

Kleiton Renzo Rezk de Oliveira

**A hipótese do Agenda-Setting
Aplicada ao Texto Jornalístico**

Análise da Reportagem de Capa dos Jornais A Crítica,
Diário do Amazonas e Amazonas Em Tempo
do dia 17 de Junho de 2010

Centro Universitário do Norte - UNINORTE
2010

Índice

Introdução	10
1 A Batalha Jornalística	12
1.1 Através do Atlântico para os igarapés de Manaus	12
1.2 A Crítica	16
1.3 Diário do Amazonas	20
1.4 Amazonas Em Tempo	23
2 O que é Importante Você Saber, Decido Eu!	26
2.1 Pauta	26
2.2 Noticiabilidade	27
2.3 Quem é quem no Jogo do Bicho?	32
2.4 Lead e Pirâmide Invertida	37
3 O Boto é o Pai da Criança	40
3.1 Ou, orelha de freira e nota de Cem	40
3.2 “É pro Fantástico?”	43
3.3 Eu, sou você amanhã!	49
4 Modus Operandi	57
5 Corpus	58
5.1 A Crítica	58
5.2 Diário do Amazonas	60
5.3 Amazonas Em Tempo	63
Conclusão	67
Obras Consultadas	70
Anexos	73

Relatório Final apresentado para obtenção de nota na disciplina Projeto Experimental II, ministrada pela Profa. Msc. Leila Ronize, do Curso de Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo do Centro Universitário do Norte – UniNorte/Laureate.

Dedicatória

Dedico a conquista desse degrau especialmente às minhas queridas avós Lenice de Souza Rezk e Janilde Barroso de Oliveira (in memoriam). Sem a luta dessas duas caboclas em educar seus filhos, eu jamais estaria aqui para escrever estas linhas: Ícaro, isto é seu.

Agradecimento

Mãe, obrigado por tudo. De todo o meu coração agradeço a dedicação que a senhora tem em nos educar e nos transformar em homens conscientes de nosso papel na construção de uma sociedade mais justa e honesta. É com esse carinho que procuro orientar nosso amado Pequeno Urso para um futuro melhor. Amo Você.

Pai. Ao senhor meu carinho e admiração pelos longos anos de luta em nos manter seguros e protegidos do frio.

Eliane e Ícaro, sem o carinho, apoio e compreensão de vocês pelos longos dias de distanciamento, esse trabalho jamais seria concluído. Amos os dois.

Meus agradecimentos à Profa. MSc. Leila Ronize, por toda a paciência dispensada durante o processo de criação deste trabalho e a amizade conquistada nesses anos de academia.

Meu sincero obrigado ao Prof. Dr. Sérgio Freire, pela generosidade em compartilhar seu conhecimento em AD. Nos vemos no Mestrado.

Obrigado à Profa. MSc. Marta Rocha, que apesar dos meus esforços, conseguiu ver através da camada de gelo. Agradeço à Profa. MSc. Tânia Brandão pelas longas discussões que ajudaram a criar a coragem para vôos mais altos; à Profa. MSc. Tatiana Lima por sua inestimável

amizade e as primeiras palavras que trouxeram a inquietação deste projeto; e à Profa. MSc. Edilene Mafra pelo apoio inesperado quando nada mais estava claro e o que precisamos é apenas de um empurrão.

Obrigado.

Epígrafe

*“Irmão, opinião quem dá é o dono do Jornal.
Quer opinar, funda um”.*

*Umberto Calderaro Filho,
fundou o jornal A Crítica*

Resumo

A hipótese do Agenda-Setting Aplicada ao Texto Jornalístico - Análise da Reportagem de Capa dos Jornais A Crítica, Diário do Amazonas e Amazonas Em Tempo do dia 17 de Junho de 2010, é um trabalho que propõe uma discussão sobre como agem os quatro condicionantes de agendamento identificadas por Mauro Wolf (1995) no texto jornalístico: Focalização, *Framing*, Associação e Relevância. Partimos primeiro da premissa de acabar com o mito da objetividade, e demonstramos isso através da evidência de elementos no texto produzido que constituem o *corpus* de nosso trabalho. Após esse momento, levantamos os pressupostos teóricos que norteiam a hipótese do Agenda-Setting. Nesse momento sentimos a necessidade de entendermos como agem os elementos formadores do discurso, e para isso abrimos um momento em nosso trabalho para conhecer melhor a Análise de Discurso (AD), defendida por Orlandi (2003) e Brandão (2002). Esse passeio pelo Discurso nos deixou mais à vontade para a análise do *corpus*, uma vez que a AD coloca no mesmo paneiro: o sujeito, a história e a língua, e dessa forma apresenta o contexto social e político que entra como elemento fundamental para a compreensão do discurso. Acreditamos que a hipótese do agendamento proposto por Wolf (1995) se apresenta como uma lição inicial para o aprofundamento da questão em torno do texto jornalístico quando este se apresenta como criador e mantenedor da formação de uma pretensa ‘opinião pública’. Logo, partimos do agendamento para compreender melhor a construção do texto noticioso.

