partir de janeiro de 1997, a revista está liberada do acordo Flórida. Segundo aquele acordo, firmado na Flórida em fevereiro de 1993, a SUPER era obrigada a pagar a G+J uma quantia mensal referente ao rateio de custos editoriais das matérias da Muy espanhola para o mercado latino-americano. Como a edição brasileira pouco se valia dessas matérias, entendeu-se que ela poderia estar à parte do acordo. O que nos representará uma economia da ordem de 60 000 dólares anuais.

Outras duas decisões merecem registro. Primeira: a partir de outubro de 1996, a SUPER poderá vender matérias para revistas do exterior, como a colombiana *Descobrir*, sem ter que pagar uma comissão de 50% a G+J. Segunda: foi concedida uma permissão oficial para que a revista tenha sua página no Brasil On-line, o que nos libera para uma efetivação da nossa bem sucedida página na Internet.



Prêmio recebidos pela SUPER

Associação Brasileira de Medicina em Grupo
conjunto do trabalho (1990)

Prêmio José Reis de Divulgação Científica
conjunto da revista (1991)

Esso de divulgação científica

matéria: O Brasil vai à mesa e Aprendendo a comer (jun. e jul. de 1991)

Prêmio Volvo de Segurança no Trânsito

matéria: De louco todo mundo tem um pouco (nov. e dez. de 1992)

Associação Brasileira das Indústrias de Café

matéria: Santo cafezinho (ago. 94)

Prêmio Abril de Jornalismo

matérias: Cuidado! Olha a cobra (nov. 1987)

Um gene contra o câncer (JUL. 1989)

As cordiais acrobacias dos muriquis (nov. 1990)

A ameaça dos radicais (nov. 1990)

Nanotecnologia - no coração da matéria (mai. 1992)

Encolhi o gordinho (out. 1995)

capa: Zumbi (nov. 1995)

Além dos prêmios, a revista recebeu 33 destaques.



Relação de edições especiais e pôsteres

- Assim será nossa vida no futuro (nov. 1988)
venda: 91 100 exemplares
- 150 anos de fotografia (mar. 1989)
venda: 120 300 exemplares
- Endereço completo da Terra - pôster (mai. 1989)
venda: 53 200 exemplares
- A revolução da Burguesia (jun. 1989)
venda: 148 200 exemplares
- A leitura do céu (jul. 1989)
venda: 90 700 exemplares
- O mundo encantado do computador (set. 1989)
venda: 34 000 exemplares
- Relatividade - pôster (jan. 1990)
venda: 25 900 exemplares
- A natureza ameaçada (mai. 1990)
venda: 73 000 exemplares
- Einstein - pôster (jun. 1990)
venda: 11 400 exemplares
- Radiografia da Terra - pôster (set. 1990)
venda: 45 600 exemplares
- A modernização do Brasil (out. 1990)
venda: 60 500 exemplares
- Fotos especiais (dez. 1990, relançada em jan. 1991)
venda: 70 900 exemplares
- Vida e morte dos dinossauros - pôster (mar. 1991)
venda: 36 300 exemplares

SuperJovem

- Que revista é essa? (nov. 1990)
venda: 58 500 exemplares
- Os senhores da Terra (ago. 1991)
venda: 29 400 exemplares
- O batismo de fogo dos mergulhadores (set. 1991)
venda: 20 000 exemplares

SuperJogos

- Chamada de capa: dados (agosto 1990)
venda: 68 600 exemplares
- Chamada de capa: cartas (janeiro 1991)
venda: 58 750 exemplares
- Chamada de capa: cofrinhos (maio 1991)
venda: 56 600 exemplares



Chamada de capa: dominó (setembro 1991)

venda: 36 700 exemplares

Chamada de capa: sinuca (janeiro 1992)

venda: 23 390 exemplares

Chamada de capa: xadrez (abril 1994)

venda: 34 570 exemplares



Dados tipográficos do projeto adotado em novembro de 1994:

(Os espaços não preenchidos indicam que deve-se adotar o padrão Normal ou Automático do Quark.)

	fonte	corpo / pts.	entrelinha	alinhamento	caixa	cor
MATÉRIA						
linha abertura	chicago	10			all caps	
retranca contin.	chicago	7			all caps	
título	franklin gothic heavy	60 a 120				
olho	century light italic	14	16	esquerda		
assinatura	franklin gothic heavy	10	12,5	esquerda	small caps	
texto	century light	10,3	12,5	justificado		
capítulo	franklin gothic heavy	47 (3 linhas)		justificado	all caps	40% preto
título continuação	franklin gothic heavy	22	22	esquerda		
intertítulo	franklin gothic heavy	12	12	esquerda		
INFOGRÁFICO						
título 1	franklin gothic condensed	12	12	esquerda		
olho 1	franklin gothic book oblique	9,5	9,5	esquerda		
título 2	franklin gothic condensed	16	16	esquerda		
olho 2	franklin gothic book oblique	11	11	esquerda		
título 3	franklin gothic condensed	20	20	esquerda		
olho 3	franklin gothic book oblique	13	13	esquerda		
título 4	franklin gothic condensed	26	26	esquerda		
título 5	franklin gothic condensed	30	30	esquerda		
texto	franklin gothic book	8,5	10	esquerda		
texto vazado	franklin gothic demi	8,5	10	esquerda		
MAPA						
cidades	franklin gothic condensed	9	10			
estados	franklin gothic condensed	9	10		all caps	
mares	franklin gothic book oblique	9	10			azul
oceanos	franklin gothic book oblique	9	10		all caps	
país / continente	franklin gothic condensed	12	12		all caps	
BOX						
título 1	franklin gothic heavy	12	12	esquerda		
olho 1	franklin gothic book oblique	10	10	esquerda		
título 2	franklin gothic heavy	16	16	esquerda		
olho 2	franklin gothic book oblique	11	11	esquerda		
título 3	franklin gothic heavy	20	20	esquerda		
olho 3	franklin gothic book oblique	13	13	esquerda		
título 4	franklin gothic heavy	26	26	esquerda		
título 5	franklin gothic heavy	30	30	esquerda		
texto	franklin gothic book	9	11	esquerda		
texto vazado	franklin gothic demi	9	11	esquerda		
LEGENDA	franklin gothic demi	9	10	esquerda		
CRÉDITO	franklin gothic book	5	5		all caps	
PARA SABER MAIS						
título	franklin gothic heavy	12	auto	centralizado	all caps	
texto	franklin gothic book	7,5	9	justificado		
texto destaque	franklin gothic demi	7,5	9	justificado		



SEÇÕES	fonte	corpo - pts.	entrelinha	alinhamento	caixa	cor
retranca	chicago	6				
títulos Notícias, Supermultimídia e Cartas	franklin gothic heavy	14	14	esquerda	all caps	
tít. Falhas Novas	franklin gothic heavy	12	12	esquerda		
título Perguntas	franklin gothic heavy	20	20	esquerda		
título Dois mais dois, Universo e Superdivertido	franklin gothic heavy	24	24	esquerda		
olho	century ligth bold	16	20	direita		
pulela	franklin gothic heavy	10	15	esquerda		azul
capítulo	franklin gothic heavy	28 (2 linhas)	duas linhas	justificado	all caps	40% preto
texto	century ligth	9,5	12,5	justificado		
texto Multimídia	century ligth	9,5	12,5	esquerda		
texto Multim. inf.	century ligth italic	9,5	12,5	esquerda		
texto Multimídia e Notícias vazado	franklin gothic demi	9	11	esquerda		
texto box com fio Multimídia e Notícias	franklin gothic demi	10	20	justificado		
EPIGRAFE						
texto	century ligth italic	8,5	9			
assinatura	century ligth	8,5	9			

CORES	ciano %	magenta %	amarelo %	preto %
vermelho		100	100	20
azul	100	60		20
amarelo		10	100	10
verde	80		100	15
marrom	10	60	60	15
cinza				40
areia			20	20
rosa		20	15	5
laranja		50	100	

FIOS	pontos	ciano %	magenta %	amarelo %	preto %
box	2				
divisão endereços	2		100	100	20
divisão perguntas	0,5				100

SINALIZAÇÃO	forma	fonte	corpo	tamanho	cor
Matérias e seções	quadrado			2,2 x 2,2 mm	40% preto
Notícias	bolinha			2,2 x 2,2 mm	vinheta
numeração	quadrado	franklin gothic condensed vazado	7,5	3,5 x 3,5 mm	vermelho



B. Dados do Leitor



Dados do Leitor

Perfil básico:

Analise o perfil básico do leitor em **1995** (fonte Marplan), compare com os anos anteriores e, se houver alguma alteração importante, faça sua análise. Acrescente dados de outras pesquisas, se houver.

- 55% são do sexo masculino (sem alterações significativas nos últimos 4 anos)
- 30% Classe A, 38% Classe B, 26% Classe C, 6% Classe D e 0% Classe E. (Crescemos, em relação ao ano anterior, 1% na Classe A, caímos 3% na B, crescemos 4% na C, caímos 1% na D e, zeramos na E.)
- 21% entre 15 e 19 anos, 39% entre 20 e 29, 22% entre 30 e 39, 12% entre 40 e 49, e 7% entre 50 e 65. (Nós estamos ganhando, nos últimos 5 anos, mais leitores entre 30 e 39 anos. Tínhamos 13% em 1990, e temos 22% agora. Outro dado: os leitores entre 15 e 19 anos eram 24% no ano passado; agora são 21%. O dado é que o leitor de SUPER, ao menos pelo Marplan, vai ficando mais velho, enquanto a revista fica mais jovem editorialmente.)
- 61% de solteiros, 33% de casados e 7% de "outros". (Os solteiros caem 3 pontos.)
- 41% de nível superior, 46% colegial, 10% ginásial e 3% primário. (Sem alterações importantes. Leve elevação no nível superior.)

fonte: pesquisa *Marplan*

Atenção: Os números acima diferem ligeiramente de outras tabelas publicadas nestes Apêndices, no ponto D (Informações Comerciais). Isto porque os números acima referem-se a nove mercados: Grande SP, Grande RJ, Grande Porto Alegre, Grande Recife, Grande BH, Grande Salvador, Grande Curitiba, Grande Fortaleza e Brasília. A faixa etária vai de 15 a 65 anos. Quanto à tabela sobre Informações Comerciais, refere-se a 10 mercados (entra a Grande Florianópolis) e a faixa etária vai de 10 a 65.

Há ainda outras pesquisas a citar:

Pesquisa de Mercado

Avaliação Editorial

Novembro de 1995

Metodologia:



- Projeto foi desenvolvido por abordagem qualitativa. Técnica de Discussões em Grupo. Foram pesquisadas três praças: São Paulo, Rio de Janeiro e Porto Alegre. Total de grupos: 15.
- A amostra:
 - . leitores de Superinteressante;
 - . assinantes e compradores em bancas;
 - . ambos os sexos;
 - . faixas etárias: 13 a 16 anos; 18 a 23 anos; 25 a 33 anos.
 - . classe social: A/ B (critério ABA/ ABIPEME)
- Os grupos foram conduzidos adotando-se os seguintes procedimentos:
- levantamento espontâneo das áreas de interesse;
- detalhamento dos itens através de manuseio de revistas nos grupos.

Principais conclusões:

- O leitor não é aquele garoto chato e de óculos tipo "geninho". É curioso e valoriza qualidades como inteligência, cultura, sucesso pessoal e profissional, além de flexibilidade.
- De um modo geral, os entrevistados têm o costume de colecionar a SUPER.
- Para o leitor, o caráter científico é bastante forte, destacando a credibilidade e seriedade da revista.
- De textos curtos os leitores gostam muito, é um ponto muito valorizado. Para eles, a SUPER simplifica e traduz assuntos complicados.
- Infográficos são lidos e entendidos antes dos textos.
- A subseção Falhas Nossas é muito importante e aumenta a credibilidade da revista.
- Os leitores esperam que a SUPER sempre se renove, mas sem perder sua identidade.
- As mudanças trazidas pelo novo projeto de novembro de 1994 foram bem avaliadas. Segundo os grupos, elas vieram para melhorar. Observa-se um alto nível de satisfação com a linguagem mais simples e atraente ("antes era muito científica"), textos mais compactos, mais fotos, fotos maiores, visual mais moderno.
- Importante ressaltar: o envolvimento com a revista é tão grande que os leitores têm dificuldades de expressar queixas e críticas.
- Para os grupos, a revista faz com que o leitor se sinta inteligente, atualizado, curioso e além disso diferenciado: "A pessoa tem que ter uma certa base para ler a SUPER".
- Para eles, ela tem imparcialidade, seriedade e rigor científico sem ser "chata".
- Principais frases:
 - "Superinteressante é muito mais que superinteressante."
 - "Dá pra entender tudo."
 - "Fala de coisas difíceis de um jeito que todo mundo entende."



"Os esqueminhas, figurinhas, conseguem transformar coisas complicadas em coisas simples."

"Superinteressante não é rotina, é coisa que se destaca."

"Comparar Superinteressante e Globo Ciência é comparar BMW e Fusca"

"Superinteressante é só ler a primeira vez que vai ler sempre."

"Gosto tanto de Superinteressante que colocar defeito é difícil."

Pesquisa Datafolha

Leitor de Superinteressante

Levantamento entre abril e maio de 1996

Metodologia:

- Pesquisa quantitativa, com abordagem telefônica e aplicação pessoal de questionário.
- Universo: leitores de Superinteressante, com idade entre 13 a 33 anos (assinantes) e 13 a 45 anos (comprador em banca); pertencentes às classes AB(Aba); residentes em São Paulo (capital).
- Amostra:
- 600 entrevistas, 420 delas com assinantes e 180 com compradores em bancas.
- Plano de Amostragem:
- Sorteio aleatório, com base em cadastro de assinantes de Superinteressante e em lista telefônica do município para o comprador em banca;
- Aplicação de filtros: idade, classe e número de edições compradas nos últimos 6 meses.

Alguns resultados:

- O leitor da SUPER:

é homem: 58%.

é mulher: 42%.

Solteiro em sua grande maioria: 37% entre 13 e 17 anos, 28% de 18 a 24 anos e 28% de 25 a 33 anos.

tem em média 22 anos.

- 70% estão estudando atualmente.
- 26% estão cursando o 2º grau, 20% a faculdade.
- Cerca de 49% trabalham.
- O leitor de SUPER é curioso, interessado e quer ser atualizado.
- Em casa, o leitor tem por hábito primeiramente ouvir música. Depois, ler revista e assistir TV.
- 11% dos entrevistados vão ao cinema e 5% vão ao teatro.
- 74% praticam esporte. Os esportes preferidos: futebol, natação, vôlei.
- 37% possuem TV por assinatura.
- 83% costumam ler jornais.



- Sobre anúncios de sexo, eles dizem que não combina com a revista, que existem revistas específicas.

A pesquisa mostra um altíssimo grau de satisfação do leitor com Superinteressante. Além de praticamente todos (99%, marca raríssima) avaliarem como ótima ou boa — principalmente pela variedade e linguagem acessível —, a SUPER tem uma imagem fortemente positiva tanto em relação ao conteúdo quanto ao visual gráfico.

PERFIL DOS LEITORES - EDITORA ABRIL

TÍTULOS	TOTAL AMBOS SEXOS	HOM %	MULH %	TOTAL AMBOS SEXOS	CLASSE (%)					IDADE (%)					ESTADO CIVIL (%)			INSTRUÇÃO (%)				
					A	B	C	D	E	15/19	20/29	30/39	40/49	50/65	SOLT	CAS.	OUT	SUP	COL	GIN	PRIM	
POPULAÇÃO VEJA SUPER A & CONS EXAME INF. EXAME	(EM MIL) 25.925 4.476 1.196 379 410 539	47 48 55 51 64 64	53 52 45 49 36 36	25.925 4.476 1.196 379 410 539	B 24 30 31 36 28	21 33 38 38 39 35	38 31 26 26 18 29	30 12 6 5 5 7	3 1 0 0 0 0	13 14 21 8 8 15	28 33 39 41 40 40	26 25 22 25 29 26	17 15 12 17 15 12	15 13 7 9 9 6		38 47 61 51 50 58	53 45 33 44 45 36	9 8 7 5 5 6	13 31 41 53 56 43	30 40 46 35 30 41	29 19 10 7 10 11	25 10 3 5 4 4
TÍTULOS	TOTAL AMBOS SEXOS	HOM %	MULH %	TOTAL AMBOS SEXOS	MULH POR CLASSE (%)					MULH POR IDADE (%)					MULH E CIVIL (%)			MULH INSTRUÇÃO (%)				
					A	B	C	D	E	15/19	20/29	30/39	40/49	50/65	SOLT	CAS	OUT	SUP	COL	GIN	PRIM	
POPULAÇÃO ELLE CLAUDIA CAPRICHIO MANEQUIM NOVA C. CLAUDIA	(EM MIL) 25.925 342 1.904 1.648 1.459 1.370 617	47 27 18 18 11 17 27	53 73 82 82 89 93 73	13.712 250 1.564 1.357 1.305 1.138 453	B 36 22 17 16 22 29	20 32 35 30 29 36 35	39 26 31 36 38 31 27	31 6 12 17 15 10 7	3 1 1 1 1 0 1	13 21 13 36 12 17 9	28 40 31 31 32 37 31	25 19 25 15 25 25 30	17 14 18 12 17 13 15	17 6 12 6 14 8 12		34 54 41 60 41 50 37	54 35 47 32 47 38 52	12 8 12 8 12 11 11	12 40 28 15 20 32 38	30 37 41 47 43 44 39	29 17 21 29 24 19 16	26 6 10 6 12 5 8
TÍTULOS	TOTAL AMBOS SEXOS	HOM %	MULH %	TOTAL AMBOS SEXOS	HOM POR CLASSE (%)					HOM POR IDADE (%)					HOM E CIVIL (%)			HOM INSTRUÇÃO (%)				
					A	B	C	D	E	15/19	20/29	30/39	40/49	50/65	SOLT	CAS	OUT	SUP	COL	GIN	PRIM	
POPULAÇÃO PLAYBOY Q. RODAS PLACAR	(EM MIL) 25.925 2.579 1.673 1.378	47 77 80 85	53 23 20 15	12.213 1.997 1.343 1.170	B 9 16 23 14	21 27 35 29	37 36 33 37	29 19 8 19	3 1 1 1	14 19 22 25	29 43 38 37	25 23 23 21	17 10 11 11	15 6 6 6		43 61 61 61	52 35 37 36	4 4 3 3	13 20 25 15	31 40 46 23 46 31	30 29 23 31	23 10 5 8

NOTA: PESQUISA DE MÍDIA ABRIL

FONTE: PESQUISA DE MÍDIA ABRIL

MARPLAN 95 - 9 MERCADOS

Gde São Paulo, Gde Rio de Janeiro, Gde Porto Alegre, Gde Recife, Gde Belo Horizonte, Gde Salvador, Gde Curitiba, Gde Fortaleza e Brasília.
Faixa Etária dos 15 aos 55 anos

PERFIL DOS LEITORES - EDITORA AZUL

TÍTULOS	TOTAL AMBOS SEXOS	HOM %	MULH %	TOTAL AMBOS SEXOS	CLASSE (%)					IDADE (%)					ESTADO CIVIL (%)			INSTRUÇÃO (%)			
					A	B	C	D	E	15/19	20/29	30/39	40/49	50/65	SOLT	CAS	OUT	SUP.	COL	GIN	PRIM
POPULAÇÃO CAMINHOS TERRA INTERVIEW SET	(EM MIL) 25.925 207 261 281	47 58 52 66	53 42 48 34	25.925 207 261 281	8 31 39 23	21 43 33 37	38 21 23 30	30 5 5 8	3 0 0 0	13 14 16 25	28 37 46 47	26 29 26 20	17 10 7 5	16 10 5 3	38 55 70 74	53 38 25 22	9 7 4 4	13 46 49 35	30 40 41 45	29 8 9 16	25 6 1 3
TÍTULOS	TOTAL AMBOS SEXOS	HOM %	MULH %	TOTAL MULH	MULH. POR CLASSE (%)					MULH. POR IDADE (%)					MULH. E CIVIL (%)			MULH. INSTRUÇÃO (%)			
					A	B	C	D	E	15/19	20/29	30/39	40/49	50/65	SOLT	CAS	OUT	SUP.	COL	GIN	PRIM
POPULAÇÃO BOA FORMA CARICIA CONTIGO HORÓSCOPO SAÚDE	(EM MIL) 25.925 1.054 1.390 1.471 1.179 666	47 26 14 26 23 31	53 74 86 74 77 69	13.712 779 1.193 1.090 949 391	8 22 7 9 5 19	20 37 22 26 19 30	39 30 46 43 44 31	31 10 24 21 30 18	3 0 1 2 2 1	13 26 40 17 38 13	28 41 30 33 33 33	26 18 16 25 16 27	17 11 11 14 9 16	17 5 4 11 5 11	34 61 61 41 58 39	54 33 32 48 33 50	12 6 7 11 9 12	12 30 7 12 4 27	30 45 45 34 38 35	29 19 39 37 42 24	26 5 5 10 17 13
TÍTULOS	TOTAL AMBOS SEXOS	HOM %	MULH %	TOTAL HOM	HOM. POR CLASSE (%)					HOM. POR IDADE (%)					HOM. E CIVIL (%)			HOM. INSTRUÇÃO (%)			
					A	B	C	D	E	15/19	20/29	30/39	40/49	50/65	SOLT	CAS	OUT	SUP.	COL	GIN	PRIM
POPULAÇÃO AÇÃO GAMES BIZZ FLUIR	(EM MIL) 25.925 288 407 666	47 79 66 73	53 21 34 27	12.213 227 269 415	9 12 18 20	21 31 40 36	37 40 29 33	29 16 12 9	3 1 0 0	14 56 32 42	28 27 53 48	26 10 13 5	17 5 2 3	15 2 0 0	43 80 87 85	52 18 11 13	4 1 3 2	13 11 24 17	31 47 54 56	30 37 20 25	23 4 1 1

FONTE: PESQUISA DE MÍDIA ABRIL
MARPLAN 95 - 9 MERCADOS
Gde São Paulo, Gde Rio de Janeiro, Gde Porto Alegre, Gde Recife, Gde Belo Horizonte, Gde Salvador, Gde Curitiba, Gde Fortaleza e Brasília.
Faixa Etária dos 15 aos 65 anos

PERFIL DOS LEITORES - CONCORRÊNCIA

TÍTULOS	TOTAL AMBOS SEXOS	HOM %	MULH %	TOTAL AMBOS SEXOS	CLASSE (%)					IDADE (%)					ESTADO CIVIL (%)		INSTRUÇÃO (%)				
					A	B	C	D	E	15/19	20/29	30/39	40/49	50/65	SOLT	CAS.	OUT	SUP	COL	GIN	PRIM
POPULAÇÃO ISTO É MANCHETE GLOBO CIÊNCIA PC WORLD PEQ. EMPR. GOES NEG	(EM MIL) 25.925 1.549 773 808 149 797	47 52 47 55 76 62	53 48 53 45 24 38	25.925 1.549 773 808 149 797	6 23 18 21 34 23	21 35 31 35 41 34	19 32 33 29 23 32	30 10 17 15 2 11	3 1 1 1 0 1	13 14 11 22 21 8	28 31 30 31 44 35	26 28 30 25 26 33	17 16 16 13 7 16	16 11 12 9 2 8	38 49 42 55 68 42	53 42 49 39 29 50	9 9 8 6 3 8	13 34 24 31 54 35	30 41 39 42 39 40	29 19 24 20 5 18	25 6 12 7 1 7
POPULAÇÃO M. CLARE CRIATIVA M. MOLDES FAÇA FACIL DESFILE	(EM MIL) 25.925 1.278 1.345 1.610 1.066 492	47 18 15 9 16 12	53 82 85 91 84 88	13.712 1.054 1.148 1.450 912 432	6 23 15 11 14 22	20 34 34 27 32 37	39 33 36 41 39 30	31 10 14 19 15 10	3 0 1 1 1 1	13 16 15 16 12 11	28 33 34 34 29 28	26 24 25 24 27 29	17 17 15 15 18 20	17 10 10 12 14 14	34 47 43 43 37 38	54 42 45 47 52 48	12 11 11 10 11 14	12 30 21 16 20 28	30 44 44 43 44 41	29 19 26 28 25 23	26 7 8 12 10 7
TÍTULOS	TOTAL AMBOS SEXOS	HOM %	MULH %	TOTAL AMBOS SEXOS	HOM. POR CLASSE (%)					HOM. POR IDADE (%)					HOM. E. CIVIL (%)		HOM. INSTRUÇÃO (%)				
					A	B	C	D	E	15/19	20/29	30/39	40/49	50/65	SOLT	CAS	OUT	SUP	COL	GIN	PRIM
POPULAÇÃO AUTO ESPORTE ELE ELA	(EM MIL) 25.925 170 730	47 86 73	53 14 27	12.213 146 537	9 24 16	21 30 29	37 33 38	29 11 16	3 2 2	14 25 16	29 38 40	26 23 26	17 10 13	15 5 5	43 64 60	52 31 36	4 5 4	13 26 19	31 38 42	30 29 30	23 7 9

FONTE: PESQUISA DE MIOIA ABRIL
MARPLAN 95 - 9 MERCADOS
Gde São Paulo, Gde Rio de Janeiro, Gde Porto Alegre, Gde Recife, Gde Belo Horizonte, Gde Salvador, Gde Curitiba, Gde Fortaleza e Brasília.
Faixa Etária dos 15 aos 65 anos

COMPARATIVO DO PERFIL DOS LEITORES: 1990 A 1995

ANO	TÍTULOS	TOTAL AMBOS SEXOS	HQM. %	MULH. %	TOTAL AMBOS SEXOS	CLASSE (%)					IDADE (%)					ESTADO CIVIL (%)			INSTRUÇÃO (%)				
						A	B	C	D	E	15/19	20/29	30/39	40/49	50/55	SOLT.	CAS.	OUT.	SUP.	COL.	GRN.	PRIM.	
1990	POPULAÇÃO	25.215	48	52	25.215	9	19	34	33	5	16	32	22	15	15		42	51	7	14	28	28	30
1991	POPULAÇÃO	25.820	48	52	25.820	7	20	36	33	4	17	32	21	15	15		42	51	7	13	29	28	30
1992	POPULAÇÃO	22.669	48	52	22.669	8	21	38	30	4	17	32	21	15	15		45	48	7	16	30	29	28
1993	POPULAÇÃO	23.152	48	52	23.152	9	21	37	30	4	17	32	21	15	15		44	49	7	14	31	28	29
1994	POPULAÇÃO	24.756	47	53	24.756	8	20	38	31	3	14	28	25	17	16		39	55	8	13	30	30	28
1995	POPULAÇÃO	25.925	47	53	25.925	8	21	36	30	3	13	28	26	17	16		38	53	9	13	30	29	25
1990	VEJA	3.675	51	49	3.675	32	31	26	10	1	17	36	21	10	11		50	45	5	38	38	16	8
1991	VEJA	3.988	51	49	3.988	23	36	27	12	1	18	35	21	14	8		56	39	5	35	41	17	8
1992	VEJA	4.162	51	49	4.162	26	34	30	10	1	18	36	21	13	10		55	38	6	36	39	17	8
1993	VEJA	3.950	50	50	3.950	28	34	28	9	1	16	37	20	15	10		54	40	6	37	40	17	7
1994	VEJA	4.174	49	51	4.174	25	34	30	10	1	16	35	26	15	11		48	45	7	34	39	19	8
1995	VEJA	4.476	48	52	4.476	24	33	31	12	1	14	33	26	15	13		47	45	8	31	40	19	10
1990	SUPER	1.067	58	42	1.067	34	36	25	8	-	27	46	13	10	4		70	26	4	46	43	10	2
1991	SUPER	1.112	57	43	1.112	24	43	25	8	-	30	43	14	8	4		72	25	3	40	47	11	3
1992	SUPER	1.035	60	40	1.035	28	39	25	8	-	28	44	16	8	3		73	23	4	40	48	10	2
1993	SUPER	971	59	41	971	28	39	27	5	-	28	42	15	10	5		69	27	4	39	46	13	2
1994	SUPER	962	60	40	962	29	41	22	7	1	24	39	21	11	5		64	31	4	40	45	12	2
1995	SUPER	1.196	55	45	1.196	30	38	26	6	0	21	39	22	12	7		61	33	7	41	48	10	3
1990	ARO & CONS.	331	51	49	331	42	32	19	6	1	13	43	27	11	5		52	45	3	54	32	11	3
1991	ARO & CONS.	329	56	44	329	28	36	26	0	1	15	43	22	14	6		54	40	6	49	33	10	8
1992	ARO & CONS.	337	52	48	337	25	44	23	0	1	15	48	21	10	8		60	37	3	48	37	12	5
1993	ARO & CONS.	393	60	40	393	32	36	24	5	-	12	41	26	14	8		62	42	6	53	32	10	6
1994	ARO & CONS.	462	56	44	462	32	38	24	8	-	9	34	33	15	10		44	50	6	46	34	13	7
1995	ARO & CONS.	379	51	49	379	31	38	26	5	0	8	41	25	17	9		51	44	5	53	35	7	5
1990	EXAME	329	59	41	329	41	34	18	5	2	14	45	18	15	8		-	-	-	55	36	8	2
1991	EXAME	360	61	39	360	32	41	21	5	1	13	44	24	13	6		55	40	5	56	32	8	4
1992	EXAME	372	62	38	372	33	33	27	7	1	11	42	26	14	5		65	40	4	53	33	10	4
1993	EXAME	382	65	35	382	38	32	25	4	-	15	42	24	12	8		68	36	6	55	32	9	4
1994	EXAME	438	66	34	438	36	37	18	8	-	12	37	23	24	8		62	41	7	62	31	10	6
1995	EXAME	410	64	36	410	38	39	18	5	0	8	40	29	15	9		60	45	5	56	30	10	4
1993	INF EXAME	340	69	31	340	33	40	22	6	-	18	46	18	12	5		63	31	6	55	32	10	4
1994	INF EXAME	414	74	26	414	32	39	25	4	-	16	38	28	10	7		66	38	6	52	35	10	3
1995	INF EXAME	539	64	39	539	28	36	29	7	0	15	40	26	12	6		68	36	6	43	41	11	4