Palavras-chave: Teoria da Comunicação, Agenda-Setting, Opinião Pública, Angulação, Agendamento, Objetividade e Análise de Discurso.

Abstract

The hypothesis of Agenda-Setting Applied to Text Journalistic – Cover Story Analysis of Newspaper A Critica, Diário do Amazonas e Amazonas Em Tempo on June 17, 2010, is a work which proposes a discussion on how to act the four constraints schedule identified by Mauro Wolf (1995) in the newspaper text: Focus, Framing, Matching and Relevance. We start from the premise of the first to break the myth of objectivity, and demonstrate this through the evidence produced in the text elements that constitute the corpus of our work. After this time, we raised the theoretical assumptions that guide the hypothesis of Agenda-Setting. At this moment we feel the need to understand how they operate the building blocks of speech, and for a moment that we open our work to better understand the Discourse Analysis (DA), advocated by Orlandi (2003) and Brandão (2002). This tour of the Speech made us more comfortable for the analysis of the corpus, since the DA puts in the same basket the subject, history and language, and thus presents the social and political context that comes as key to understanding the speech. We believe that the hypothesis of the schedule proposed by Wolf (1995) presents itself as an initial lesson to develop the issue around the journalistic text when that presents itself as the creator and maintainer of the formation of an alleged 'public opinion'. Therefore, we set the schedule to better understand the construction of the news text.

Keywords: Communication Theory, Agenda-Setting, Public Opinion, Keystone, Scheduling, Objectivity and Discourse Analysis.

Introdução

O que leva as pessoas a terem uma opinião? Qual o papel do jornalismo na formação dessa opinião? E quando várias pessoas têm o mesmo pensamento sobre determinado assunto?

Essas perguntas inquietam porque nos deixa uma leve impressão de que algo está por traz de todo esse processo. Um ser invisível que permeia todos os ambientes e classes sociais ajudando a formar uma legião de pessoas com o mesmo ponto de vista. A construir o que comumente chamamos de ‘opinião pública’.

Nosso trabalho propõe discutir essa força, esse ser invisível, que paradoxalmente é vendido em qualquer esquina da cidade: a notícia. Através da hipótese do agendamento iremos demonstrar que o texto jornalístico se propõe, antes de tudo, a manter seus leitores num círculo vicioso de auto-alimentação de informação.

Antes, porém, achamos melhor contextualizar os primeiros momentos da imprensa no mundo e logo depois no Brasil, e a posterior chegada ao Amazonas. É com essa preocupação que construímos o primeiro capítulo desse trabalho, que chamamos de ‘A Batalha Jornalística – A viagem através do Atlântico até os igarapés de Manaus’. Aqui tratamos de mostrar de forma sucinta o nascimento da imprensa junto ao vapor da Revolução Industrial no início do século XVIII. Pouco depois no Brasil já percebemos a chegada da imprensa, primeiro de forma clandestina, mas depois oficializada no Segundo Reinado com a Imprensa Oficial. No Amazonas, à 3 de maio de 1851 conhecemos o primeiro jornal a circular em Manaus, o Cinco de Setembro. Com um pequeno salto na história iremos apresentar um breve resumo do que foi o surgimento dos três jornais que circulam hoje em Manaus e que possuem o *corpus* de nosso trabalho.

No segundo capítulo, que chamamos de ‘O que é importante você saber, decido eu!’, nosso trabalho irá fornecer os elementos jornalísticos que nos permitirão reconhecer o nosso *corpus* como produto noticioso: a pauta, a notícia e reportagem, lead e a pirâmide invertida. Através da contribuição de Kotscho (2004) vamos entender como a Pauta foi um grande instrumento no início do jornalismo moderno brasileiro. Mas será com Rossi (1994) que a realidade segregadora da Pauta nos será apresentada.

Delimitamos nossa análise nas reportagens de capa dos jornais A Crítica, Diário do Amazonas e Amazonas em Tempo do dia 17 de junho de 2010, um dia depois da visita do presidente Lula à Manaus. É através, principalmente, dos conceitos de noticiabilidade reconhecidos em Mauro Wolf (1995) que vamos tratar as reportagens.

Após o conhecimento de quais tipos de assuntos geram interesse noticioso, partimos para um terreno delicado para o jornalismo: a objetividade. No terceiro capítulo do nosso trabalho, chamado de ‘O Boto é o pai da criança’ trataremos principalmente de fornecer uma visão definitiva para por fim a esse misticismo em torno da imparcialidade. Logo após, veremos como o jornalismo político está ligado à gênese do jornalismo como um todo, além de ser a menina dos olhos dos políticos interessados em conseguir uma boa quantidade de votos através do ‘agendamento’, premissa de nosso trabalho.