Fonte: Pesquisa de Média Anual - Maranhão 95 - 9 Mercados

FONTE: PESQUISA DE MÍDIA ABRIL - MARPLAN 95 - 9 MERCADOS

Gde São Paulo, Gde Rio de Janeiro, Gde Porto Alegre, Gde Recife, Gde Belo Horizonte, Gde Salvador, Gde Curitiba, Gde Fortaleza e Brasília.
Faixa Etária dos 15 aos 65 anos

COMPARATIVO DO PERFIL DOS LEITORES: 1990 A 1995

ANO	TÍTULOS	TOTAL AMBOS SEXOS	HOM. %	MULH. %	TOTAL HOMENS (EM MIL.)	CLASSE (%)					IDADE (%)					ESTADO CIVIL (%)			INSTRUÇÃO (%)			
						A	B	C	D	E	15/19	20/29	30/39	40/49	50/65	SOLT.	CAS.	OUT.	SUP.	COL.	GIN.	PRIM.
1990	POPULAÇÃO	25.215	45	52	12.057	10	20	34	31	5	16	32	22	15	47	14	50	3	15	28	29	25
1991	POPULAÇÃO	25.820	45	52	12.391	8	20	35	32	4	17	32	21	15	14	47	50	3	14	29	30	26
1992	POPULAÇÃO	22.669	46	52	10.678	9	22	37	28	4	17	33	21	15	14	48	48	3	16	30	30	22
1993	POPULAÇÃO	23.152	46	52	11.104	10	21	37	29	3	17	35	21	15	14	49	45	3	16	31	30	21
1994	POPULAÇÃO	24.756	47	53	11.653	9	21	38	30	3	14	29	25	16	15	43	53	4	14	30	30	24
1995	POPULAÇÃO	25.925	47	53	12.213	9	21	37	29	3	14	29	26	17	15	43	52	4	13	31	30	23
1990	O. RODAS	1.264	80	20	1.011	30	33	26	10	1	25	40	19	10	6	60	37	3	32	42	21	5
1991	O. RODAS	1.380	83	17	1.148	24	37	29	10	1	27	39	19	10	5	63	34	3	29	45	21	5
1992	O. RODAS	1.426	83	17	1.180	24	39	29	7	1	29	40	17	10	5	65	31	4	27	46	22	4
1993	O. RODAS	1.279	83	17	1.058	25	35	32	8	1	27	39	17	11	6	66	32	2	26	45	23	6
1994	O. RODAS	1.268	83	17	1.048	24	39	26	10	1	23	36	24	12	6	59	36	4	29	44	22	5
1995	O. RODAS	1.673	80	20	1.343	23	35	33	8	1	22	38	23	11	6	61	37	3	25	46	23	5
1990	PLAYBOY	2.325	78	22	1.515	19	27	34	18	1	25	42	21	8	4	66	31	3	25	40	29	7
1991	PLAYBOY	2.420	80	20	1.930	16	29	34	19	2	27	43	18	8	4	67	29	4	20	41	30	8
1992	PLAYBOY	2.335	81	19	1.880	17	30	34	17	2	27	42	20	8	3	68	28	4	25	39	30	7
1993	PLAYBOY	2.153	81	19	1.735	19	26	33	19	1	25	44	18	9	4	68	28	4	22	42	27	8
1994	PLAYBOY	1.997	81	19	1.623	18	30	33	17	2	21	43	22	9	4	64	31	5	24	39	29	8
1995	PLAYBOY	2.579	77	23	1.997	16	27	36	19	1	19	43	23	10	6	61	35	4	20	40	29	10
1992	PLACAR	794	92	8	727	12	26	37	22	2	26	39	18	12	4	63	33	4	16	45	31	7
1993	PLACAR	836	91	9	762	14	24	40	20	2	27	40	19	11	3	65	32	3	15	42	33	9
1994	PLACAR	802	92	8	739	14	27	40	17	1	26	36	22	12	5	62	35	3	16	47	31	6
1995	PLACAR	1.378	85	15	1.170	14	29	37	19	1	25	37	21	11	6	61	36	3	15	46	31	8

FONTE: PESQUISA DE MÍDIA ABRIL - MARPLAN 95 - 9 MERCADOS

Gde São Paulo, Gde Rio de Janeiro, Gde Porto Alegre, Gde Recife, Gde Belo Horizonte, Gde Salvador, Gde Curitiba, Gde Fortaleza e Brasília.

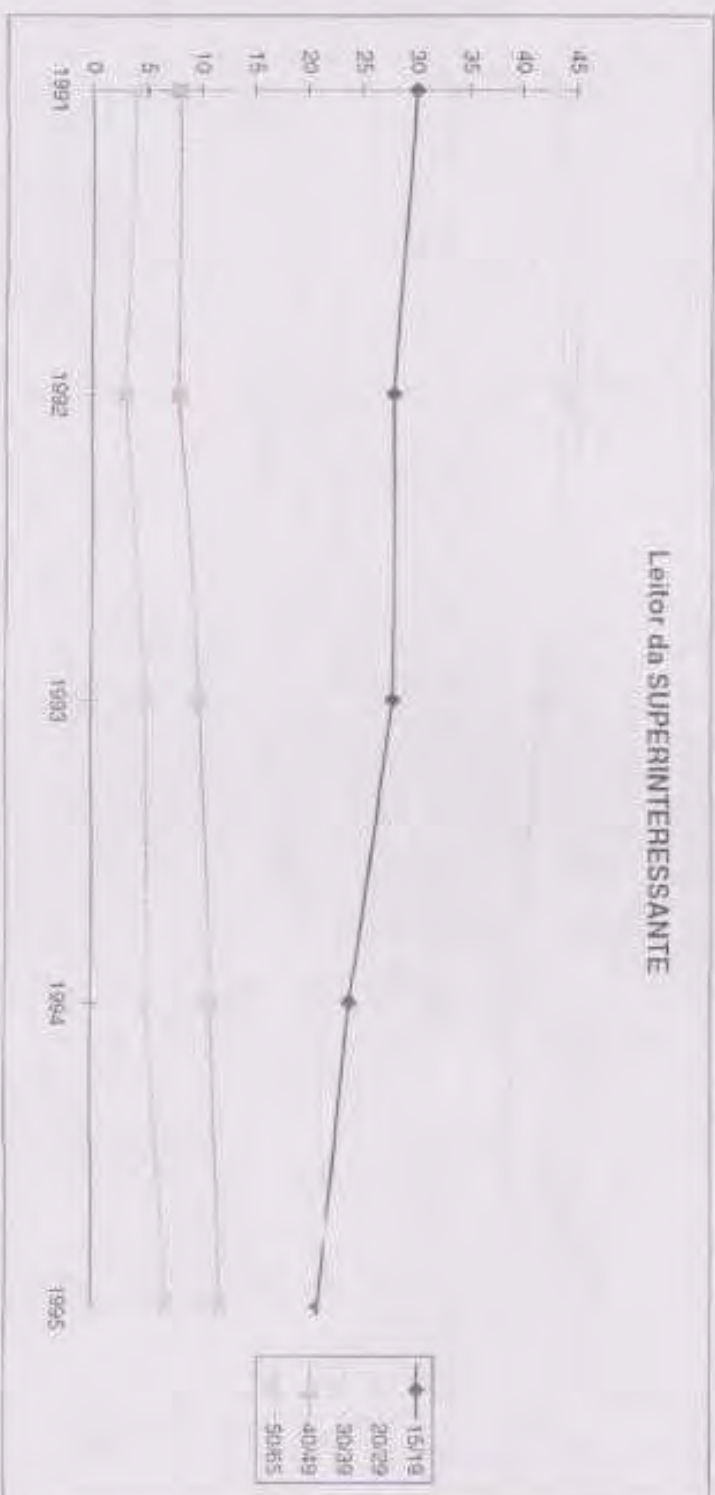
Faixa Etária dos 15 aos 65 anos

ANO	TÍTULOS	TOTAL AMBOS SEXOS	HOM %	MULH %	TOTAL MULH	CLASSE (%)					IDADE (%)					ESTADO CIVIL (%)					INSTRUÇÃO (%)				
						A	B	C	D	E	15-19	20-29	30-39	40-49	50-65	SOLT	CAS	OUT	SUP	COL	GIN	PRIM			
1990	POPULAÇÃO	(EM MIL) 25.215	48	52	13.158	9	18	33	34	5	16	32	21	15	16	38	52	10	12	28	29	32			
1991	POPULAÇÃO	25.820	48	52	13.428	7	19	36	34	4	17	32	21	15	15	38	52	11	12	29	27	29			
1992	POPULAÇÃO	22.669	48	52	11.791	8	19	38	31	4	17	32	21	15	15	41	48	11	14	30	27	26			
1993	POPULAÇÃO	23.152	48	52	12.048	8	20	37	31	4	17	32	21	15	15	40	49	11	14	31	27	25			
1994	POPULAÇÃO	24.766	47	53	13.103	7	19	38	33	4	13	28	25	17	17	34	54	12	12	30	29	26			
1995	POPULAÇÃO	25.925	47	53	13.712	6	20	39	31	3	13	28	26	17	17	34	54	12	12	30	29	26			
1990	ELLE	279	25	76	208	49	24	22	5	-	27	43	12	13	5	71	25	3	45	41	11	3			
1991	ELLE	346	27	73	251	37	35	21	6	2	34	40	15	7	4	69	26	5	41	44	13	2			
1992	ELLE	384	33	67	258	41	33	21	5	-	22	56	12	6	4	78	17	5	53	33	11	3			
1993	ELLE	322	26	74	238	39	40	16	5	-	26	51	11	9	3	68	27	5	46	42	6	4			
1994	ELLE	385	34	66	263	37	30	25	5	-	19	47	17	11	5	63	29	9	43	43	11	3			
1995	ELLE	342	27	73	250	36	32	26	6	1	21	40	19	14	6	57	35	8	40	37	17	6			
1990	CLAUDIA	1.563	15	85	1.334	29	33	26	12	1	18	36	22	13	12	49	43	8	33	40	17	10			
1991	CLAUDIA	1.531	18	82	1.250	22	34	31	11	1	19	38	21	12	11	53	39	8	30	43	17	9			
1992	CLAUDIA	1.434	19	81	1.167	23	31	33	12	-	17	39	20	14	11	53	37	10	33	41	18	9			
1993	CLAUDIA	1.572	19	81	1.273	24	32	32	11	1	17	40	21	12	10	52	38	9	30	44	18	8			
1994	CLAUDIA	1.599	18	82	1.561	20	32	36	11	1	18	39	25	15	12	44	48	10	27	42	21	10			
1995	CLAUDIA	1.904	18	82	1.564	22	35	31	12	1	13	31	25	18	12	41	47	12	28	41	21	10			
1990	CAPRICHIO	1.552	15	85	1.323	18	24	35	22	2	46	34	8	7	5	71	25	4	13	50	29	8			
1991	CAPRICHIO	1.701	17	83	1.415	13	30	35	21	2	47	33	10	6	5	74	22	4	11	54	26	8			
1992	CAPRICHIO	1.687	19	81	1.362	16	27	35	20	1	44	32	11	9	4	75	22	4	17	47	28	8			
1993	CAPRICHIO	1.576	17	83	1.313	19	32	34	14	2	45	33	11	8	3	71	23	5	16	53	23	8			
1994	CAPRICHIO	1.538	20	80	1.227	18	28	35	18	1	38	30	16	9	7	52	31	7	15	47	28	10			
1995	CAPRICHIO	1.648	18	82	1.357	17	30	36	17	1	36	10	15	12	6	60	32	8	15	47	29	8			
1990	MANEQUIM	1.223	8	92	1.128	19	28	34	17	2	19	34	22	13	12	51	43	7	24	43	23	10			
1991	MANEQUIM	1.414	9	91	1.283	13	32	37	18	1	20	34	20	15	11	49	41	9	20	49	20	11			
1992	MANEQUIM	1.266	8	92	1.162	14	30	38	17	1	19	36	20	14	11	53	39	8	22	44	22	12			
1993	MANEQUIM	1.373	9	91	1.257	15	30	38	16	1	19	36	19	15	11	49	42	9	22	45	22	11			
1994	MANEQUIM	1.348	7	93	1.250	14	32	38	16	1	15	29	24	17	15	43	46	11	20	49	24	13			
1995	MANEQUIM	1.459	11	89	1.305	16	29	38	15	1	12	32	25	17	14	41	47	12	20	43	24	12			
1990	NOVA	967	16	84	800	28	32	28	10	1	23	42	19	10	6	63	31	5	36	45	15	4			
1991	NOVA	873	14	86	747	23	33	30	14	-	22	41	22	11	4	61	32	7	34	48	14	4			
1992	NOVA	790	17	83	658	23	33	34	11	-	21	44	20	10	5	65	28	8	35	45	16	4			
1993	NOVA	862	16	84	726	22	35	34	9	-	22	40	22	11	4	62	30	8	33	46	18	3			
1994	NOVA	897	15	85	766	21	33	34	13	-	17	40	24	12	7	62	39	9	30	46	18	5			
1995	NOVA	1.370	17	83	1.198	22	36	31	10	0	17	37	26	13	8	50	38	11	32	44	19	5			
1990	C. CLAUDIA	557	26	74	412	34	31	25	10	-	11	41	27	14	7	43	52	5	36	42	17	5			
1991	C. CLAUDIA	536	28	72	384	29	34	25	12	1	13	42	24	14	7	45	47	7	31	44	17	7			
1992	C. CLAUDIA	508	25	75	424	29	37	24	10	-	14	43	23	13	8	51	44	5	43	36	14	7			
1993	C. CLAUDIA	548	30	70	383	31	34	26	10	1	10	39	26	15	10	35	55	9	37	41	15	7			
1994	C. CLAUDIA	627	29	71	443	29	30	33	8	-	9	29	29	19	14	34	55	10	36	39	15	9			
1995	C. CLAUDIA	617	27	73	453	28	35	27	7	1	9	31	30	18	12	37	52	11	38	36	16	8			

FONTE: PESQUISA DE MÍDIA ABRIL - MARPLAN 95 - 9 MERCADOS

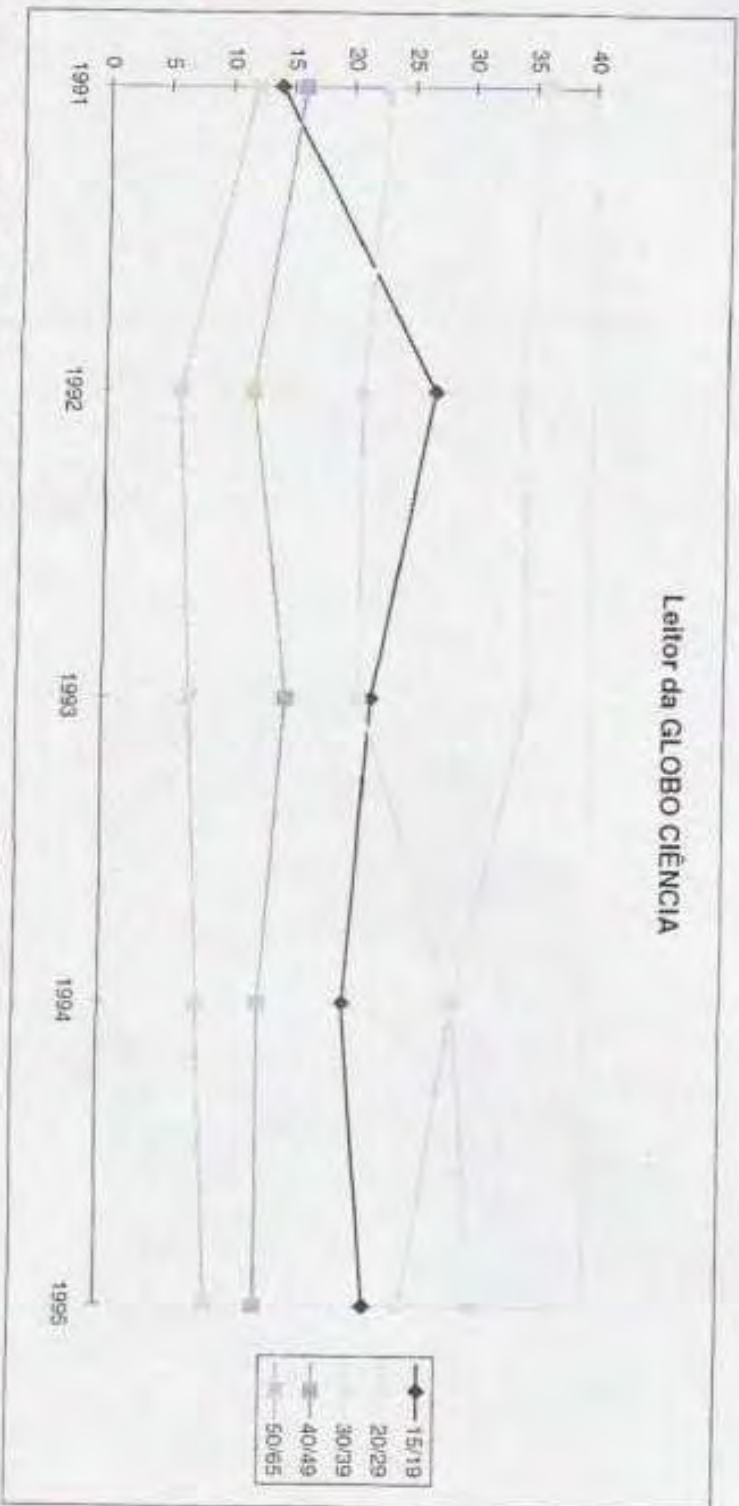
Gde São Paulo, Gde Rio de Janeiro, Gde Porto Alegre, Gde Recife, Gde Belo Horizonte, Gde Salvador, Gde Curitiba, Gde Fortaleza e Brasília.
Faixa Etária dos 15 aos 65 anos

IDADE %	1991	1992	1993	1994	1995
15/19	30	28	28	24	21
20/29	43	44	42	39	39
30/39	14	16	15	21	22
40/49	8	8	10	11	12
50/65	4	3	5	5	7



FONTE: PESQUISA DE MÍDIA ABRIL - MAPPLAN 95 - 9 MERCADOS
Gde São Paulo, Gde Rio de Janeiro, Gde Porto Alegre, Gde Recife, Gde Belo Horizonte, Gde Salvador, Gde Curitiba, Gde Fortaleza e Brasília.
Faixa Etária dos 15 aos 65 anos.

IDADE %	1991	1992	1993	1994	1995
15/19	14	27	22	20	22
20/29	36	34	35	29	31
30/39	23	21	21	29	25
40/49	16	12	15	13	13
50/65	12	6	7	8	9



FONTE: PESQUISA DE MÍDIA ABRIL - MARPLAN 95 - 9 MERCADOS
 Gde São Paulo, Gde Rio de Janeiro, Gde Porto Alegre, Gde Recife, Gde Belo Horizonte, Gde Salvador, Gde Curitiba, Gde Fortaleza e Brasília.
 Faixa Etária dos 15 aos 65 anos.

SUPERINTERESSANTE

PERFIL DOS LEITORES - 1995

SEGMENTO	TOTAL LEITORES
TOTAL DE LEITORES	1.409.000
HOMENS	783.000
MULHERES	626.000
POR NÍVEL DE INSTRUÇÃO	
Colegial	587.000
Superior	305.000
AMBOS OS SEXOS POR CLASSE	
A	420.000
B	542.000
C	365.000
D	79.000
E	3.000
AMBOS OS SEXOS POR IDADE	
10 a 14 anos	163.000
15 a 19 anos	270.000
20 a 29 anos	480.000
30 a 39 anos	270.000
40 a 49 anos	144.000
50 a 65 anos	82.000
AMBOS OS SEXOS AB POR IDADE	962.000
10 a 14 anos	119.000
15 a 19 anos	192.000
20 a 29 anos	300.000
30 a 39 anos	178.000
40 a 49 anos	116.000
50 a 65 anos	57.000
AMBOS OS SEXOS ABC POR IDADE	1.327.000
10 a 14 anos	153.000
15 a 19 anos	248.000
20 a 29 anos	448.000
30 a 39 anos	260.000
40 a 49 anos	139.000
50 a 65 anos	79.000

Fonte: Pesquisa de Mídia

Estudos Marplan/95 - 10 Mercados *

*Gde São Paulo, Gde Rio de Janeiro, Gde Porto Alegre, Gde Recife, Gde Belo Horizonte, Gde Salvador,
Gde Curitiba, Gde Fortaleza, Gde Florianópolis e Brasília

INFORMAÇÕES DE USO INTERNO

Globo Ciência

PERFIL DOS LEITORES - 1995

SEGMENTO	TOTAL LEITORES
TOTAL DE LEITORES	1.057.000
HOMENS	590.000
MULHERES	467.000
POR NÍVEL DE INSTRUÇÃO	
Colegial	353.000
Superior	250.000
AMBOS OS SEXOS POR CLASSE	
A	208.000
B	357.000
C	312.000
D	169.000
E	11.000
AMBOS OS SEXOS POR IDADE	
10 a 14 anos	237.000
15 a 19 anos	176.000
20 a 29 anos	256.000
30 a 39 anos	208.000
40 a 49 anos	106.000
50 a 65 anos	74.000
AMBOS OS SEXOS AB POR IDADE	
10 a 14 anos	108.000
15 a 19 anos	93.000
20 a 29 anos	135.000
30 a 39 anos	113.000
40 a 49 anos	73.000
50 a 65 anos	42.000
AMBOS OS SEXOS ABC POR IDADE	
10 a 14 anos	185.000
15 a 19 anos	137.000
20 a 29 anos	211.000
30 a 39 anos	176.000
40 a 49 anos	98.000
50 a 65 anos	69.000

Fonte: Pesquisa de Mídia

Estudos Marplan/95 - 10 Mercados *

* Gde São Paulo, Gde Rio de Janeiro, Gde Porto Alegre, Gde Recife, Gde Belo Horizonte, Gde Salvador, Gde Curitiba, Gde Fortaleza, Gde Florianópolis e Brasília

INFORMAÇÕES DE USO INTERNO

C. Estrutura Física



Estrutura Física

Formato: Aberto - 416 mm x 274 mm / Fechado - 207 mm x 274 mm

Papel: Capa - MC 90g / Miolo - LWC 60g

Nº total de páginas: 92 - 1o cad (48) + 2o cad (40) + capa (4)

Nº mínimo de páginas editoriais: 62

Relação ideal entre páginas editoriais e de publicidade:
2/3 editorial - 1/3 publicidade

D. Informações relevantes sobre o desempenho comercial da revista

relatar os principais indicadores do desempenho comercial (evolução dos últimos quatro anos)



Desempenho comercial da Revista	1993	1994	1995	1996
Assinaturas:				
venda de novas assinaturas	192,2	174,8	210,6	201,8
índice médio de conversão	38,0	39,0	47,7	42,2
índice médio de renovação	75,0	79,0	79,9	72,1
evolução da carteira de assinantes	253,3	284,8	319,9	318,8
Vendas Avulsas				
vendas totais em bancas exempls.	544,8	673,2	1.007,7	974,4
reparte médio por edição	73,3	82,1	112,4	122,4
venda média por edição	45,4	56,1	83,9	81,2
encalhe médio por edição	28,0	26,1	28,4	41,2
Publicidade				
venda de páginas - total	141,4	112,3	192,1	79,3
venda média por edição - páginas	11,8	9,4	16,0	6,6
Participação de mercado em relação a seus concorrentes				
% da circulação total (bancas + ass) (2)	68,6	65,9	67,5	68,5
A revista e o leitor				
número de leitores por exemplar (Marplan)				
audiência total (Marplan)				
número médio mensal de cartas para a Redação	363	525	2.338	1.832
número médio mensal de telefonemas	241	323	265	850
número médio mensal de Internet			278	560

Observações:

- Informações fornecidas pelo Planejamento

(1) Não inclui páginas bonificadas.

(2) Fonte IVC com base em *Superinteressante*, *Globo Ciência*, *Ciência Hoje*.

- Números de leitores por exemplar em mil/leitores

PUBLICAÇÕES

BANCAS

	out/95	nov/95	dez/95	jan/96	fev/96	mar/96	abr/96	mai/96	jun/96	jul/96	ago/96	set/96
SUPERINTENDES (1)	06/10/95	03/11/95	06/12/95	03/01/96	05/02/96	04/03/96	03/04/96	06/05/96	04/06/96	06/07/96	03/08/96	02/09/96
LANÇAMENTO												
PREÇO DE CAPA (R\$)	3,50	3,50	3,50	3,90	3,90	3,90	3,90	3,90	3,50	3,90	3,90	3,90
VARIACÃO DE PREÇO (%)	0,0	0,0	0,0	11,4	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
ESP. SUPERINTENDES												
LANÇT. BANCAS												
PREÇO DE CAPA (R\$)	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00
% SOBRE SUPERINTEN	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
GLBOO CIÊNCIA (1)												
LANÇT. BANCAS												
PREÇO DE CAPA (R\$)	4,00	4,90	4,50	4,90	4,90	4,90	4,90	4,90	4,90	4,90	4,90	4,90
% SOBRE SUPERINTEN	140,0	140,0	140,0	125,6	125,6	125,6	125,6	125,6	125,6	125,6	125,6	125,6
CIÊNCIA HOJE (1) *												
LANÇT. BANCAS												
PREÇO DE CAPA (R\$)	5,50	5,50	5,50	5,50	5,50	5,50	5,50	5,50	5,50	5,50	5,50	5,50
% SOBRE SUPERINTEN	157,1	157,1	157,1	137,1	153,8	153,8	153,8	153,8	153,8	153,8	153,8	153,8
OUTRAS (2)												
LANÇT. BANCAS												
PREÇO DE CAPA (R\$)	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,50	3,50	3,50	3,50	3,50
% SOBRE SUPERINTEN	85,7	85,7	85,7	76,9	76,9	78,9	78,9	89,7	89,7	89,7	89,7	89,7

PUBLICAÇÕES

ASSINATURAS

	out/95	nov/95	dez/95	jan/96	fev/96	mar/96	abr/96	mai/96	jun/96	jul/96	ago/96	set/96
SUPERINTENDES (1)												
PREÇO DA ASSINATURA (R\$)	42,00	42,00	42,00	42,30	42,30	42,30	42,30	42,30	42,30	42,30	42,30	42,30
VARIACÃO DE PREÇO (%)	0,0	0,0	0,0	0,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
ESP. SUPERINTENDES												
PREÇO DA ASSINATURA (R\$)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
% SOBRE SUPERINTEN	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
GLBOO CIÊNCIA (1)												
PREÇO DA ASSINATURA (R\$)	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00
% SOBRE SUPERINTEN	142,9	142,9	142,9	141,8	141,8	141,8	141,8	141,8	141,8	141,8	141,8	141,8
CIÊNCIA HOJE (1) *												
PREÇO DA ASSINATURA (R\$)	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	64,50	64,50	64,50	64,50	64,50
% SOBRE SUPERINTEN	142,9	142,9	142,9	141,8	141,8	141,8	141,8	152,5	152,5	152,5	152,5	152,5
OUTRAS (2)												
PREÇO DA ASSINATURA (R\$)	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
% SOBRE SUPERINTEN	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

Obs.: (1) - Revistas filiadas ao IVC.

* Real IVC até Mai/96. Demais informações estimativa Banco de Dados Dinap. Informação de Fav/96 é referente a Jan e Fav/96.

Outras = Incrível, Informação Banco de Dados.

Informações de Preço de Assinatura da concorrência após o IVC, feito consulta via telefone.

Fonte: IVC até Julho/96 e demais meses Banco de Dados.

COMPARATIVO DE CIRCULAÇÃO POR CANAL - SUPERINTERESSANTE E PRINCIPAIS CONCORRENTES - 1993,1994,1995 E OS ÚLTIMOS 12 MESES

(EM MIL EXEMPLARES)

BANCAS + ASSINATURAS

PUBLICAÇÕES		ACUM. 1993	ACUM. 1994	ACUM. 1995	ACUM. 1996												
SUPERINTERES (1)	EXEMPLARES					OUT/95	NOV/95	DEZ/95	JAN/96	FEB/96	MAR/96	ABR/96	MAY/96	JUN/96	JUL/96	AGO/96	SET/96
	PART. (%)																
ESP. SUPERINTERES	EXEMPLARES	3.190,2	3.771,4	4.000,3	1.570,8	305,8	300,2	294,8	290,1	297,0	400,3	408,2	410,8	407,0	387,7	307,1	302,1
	PART. (%)	68,4	84,0	88,4	71,8	66,2	64,2	63,8	67,4	65,4	84,3	87,8	88,0	88,8	89,1	84,8	84,6
	PART. (%)	0,0	22,5	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
	PART. (%)	0,0	8,4	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
DIAPOSITIVAS	EXEMPLARES	2.191,2	2.792,8	4.000,3	3.570,8	295,2	290,2	284,8	279,1	287,0	400,3	408,2	410,8	407,0	387,7	307,1	302,1
	PART. (%)	68,4	84,0	88,4	71,8	66,2	64,2	63,8	67,4	65,4	84,3	87,8	88,0	88,8	89,1	84,8	84,6
	PART. (%)	0,0	22,5	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
	PART. (%)	0,0	8,4	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
OUTROS CENECIA (2)	EXEMPLARES	1.219,8	1.792,2	2.000,7	1.300,5	181,5	181,0	179,3	181,8	181,2	180,7	177,0	178,0	183,0	173,1	172,2	22,0
	PART. (%)	27,9	30,0	29,2	28,2	28,4	28,2	28,8	28,0	28,8	28,0	28,8	28,8	28,8	28,8	28,8	28,8
	PART. (%)	128,1	185,5	187,2	187,2	187,2	187,2	187,2	187,2	187,2	187,2	187,2	187,2	187,2	187,2	187,2	187,2
	PART. (%)	2,7	3,1	2,8	0,5	1,5	10,2	18,5	18,5	1,4	1,3	8,4	9,4	9,4	9,4	9,4	9,4
OUTROS (3)	EXEMPLARES	130,8	160,4	114,1	77,9	11,5	1,8	1,8	1,8	1,8	1,8	1,8	1,8	1,8	1,8	1,8	1,8
	PART. (%)	2,9	2,5	1,8	1,8	1,8	1,8	1,8	1,8	1,8	1,8	1,8	1,8	1,8	1,8	1,8	1,8
TOTAL SEGMENTO	EXEMPLARES	4.400,7	5.891,8	6.940,3	4.981,4	597,7	615,8	607,7	590,0	601,7	622,3	612,5	602,7	603,7	580,3	414,7	414,5
	% PARTICIPAÇÃO	2,7	2,8	2,2		2,0	2,1	2,0	1,9	2,0	2,0	2,0	2,0	2,0	2,0	2,0	2,0
MERCADO ADIC. TAB		178.480,0	214.100,0	319.472,3	0,0	20.201,8	20.202,7	20.785,2	20.386,0	28.001,4	28.742,0	28.421,1	12.412,8	10.057,3	11.044,1	9.308,7	8.016,3

Fonte: IVC até Junho/95 e demais meses Banco de Dados Diásp. Informações extraídas da Diásp em 22/06/96, sujeitas a alterações.

Outs: 1) Jornais Filiais do IVC

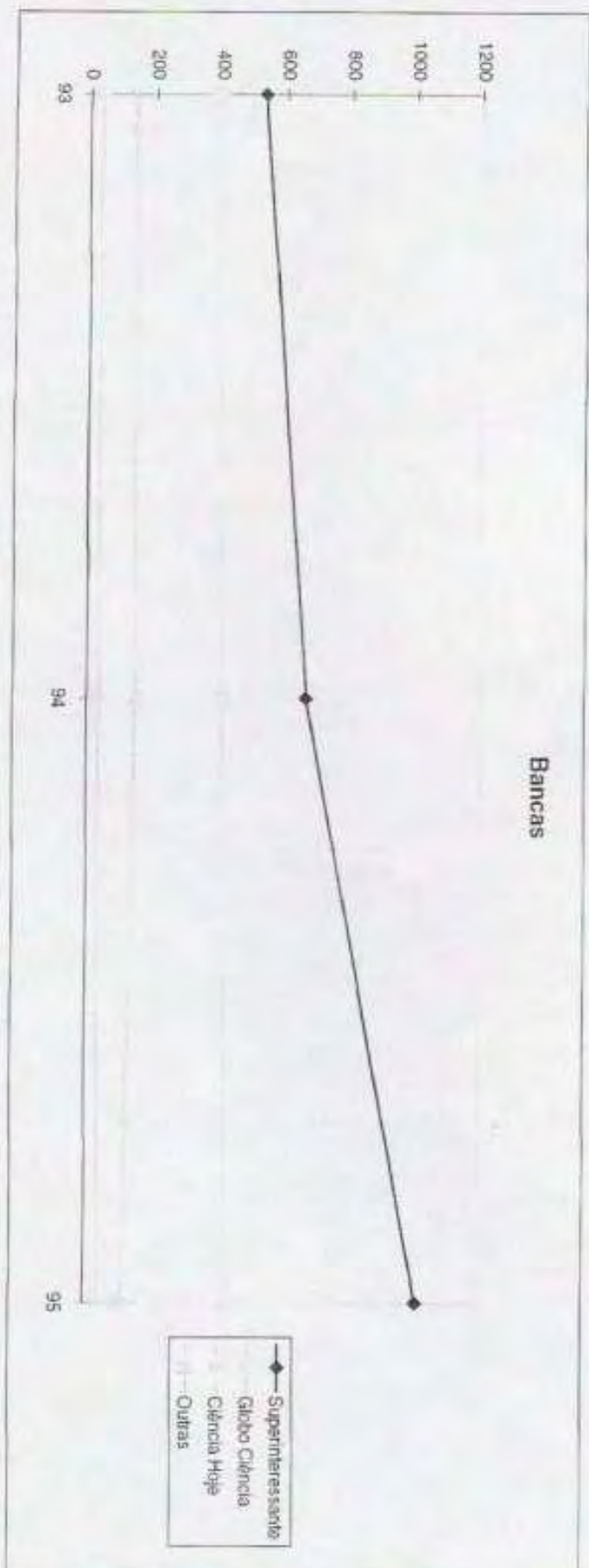
2) Não é considerada assinatura.

Outs: 3) Jornais Filiais do IVC. Demais informações estatísticas Banco de Dados Diásp, sujeitas a alterações.

Outs: 4) Jornais Filiais do IVC. Demais informações estatísticas Banco de Dados Diásp, sujeitas a alterações.

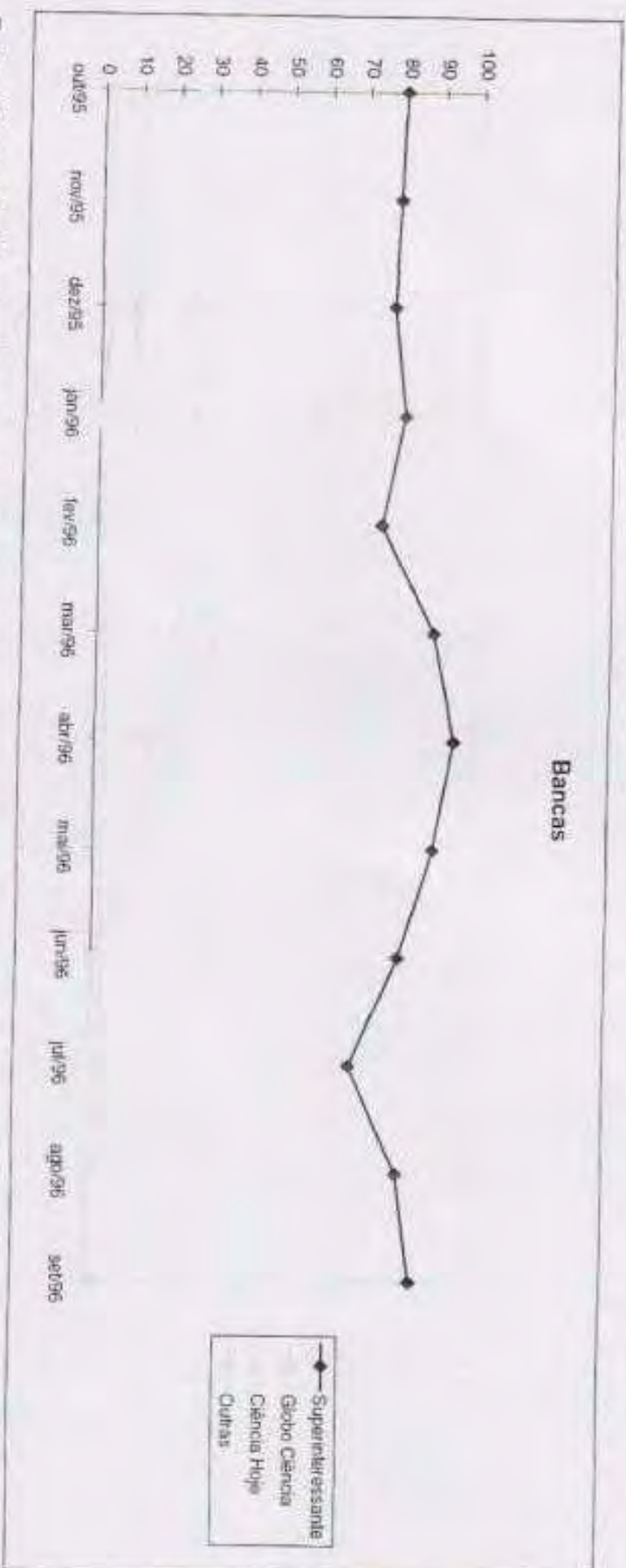
Devido a informações não disponíveis, os números de Mercado Adicional não estão sendo alterados.

Bancas			
	93	94	95
Superinteressante	534	669,3	1011,5
Globo Ciência	394,5	411,1	430,9
Ciência Hoje	37,3	32,9	37,5
Outras	138,8	146,4	114,1



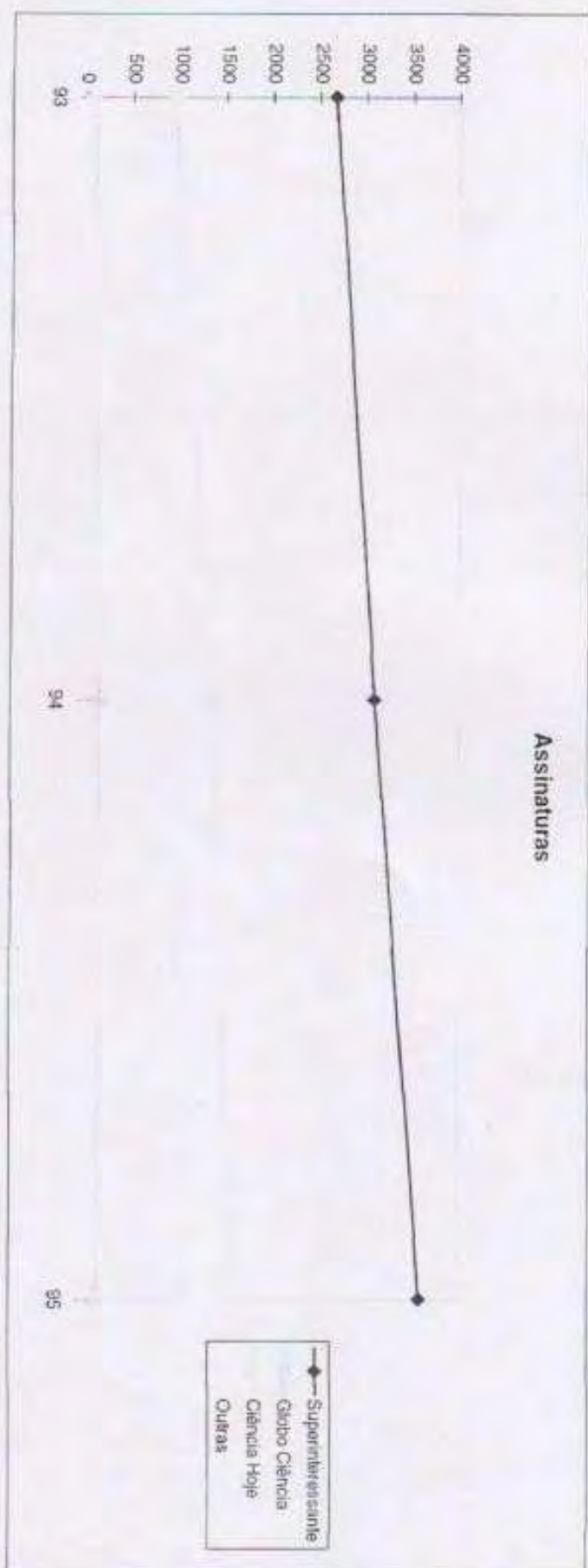
Fonte: IVC até julho/96 e demais meses Banco de Dados Dinap. Informações extraídas da Dinap em 23/09/96, sujeitas a alterações.

Bancas																	
Publicações	out/95	nov/95	dez/95	jan/96	fev/96	mar/96	abr/96	mai/96	jun/96	jul/96	ago/96	set/96					
Superinteressante	79,5	78,5	77,2	80,5	74,7	88,8	94,5	89,5	80,7	68,3	81	84,9					
Globo Ciência	25,9	35,6	23,4	24,2	27,6	21,4	21	23,6	29,6	21,2	19,2	22,5					
Ciência Hoje	2,3	2,6	3	0	2,1	2,2	2,3	2,2	2,2	2,4	0	0					
Outras	11,5	8,9	9,1	9,1	9,1	33,2	14,4	12,1	0	0	0	0					



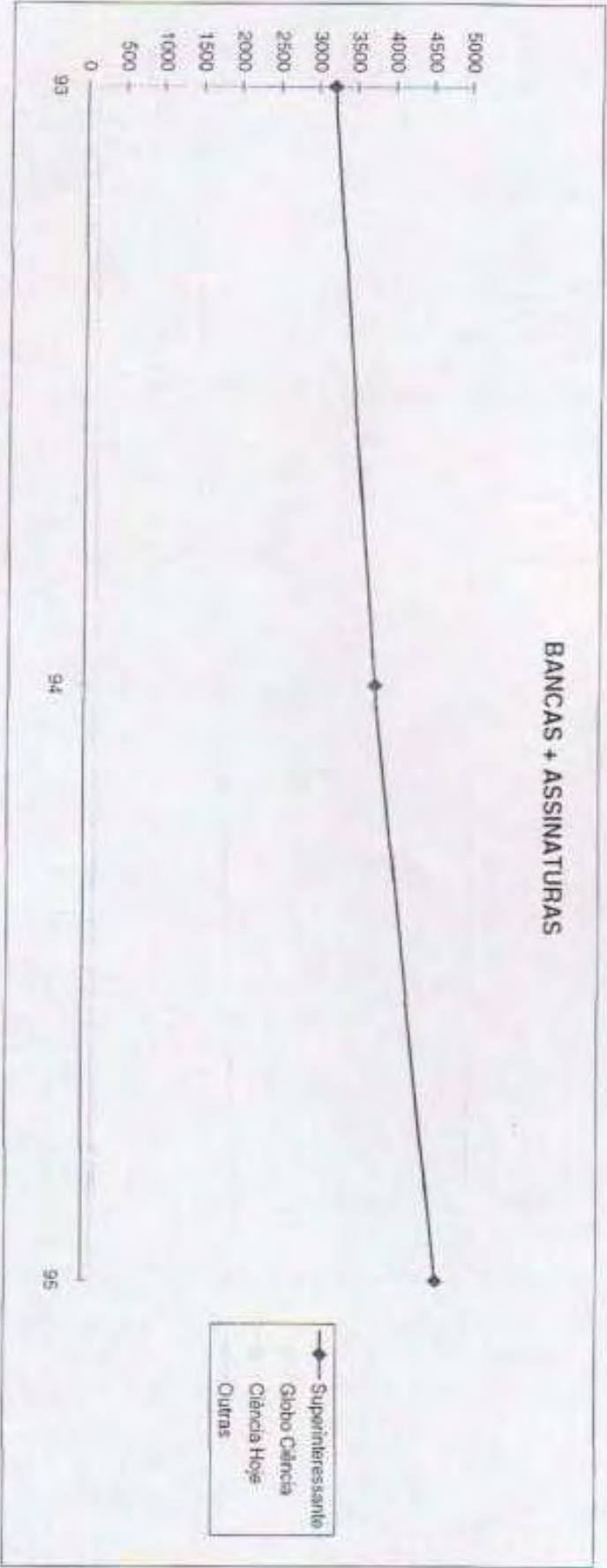
Fonte: IVC até julho/96 e demais meses: Banco de Dados Dinap. Informações extraídas da Dinap em 23/09/96, sujeitas a alterações.

Assinaturas			
	93	94	95
Superinteressante	2665,2	3102,1	3593,8
Globo Ciência	944,1	1354,1	1592,8
Ciência Hoje	90,8	152,6	137,5
Outras	0	0	0



Fonte: IVC, até julho/96 e demais meses Banco de Dados Dinap. Informações extraídas da Dinap em 23/09/96, sujeitas a alterações.

Bancas+Assinaturas			
	93	94	95
Superinteressante	3199,2	3771,4	4605,3
Globo Ciência	1338,6	1765,2	2023,7
Ciência Hoje	128,1	185,5	175
Outras	138,8	146,4	114,1



Fonte: IVC até Julho/96 e demais meses Banco de Dados Dinap. Informações extraídas da Dinap em 23/09/96, sujeitas a alterações.

Bancas + Assinaturas

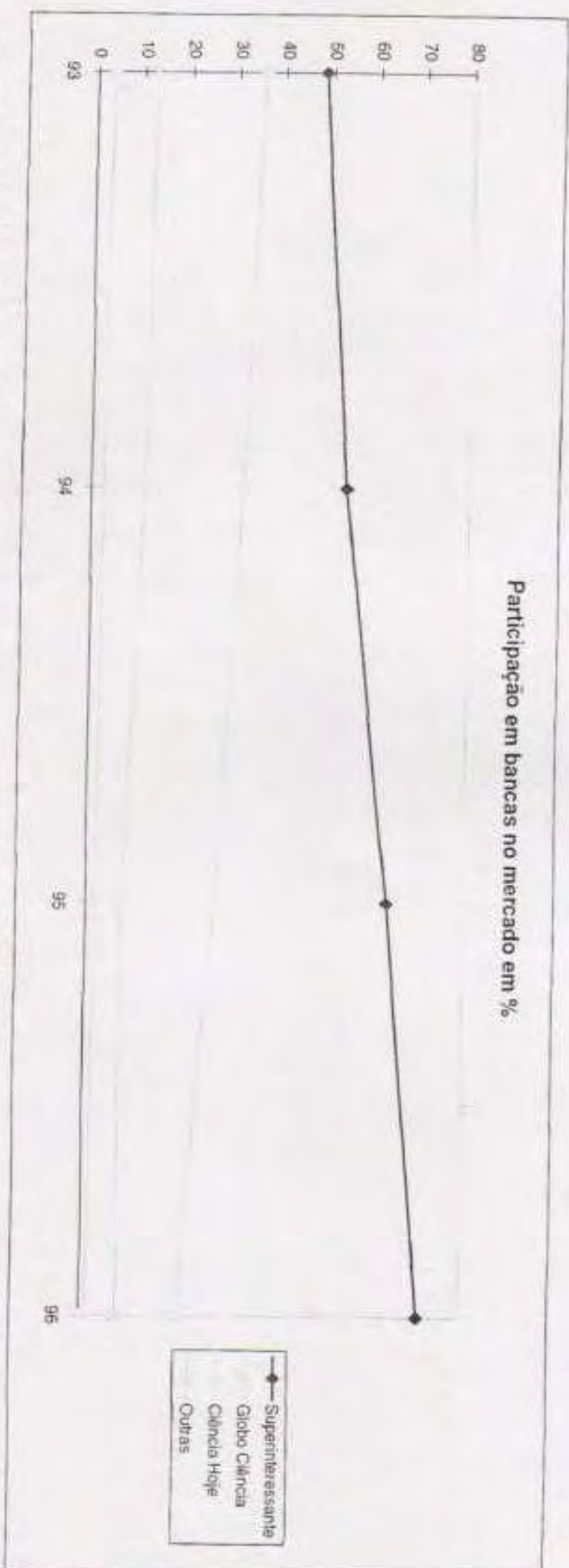
	out/95	nov/95	dez/95	jan/96	fev/96	mar/96	abr/96	mai/96	jun/96	jul/96	ago/96	set/96
Superinteressante	395,9	398,2	394,8	399,1	387	400,3	408,2	410,8	401,8	387,1	393,1	392,1
Globo Ciência	181,5	193,6	178,3	181,8	187,2	180,7	177,6	178,6	183,8	173,1	174,2	177,5
Ciência Hoje	8,8	19,2	19,5	0	8,4	8,1	2,3	2,2	0	0	2,4	0
Outras	11,5	8,9	9,1	9,1	9,1	33,2	14,4	12,1	0	0	0	0

Bancas + Assinaturas



Fonte: IVC até Julho/96 e demais meses Banco de Dados Dinap. Informações extraídas da Dinap em 23/09/96, sujeitas a alterações.

Participação em bancas em %				
	93	94	95	96
Superinteressante	48,3	54	63,7	71,3
Globo Ciência	35,7	32,1	27,1	20,2
Ciência Hoje	3,4	2,6	2	1,1
Outras	12,6	11,4	7,2	7,5

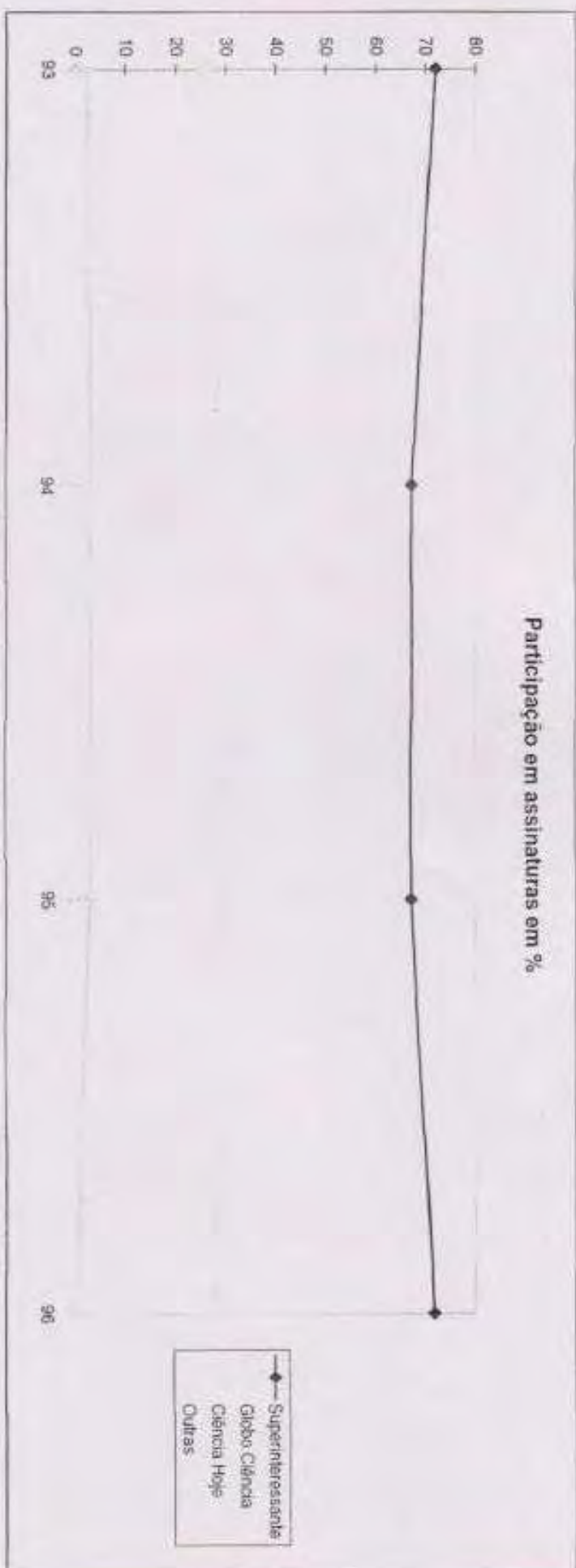


Fonte: IVC até julho/96 e demais meses Banco de Dados Dinap. Informações extraídas da Dinap em 23/09/96, sujeitas a alterações.

Participação em assinaturas em %

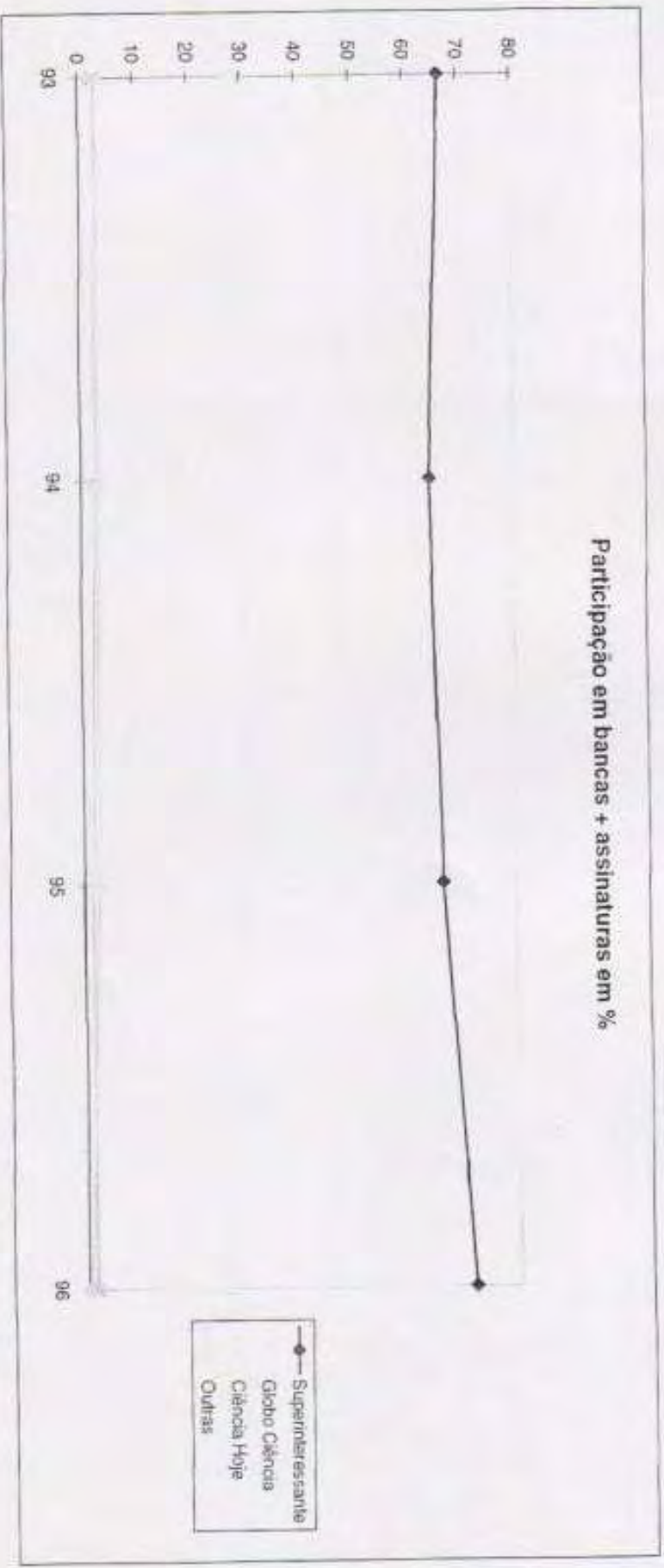
	93	94	95	96
Superinteressante	72	67,3	67,1	71,9
Globo Ciência	25,5	29,4	29,8	27,7
Ciência Hoje	2,5	3,3	3,1	0,3
Outras	0	0	0	0

Participação em assinaturas em %



Fonte: IVC até Julho/96 e demais meses Banco de Dados Dinap. Informações extraídas da Dinap em 23/09/96, sujeitas a alterações.

Participação bancas + assinaturas em %					
	93	94	95	96	
Superinteressante	66,6	64,4	66,4	71,8	
Globo Ciência	27,9	30	29,2	26,2	
Ciência Hoje	2,7	3,1	2,8	0,5	
Outras	2,9	2,5	1,6	1,6	



Fonte: IVC até Julho/96 e demais meses Banco de Dados Dinap. Informações extraídas da Dinap em 23/09/96, sujeitas a alterações.



E. Panoramas do mundo do leitor



1.O ambiente

Onde pode acontecer o encontro do leitor com a ciência

Orgãos e instituições que são importantes áreas de contato do homem com a ciência e que, ao mesmo tempo, podem funcionar como filtros, deixando passar somente os conceitos científicos que lhes interessam

Universidades (ou instituições da comunidade científica)

Elas são as maiores produtoras de pesquisas e costumam ser boas fontes, **mas** seu discurso é inacessível para o homem comum e mesmo para acadêmicos de outras áreas. Assim, de certa maneira, dificultam o contato do homem com a ciência.

Empresas (que realizam pesquisas científicas)

Cada vez mais, elas são responsáveis por grandes invenções, especialmente nas áreas de Medicina e Tecnologia. São fontes indispensáveis, **mas** podem manipular dados por causa de segredos industriais ou mesmo estratégias de marketing.

ONGs (ligadas a questões científicas)

Elas são importantes no sentido de organizar a sociedade civil e democratizar o conhecimento científico, **mas** podem camuflar dados, desviando alguns dados conforme o seu interesse.

Estado

Ele é o grande financiador de trabalhos científicos e normatiza a produção dos pesquisadores, **mas** com isso acaba inevitavelmente direcionamento a ciência no país.

**Igrejas**

Elas julgam as descobertas da ciência — boas ou más, virtuosas ou pecaminosas.



2.O tempo

O interesse do homem pela ciência pode mudar de acordo com o tempo histórico e pessoal

Tempo histórico

A passagem da **História** pode aumentar ou diminuir o espaço (a importância) das áreas de contato com a ciência

No vácuo da História, mudam a **Cultura** e suas **tradições**, destacando ou não determinadas facetas da ciência. Além disso, alguns conceitos científicos podem virar de ponta-cabeça

Tempo pessoal:

Existe ainda um tempo pessoal, a **idade** do indivíduo, que conforme passa causa mudanças profundas na relação dele com a ciência. Até porque, ao longo da vida, ele vai encontrar a ciência em ambientes diferentes

(...) **criança** **adolescente** **adulto** **velho** (...)

Escola
primeiro
contato com
a ciência

Colegial
começa a
dicotomia
ciência x humanidades

Universidade,
Pós-graduação,
 cursos de extensão

Mercado de consumo
onde a tecnologia passou a
ser um valor fundamental



**Onde se pratica o lazer, especialmente
o lazer cultural**

**Na casa da família ou dos amigos,
quando ouve falar em assuntos da ciência
nas conversas informais**



3. A atração

O que leva o leitor à ciência

Curiosidade Necessidade Busca Desejo

A curiosidade — o empurrão inicial

Ela não é banal, não busca o saber pelo saber, não procura respostas em livros de recordes. É a curiosidade utilitária, se podemos dizer assim — a vontade do indivíduo de ter explicações para aquilo que o cerca no cotidiano. Pode ser o seu liquidificador, o seu carro, ou até mesmo os fatos/ as personalidades/ as novidades sobre os quais lê nos jornais, ouve dizer nas ruas, no cinema.

Como essa curiosidade se manifesta:

- Nos porquês que aparecem desde a infância
- Em perguntas do tipo "como funciona?"
- No interesse pela história da humanidade
- Na relação agradável com o conhecimento -- satisfazer a curiosidade é ter prazer

A necessidade — o acelerador no trajeto até a ciência

Existem situações em que é necessário algum conhecimento científico para vencer obstáculos.

Em que situações a necessidade aparece:

- Nas provas escolares, nos testes do vestibular, nos trabalhos universitários
- Ao fazer qualquer pesquisa científica, claro
- No mercado de trabalho, para conseguir um emprego ou para mantê-lo (cada vez mais, tem mais chance quem está bem informado sobre a sua própria área e sobre outras). A informação científica virou moeda corrente no mundo atual.
- Na hora de escolher um produto (um eletrodoméstico, um carro, um computador, um tênis, não importa)



- Para selecionar, dentro do seu orçamento, aquele que tem mais qualidade, mais tecnologia envolvida
- Nas emergências de saúde
- Na hora de escolher um médico
- Na realidade, na hora de tomar qualquer decisão sobre o seu corpo — saber o que fazer para manter a saúde, qual o melhor esporte, qual remédio tomar, a dieta ideal, como prevenir doenças
- Na hora de usar o computador, de navegar pela Internet
- Muitas vezes, na hora de decifrar uma notícia de jornal, de rádio, de TV. A necessidade de não se sentir burro.
- Nos cálculos do dia-a-dia
- Nas pequenas encrencas domésticas que precisam ser resolvidas logo -- um curto-circuito, um computador que, de repente, pára, um carro que enguiça.

A busca filosófica — o ingrediente a mais

(Ela engloba questões que o leitor se faz desde os primórdios dos tempos e que podem empurrá-lo tanto na direção da ciência quanto na do misticismo. É a direção da ciência que nos interessa.)

O que cada indivíduo busca:

- Entender quem ele é, como surgiu no Universo -- qual é o seu lugar nele e qual o seu papel
- Entender seu semelhante e o mundo em que vive
- Deus existe? Ou pode até ser: "Deus não existe mesmo?"
- Decifrar o conflito ocidental "ciência x religião"
- Preocupações com o futuro do planeta -- para onde vou? para onde vai o mundo em que habito?
- Compreender o seu povo no contexto social, sua origem étnica

O desejo — era só o que faltava

A expectativa de encontrar a ciência para resolver seus problemas e realizar seus sonhos

A ciência seduz, desperta o aciona o desejo porque:

- Ajuda a adivinhar o futuro
- Pode realizar sonhos, como o de voar ou viajar no tempo



- Pode resolver problemas, aliás promete resolver todos os problemas, das doenças incuráveis à poluição, apelando para o desejo da eterna juventude, da plenitude, da ampla abertura para o prazer, da felicidade corporal.
- Estimula a imaginação, livrando o indivíduo, ainda que por alguns instantes, do mundo real, cheio de limites e muitas vezes chato. Promete satisfazer desejo de aventura.
- Ainda na linha de fugir do mundo chato, a idéia de ciência freqüentemente está associada a de imagens espetaculares, de planetas, bichos, plantas, partes do corpo. É o desejo de deslumbrar-se, de ficar fascinado.
- Provoca o medo, a angústia do mistério. Parece paradoxal, mas não é. A ciência também atrai pelo mesmo motivo que faz as platéias dos filmes de suspense e ação ficarem lotadas. Porque o homem quer emocionar-se e emocionar-se pode ser ficar com o peito apertado, sentindo frio na barriga.



4 As “vozes científicas”

Quem fala de ciência para este leitor

O ensino formal

- As escolas, os colégios, as faculdades.
- Neles, os principais porta-vozes são os livros e os professores.
- O resultado deste canal de comunicação com a ciência costuma ser uma formação que opõe, entre outras coisas, arte e ciências, intelecto e intuição, razão e emoção.
- E ainda estimula a superespecialização profissional.

A mídia

- A televisão
 - As revistas (considerando os quadrinhos com boas doses de ficção científica)
 - Os jornais
 - O cinema
 - Os boletins (house organs) das empresas que realizam pesquisas, geram tecnologia
 - Livros: a velha e boa enciclopédia, as publicações sobre cientistas ou suas descobertas, as histórias de ficção científica
 - CD-Rom
 - Internet
 - Vídeos de ficção científica ou mesmo documentários
 - Eventualmente, até o teatro quando encena, por exemplo, o drama de doentes ou de cientistas malucos.
 - O rádio
 - Guias de turismo que apresentam informações sobre a história, a cultura, a geografia e a ecologia de determinado lugar
- A informação, nesses meios, costuma ser dispersa e complicada (a superficialidade com que muitas coisas são tratadas leva à falta de compreensão).*

O pessoal que mexe com saúde



- O médico, o enfermeiro, o farmacêutico, o balconista da farmácia, que se encarregam de explicar um problema de saúde qualquer ou o funcionamento do corpo humano.
- A família, embora não seja composta exatamente de profissionais de saúde, deve ser considerada. Porque em qualquer família sempre tem alguém se faz as vezes as médico quando a situação aperta.
- As academias de ginástica, os professores de Educação Física.
- O psicólogo, o psiquiatra
- Os “alternativos”, como o massagista, o mestre em meditação e relaxamento.
- Os esteticistas, dermatologistas cosmiatras especializados em Beleza
- Os planos de saúde
- Os dentistas
- Quem escreve as bulas de produtos de higiene, cosméticos e, claro, as dos remédios.
- E quem escreve os rótulos dos alimentos
- Os nutricionistas
- Os veterinários

Produtos no mercado

- Os computadores
- Os manuais de aparelhos diversos.
- Os chamados alimentos especiais, como os diet, os light, os enriquecidos.
- Vale repetir, as bulas de remédios
- Produtos de higiene e beleza

O lazer dito “cultural”

- Os museus, algumas galerias, as bienais
- Os jogos de realidade virtual
- Os brinquedos de montar e outros educativos (na infância)
- As excursões ecológicas
- Zoológicos, aquários, jardins botânicos.
- Passeios em cidades históricas



- As feiras de ciências nas escolas
- As feiras especializadas, que exibem a ciência e a tecnologia da sua área

A família, os colegas e os amigos

Eles podem falar de ciência (comentar o que viram ou o que ouviram sobre determinada descoberta, por exemplo) em conversas informais.



5. As emoções

*O que o leitor pode sentir diante da ciência**

(* Os quatro eixos de sentimentos tratados aqui não são excludentes entre si. Assim, um indivíduo pode ser fascinado pelos avanços tecnológicos e, ao mesmo tempo, olhar as descobertas da Medicina com desconfiança e temor ou vice-versa.)

Respeito

- Apego à chancela do diploma
- Imagem de segurança, confiança, precisão, rigor
- A sensação de que tudo o que é "científico" é verdadeiro. A ciência sempre diz a verdade e sempre faz o bem.
- Ficar com a idéia do cientista sabe-tudo. E o subproduto disso é um sentimento de inferioridade, se ele não é cientista.
- A certeza de que conhecimento é status. O cientista é o todo-poderoso. E ele, mesmo que não seja cientista, só por ter algum conhecimento das novas descobertas pode se dar muito bem entre amigos, no trabalho...

Temor

- A desconfiança, ainda que secreta, de que a ciência possa não realizar todos os seus sonhos, como viajar no tempo, nem sequer achar a cura da Aids, muito menos deixar de causar estragos como os das explosões nucleares.
- O medo do mistério, daquilo que ainda não conhece e a ciência pode revelar. Afinal, existe a possibilidade de ser uma surpresa desagradável.
- Parentes do temor são a angústia e a ansiedade que surgem na longa busca de respostas
- Medo de ser burro, de não entender o que a ciência tem a declarar.

Fascínio

- A esperança de um futuro melhor em todos os sentidos
- A fantasia de realizar os sonhos, a possibilidade de soltar a imaginação



Vocação

- A vontade de ser cientista, de fazer pesquisa, de descobrir ou inventar coisas ou de ensinar ciência



5. O encontro

Quando o leitor encontra a ciência, ou melhor, alguns caminhos de mão-dupla que o levam até ela

quando ensina ciências.....quando aprende ciências

quando trata (médico).....quando é tratado (paciente)

mãe/pai/avós	filhos, filhas, netos
(quando respondem os eventuais porquês)	(quando comentam em casa o que viram na escola, na universidade, no trabalho)

quando produz ou trabalha.....	quando consome produtos
com tecnologia	high-tech com olhos críticos

quando estuda determinado ambiente (geógrafo, fotógrafo, geólogo, ecologista, biólogo, etc)	quando se reconhece parte de um ambiente (de moradores ou agentes que interferem no lugar)

Ainda sobre o encontro...

Os caminhos de mão única que fazem o leitor encontrar a ciência

- Quando ele pensa (reflete sobre seus interesses, imagina o futuro, questiona o passado, analisa o presente)
- Quando ele come e cozinha e, com maior ou menor consciência, escolhe a sua dieta ideal
- Quando ele faz contas, qualquer tipo de conta -- de conferir o troco a resolver complicadas equações



- Quando sonha
- Quando toma cuidados de higiene, cuida do corpo, faz ginástica
- Quando usa o computador



F. Propostas de logo para SUPER JUNIOR

junior

SUPER
JUNIOR

junior

SUPER
JUNIOR

junior

junior

SUPER
JUNIOR

junior

SUPER
junior

junior

junior

SUPER
junior

SUPER
junior

SUPER
INTERESSANTE
junior

SUPER
junior

junior
SUPER
INTERESSANTE

SUPER
JUNIOR

SUPER
INTERESSANTE
JUNIOR

SUPER
junior

junior
super
interessante

super
junior

SUPER
INTERESSANTE
junior

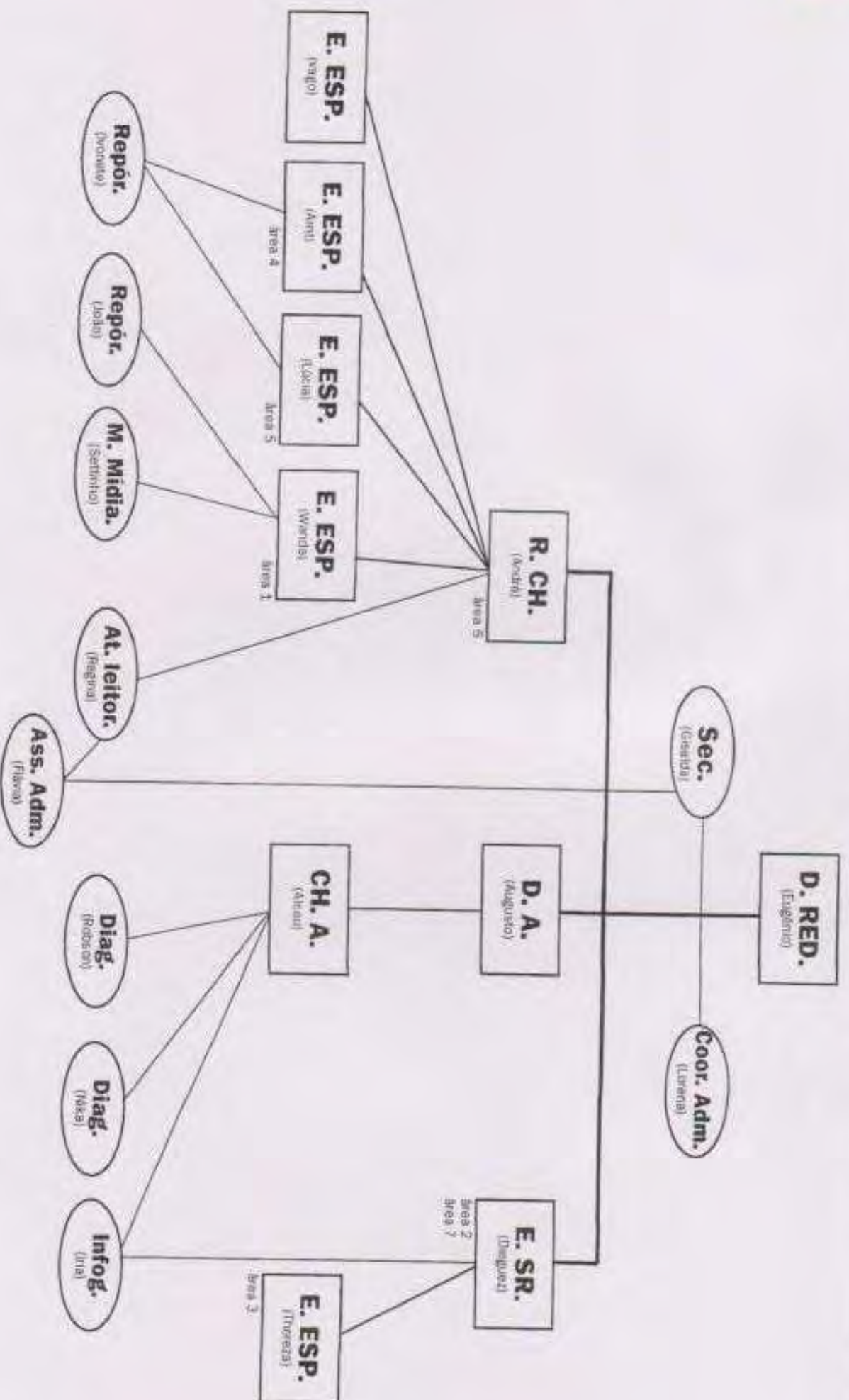


G. Proposta de alteração da planilha de prazos



H. Organograma

Organograma SUPER • novembro 1996



I. Carta de John Parsons

SOLAR DA PONTE, Tiradentes,

28 Setembro, 1997

Caro Celso,

SUPERINTERESSANTE

Aí vão algumas idéias e anotações que já te passei de forma resumida na sua última estadia em Tiradentes. A revista Superinteressante (após de ler os números de Julho e Agosto), me apresentou o mesmo problema que durante 30 anos não consegui resolver a respeito do "Admirável Mundo Novo" (Brave New World) de Aldous Huxley. Ao ler a Superinteressante de Setembro minha própria preocupação íntima me obriga tentar de novo organizar estes questionamentos.

Continuo vendo na revista um magnífico caleidoscópio de eventos e descobertas científicas, incluindo fragmentos da História. Como o Admirável Mundo Novo, a revista sugere que a Ciência nos levará a ter uma vida melhor no futuro. A minha perplexidade é que um trabalho tão lógico, brilhante e reconfortante me torna mais preocupado que confortado. Ambos mostram um mundo no qual a Ciência proverá a satisfação de todas nossas necessidades, as pessoas terão uma vida melhor, se distraindo sem ter preocupações. Porque então esta sensação de insatisfação?

Um comentarista sobre o livro de Huxley (Neil Postman: *Laughing Ourselfs to Death*) diz que ele quis nos dizer, não que queremos nos distrair sem ter que pensar, mas que não percebemos a natureza da distração, nem que deixamos de pensar. Superinteressante oferece uma cornucópia de idéias desconexas, descobertas fragmentadas, e esperanças superficiais que prometem este Admirável Mundo Novo no qual as pessoas não têm que saber do que estão rindo, nem que deixaram de pensar.

Quando Galileu descreveu as fases da Lua, os marés, e a trajetória de projéteis, ele não percebeu a lei universal da gravidade. Tampouco Johannes Kepler que descobriu as propriedades das órbitas elípticas dos planetas sem perceber a atração entre dois corpos. A grande aventura do conhecimento da época era a de Isaac Newton, que percebeu as leis mecânicas e que as mesmas aplicam-se na Terra e no espaço das estrelas. Tenho a impressão de que uma Superinteressante da época teria relatado as descobertas de Copérnico ou Kepler, ou as observações de Tycho Brahe, o telescópio de Galileu, as observações de Descartes sobre mecanismos de animais. Mas a grande síntese de Newton não teria sido publicada. (Na época, faltou Voltaire!).

Nos três números de Superinteressante que li este ano, viajamos até o centro da Terra, ao Polo Sul, e acompanhamos uma sonda do Sol; soubemos de bichos, ondas e funghi no Oceano, de meteoritos de ferro numa lua de Júpiter, do efeito de represas na rotação da Terra, todos fenômenos desconexos. Mas a grande aventura de que eles fazem parte não foi em nenhuma página tratada. Os leitores são tratados como passageiros passivos no "Space-Ship Earth" - metáfora infeliz dos dias de Gargarin. Parece não ter sido notada a tendência recente da ciência de nos ver como participantes num sistema biológico que ganhou o nome de Gaia, que por ter um nome poético, as vezes é considerado não científico.

Muitos fenômenos geológicos descritos com brilho na revista hoje são manifestações da, e as vezes oferecem esclarecimentos sobre, a teoria Tectônica, proposta na década '60 por brasileiros e africanos. Na época a idéia dos continentes em movimento contínuo em cima de placas flutuando no magma foi considerado "pura fantasia" por muitos, mas hoje ela faz parte do conhecimento geral. Cada nova descoberta torna-se mais interessante na medida em que esclarece mais essa teoria, que já entrou no campo da prática. Não duvido que foi tratada em números anteriores do Superinteressante.

Mais recentemente, o Prof. James Lovelock, quase incrédulo quando descobriu indicações de que o conjunto de coisas vivas no Planeta combinam para otimizar as suas condições ambientais, propôs a Hipótese de Gaia. Como no caso da teoria Tectônica, houve objeções da ciência convencional, uma delas sendo a impossibilidade de uma comunicação intraplanetária que permitisse auto-regulação do planeta como um todo. O Prof. Lovelock aceitou a objeção, e a testou com seu agora famoso modelo de computador, o "Daisyworld". Começa a ter aceitação maior o fato de que a homeostase, propriedade de seres vivos, realmente é uma propriedade do planeta Terra. Agora, cientistas no mundo inteiro estão trabalhando na "fisiologia planetária". Longe de funcionar como nave espacial, a Terra tem muitas propriedades de um ser vivo no qual o todo é mais do que a soma das partes, e todos os seres vivos, inclusive o homem fazem parte desse sistema. Talvez a parte inconveniente das aplicações da "Gaia Theory" seja a de que o homem, tanto quanto os outros seres vivos, dos quais as bactérias talvez sejam os mais atuantes, é visto como participante e não como passageiro passivo.

A Superinteressante traz uma bela apresentação, lúcida e acessível, do desenvolvimento da teoria quântica, mas que termina numa vaga promessa de um super-computador; há uma outra discussão envolvendo a Relatividade que termina na eventual possibilidade de viajar no tempo. Ora, a incerteza quântica provoca uma aventura muito maior: desde Newton era possível imaginar aquela inteligência maior que, tendo um conhecimento total das circunstâncias em um instante qualquer, poderia calcular todo o passado e o futuro. Gostaria de pensar que num futuro não muito longe a Superinteressante vai mostrar como a teoria quântica foi um fator que derrubou este "demônio de Laplace" do Universo linear que começou com Newton e Descartes.

Creio que foi Henri Poincaré, no início deste século, que viu como as aproximações das equações Newtonianas para tratar de pêndulos em oscilação, ou planetas em torno de um sol, podem levar a erros enormes quando se trata de situações reais, como interferências no movimento do pêndulo, mais de um planeta, reprodução biológica, etc. Apesar disso, o argumento entre Einstein e Neils Bohr indica que Einstein estava a favor do determinismo.

A minha formação científica nas décadas 1940 e 1950 também era. Tive um ótimo professor que ensinou o "demônio de Laplace". Participei da reconfortante ilusão de que dominamos a Criação, por decreto divino e conhecimento científico. O metáfora do "Grande Relógio" foi aceita por cientistas e teólogos, com seu ponto de encontro no Big Bang, momento de anomalia para a Ciência. A termodinâmica acrescenta a isso a idéia de entropia, análoga à mola do Grande Relógio que perde corda na medida que passa tempo. O Espaço passava inexoravelmente pelo Tempo, e tudo ia acabar numa morte entrópica.

Desde que o computador facilitou a resolução de equações não-lineares, a matemática começa a tratar de sistemas complexos e fora de equilíbrio, portanto perto do Caos (como é a Vida). Logo se percebe que o raciocínio linear de Newton até Einstein ou Bertrand Russell descreve uma parte pouco significativa da realidade. O Universo da Ciência torna-se criativo e inovador de uma maneira nunca imaginada. Maior aventura de idéias não se pode imaginar.

Não acho meu exemplar do livro "Jurassic Park", que vejo como uma metáfora sobre as limitações da matemática linear: o americano acreditou que poderia confinar criaturas de uma outra época de forma que não deixasse nada ao acaso, um sistema "fool-proof". O matemático Malcolm explicou que um sistema dessa complexidade teria alguma imprevisibilidade dentro de sua matemática.. Malcolm foi inconveniente mas infelizmente ele tinha razão.

A história do computador de von Neumann para prever e controlar o tempo é comparável. Os meteorologistas acabaram descobrindo que as equações sempre são aproximações, e que a impossibilidade de definir exatamente as condições iniciais pode levar a situações imprevisíveis.

Para mim, as grandes aventuras do conhecimento de hoje são tão significativas como as da época de Isaac Newton. O conjunto delas realmente promete novas maneiras de pensar num futuro próximo. Resumindo algumas: as descobertas de Ilya Prigogine sobre sistemas dissipativos; as indagações de David Bohm sobre diferentes níveis de causalidade; ou as explicações de Briggs & Peat sobre o impacto de equações não lineares - tão bem explicados no "The Turbulent Mirror", que parece Superinteressante; a "fisiologia planetária" de Lovelock; as extraordinárias visualizações de equações não lineares de Mandelbrot; as pesquisas sobre cognição dos chilenos Maturana e Varela e de Bateson; uma síntese de todo isso é agora anunciada por Fritjof Capra, propondo o fim da perigosa metáfora mecanicista do "Clockwork Universe" em troca de uma visão mais dinâmica. Essas fazem parte da grande aventura de idéias de hoje. Por trás de tudo, a interferência permanente do Caos que, de acordo com os chineses da antiguidade e os matemáticos de hoje, era a fonte de novas criações.

Não posso terminar este comentário sem mencionar como na medicina a visão holística está sendo de novo praticada. A medicina fragmentada e alopática continua a ter resultados incríveis, mas hoje o movimento que vê a participação da saúde da terra, que produz a comida, na saúde da pessoa que a come, e o corpo como um sistema pensante, já consegue avanços na medicina preventiva.

Como diz Anna Maria, nada disso é novidade; está em Hipócrates e Heráclito. Em certos aspectos Platão cede lugar para Aristóteles. Mas creio que Superinteressante conseguiu uma posição importante; Talvez a insatisfação que mencionei no começo da carta venha de sentir o perigo - também sentido por Malcolm no Jurassic Park - atrás de uma fragmentada e visão das maravilhas que a ciência realmente nos proporciona hoje.

Gostaria de saber também se você conseguiu ler até o fim. Ficaria contente se servisse como uma contribuição para esta revista que tanto aprecio.

Com um grande abraço,



Provavelmente o equipe da Superinteressante já sabe da vinda de Gunter Pauli da "United Nations University" de Tokyo, que vai ao Sul em Dezembro, convidado pelo CNPq. Ele tem ótimas idéias sobre como a Ciência pode melhorar a vida, chamadas por ele uma nova - e mais sustentável - Revolução Verde. Podemos esperar uma entrevista pela Revista?

email pauli@hq.unu.edu

ESTÃO OS RESERVATÓRIOS

Inauguração	População beneficiada	Subprefeitura
1999	30 mil	Freguesia do Ó
	15 mil	Freguesia do Ó e Verde

Kassab e Serra culpam chuva

RAFAEL RIBEIRO
rafael.ribeiro@diariosp.com.br

➤ O governador de São Paulo, José Serra, e o prefeito da capital, Gilberto Kassab, culpam a falta de infraestrutura e a intensidade da chuva pela situação das piscinões. Entretanto, o

62 mil metros cúbicos de detritos foram retirados dos pisciões da capital em 2009

O DAEE mantém

15 pisciões em cada um dos distritos do ABCD e Mauá, na Região Metropolitana de São Paulo, na Bacia do Alto Tamaquã.

	Inauguração	População beneficiada	Subprefeitura
ZONA NORTE			
1 Piscinão Bananal	1999	30 mil	Freguesia do Ó
2 Piscinão Rio das Pedras	2000	15 mil	Freguesia do Ó
3 Piscinão Guaraú	2002	30 mil	Casa Verde
ZONA SUL			
4 Piscinão Jabaquara	2000	100 mil	Santo Amaro
5 Piscinão Jardim Maria Sampaio	xxxxxx	160 mil	Campo Limpo
CENTRO			
6 Piscinão Pacaembu	1995	40 mil	Sé
ZONA LESTE			
7 Piscinão Caguaçu	1999	250 mil	São Mateus
8 Piscinão Limoeiro	2000	250 mil	São Mateus
9 Piscinão Aricanduva I	2000	80 mil	São Mateus
10 Piscinão Aricanduva II	2002	25 mil	São Mateus
11 Piscinão Aricanduva III	2002	100 mil	São Mateus
12 Piscinão Aricanduva IV	2002	40 mil	São Mateus
13 Piscinão Aricanduva V	2002	60 mil	Itaquera
14 Piscinão Rincão	2002	160 mil	Penha
15 Piscinão Pedreira/São Mateus	2004	30 mil	Guarapiranga
16 Piscinão Oratório	2007	160 mil	Vila
		xxxxx	160 mil

os por temporais-
Kassab e Serra
culpam chuva

RAFAEL RIBEIRO
rafael.ribeiro@diariosp.com.br

➤ O governador de São Paulo, José Serra, e o prefeito da capital, Gilberto Kassab, culparam a intensidade da chuva pelo caos instaurado anteontem na cidade. Para ambos, por ser instaurado, era inevitável que o torcedor não trouxesse problema.

“O problema foi da natureza. Uma calamidade como a deste ano, temos que rezar para não se repita”, disse Serra.

“Mas quem estivesse tudo diferente, seria inevitável”, afirmou Kassab.

Kassab alega que os comentários para conter a enchente aumentaram e pediu a população para prevenir o dano da sujeira após as chuvas.

Mesmo com o caos na feira, o prefeito não voltou atrás do compromisso de varrer o lixo do centro.

“Acho que R\$ 903 mil mais do que suficiente para o Governador e para as obras para a Marginal Tietê terem ser responsáveis”, afirmou.

Manchovadame

FOLHA DE S. PAULO

Criação de empregos
EUA é a maior em:

Saldo em março foi de 162 mil vagas, mais de 400 mil em maio

Os mercados de trabalho mostram sinais positivos de recuperação desde o início da crise econômica, mas os dados de março mostram que o setor privado ainda não conseguiu recuperar o nível de emprego de 2007, com a criação de 162 mil empregos. No total, o saldo em março foi de 162 mil empregos, o setor privado criou 162 mil empregos e o setor público criou 162 mil empregos. No entanto, o setor privado não conseguiu recuperar o nível de emprego de 2007, com a criação de 162 mil empregos. No total, o saldo em março foi de 162 mil empregos, o setor privado criou 162 mil empregos e o setor público criou 162 mil empregos.

**Americanos vão
estender revista
a cidadãos de
todos os países**

Até a fim deste mês, cidadãos de quarenta nacionalidades estarão inscritos no novo sistema de identificação criado pela FIAU. O objetivo é reconhecer, por meio de biometria, os passageiros que entram no país.

Para a Marinha Brasileira de Atualização e Controle de Imigração (MBCI), em 1954, imigrantes portuários e 14 países, quase todos da América espanhola, foram admitidos.

Padre iguala a antisemitismo acusações à Igreja Católica

FOLHA DE S. PA

na internet

...propaganda paga"
na internet é um equívoco
que só pode ser produzido
pela falta de conhecimen-
to ou pelo erro da sim-
p

Paulo Guedes, presidente do Conselho de Administração da Cavaliereira

[illegible]

...MO EM 199...
...ca 38% do número...

...escolas do Estado de São Paulo...
...quatro Luança (Luança)...

VIDEOMATIAS
Professor da Universidade...
(Grande SP), Luis...
...tuniquita indica que...
...de usar a tecnologia p...

Brasileiros estão entre os que mais se queixam de indisciplina

...são não são os professores...
...com a indisciplina...
...indisciplinados...
...atu...

País e Alunos da...
...Resistência...
...18...
...disciplina em...
...lar, diz que...
...os alunos...
...atuando...