Por fim, antes de partimos para o confronto direto com nosso *corpus*, achamos prudente darmos uma volta sobre os conceitos formadores do Discurso, através principalmente dos apontamentos de Orlandi (2006) e Brandão (2002) para quem a constituição de um sujeito reprodutor de discursos é o que constrói a estrutura principal da ‘opinião pública’.

A partir do levantamento dessas informações conseguimos definir nossa metodologia de trabalho para análise desse material, dividindo em dois momentos o confronto de informação: no primeiro, tratamos de identificar nos textos as características, que chamamos de ‘Elementos do Jornalismo’, que legitimaram a publicação das reportagens como textos noticiosos. No segundo momento, identificamos o que chamamos de ‘Elementos do Agendamento’. Nesse ponto elegemos os trechos que as reportagens possuíam que denunciam o uso de intenções pré-definidas com a finalidade de dar um direcionamento específico ao teor da matéria, de forma a fornecer ao leitor uma ideia já construída.

É através desse processo que iremos propor uma análise das reportagens de nosso *corpus* através da ótica do agendamento proposto pela hipótese do Agenda-Setting.

1 A Batalha Jornalística

1.1 Através do Atlântico para os igarapés de Manaus

O jornalismo, como bem pontua Clovis Rossi a despeito de qualquer definição hermética que possamos dar, “é uma fascinante batalha pela conquista das mentes e corações de seus alvos: leitores, telespectadores e ouvintes” (ROSSI, 1994, p. 7)¹. Não por acaso, Rossi usa como termo chave em sua frase, a palavra “batalha”, como forma de externar sua compreensão do que é fazer jornalismo: uma guerra. E vai além:

Uma batalha geralmente sutil e que usa uma arma de aparência extremamente inofensiva: a palavra, acrescida, no caso da televisão, de imagens. Mas uma batalha nem por isso menos importante do ponto de vista político e social, o que justifica e explica as imensas verbas canalizadas por governos, partidos, empresários e entidades diversas. (ROSSI, 1986, p. 7)

Porém antes de chegar ao padrão que hoje conhecemos, *o fazer jornalístico* passou e ainda passa por transformações em seu estilo de registrar a história. Cabe a nós fazer um breve comentário sobre como foi o início da imprensa na era moderna de modo a contextualizar o jornalismo contemporâneo.

Chamada de *o quarto poder*², a imprensa possui no mundo moderno a capacidade de criar heróis e vilões, mentir e omitir a verdade, construir ou derrubar governos, além de manter ideologias, quaisquer que sejam, e as mais diversas, diariamente divulgadas a seus receptores.

No livro *A História da Imprensa no Brasil*, Nelson Werneck Sodré, faz uma profunda análise de como o surgimento da imprensa está diretamente ligado a ascensão da sociedade capitalista³:

¹Após a explosão da Internet, acrescentamos a figura do *internauta* para dar mais volume aos “alvos” do jornalismo.

²No livro *História da Imprensa*, dos americanos P. Albert e F. Terrou, com tradução de Edison Darci Heldt, os autores afirmam ter sido Burke, em 1787, quem cunhou o termo à imprensa inglesa, por sua atividade política constante no século XVIII.

³A leitura do livro de Sodré trará uma boa compreensão de como foi a formação da imprensa brasileira durante o seu desenvolvimento com o país. A nós, cabe apenas a relação entre Imprensa e Capitalismo exposta pelo autor.

a imprensa nasceu da necessidade de manter as potências socioeconômicas acima das massas e dos indivíduos, facilmente perceptível pela constatação da influência que a difusão impressa exerce sobre o comportamento dessas pessoas. (SODRÉ. 1999).

Travancas (1993) sintetiza na primeira Revolução Industrial (séc. XVIII) o *boom* da imprensa no resto do mundo. Essa imprensa ainda estava inicialmente mais preocupada com interesses mercantis e políticos, e será apenas com a Revolução Francesa, em 1789, que se começa a fazer jornais como os conhecemos hoje, com várias páginas e assuntos diversos: um espaço de opinião e polêmica. É de 1704 o primeiro jornal criado nos Estados Unidos, o *Boston News Letter* e a partir desse ponto, foram criados pelo menos 29 jornais diários na América do Norte. (TRAVANCAS, 1993).

No Brasil a imprensa viria da Inglaterra, em Londres, através do jornal *Correio Brasilense*, criado em 1º de junho de 1808 e editado pelo brasileiro Hipólito José da Costa. Esse jornal procurava passar pela censura imposta pela monarquia portuguesa e abordava temas políticos chegando clandestinamente ao Brasil nos navios de linha comercial vindo do Velho Mundo.

...com atraso de três séculos que se inaugura a imprensa no Brasil, em 1808. A administração colonial portuguesa impede a tipografia e o jornalismo até a chegada de D. João VI. Em maio, instala as oficinas de impressão Régia e, em setembro, faz circular a *Gazeta do Rio de Janeiro*. (BAHIA, 1990, p. 9)

Após o fim da censura, novos periódicos aparecem no Brasil (podemos citar o *Diário do Rio de Janeiro*, o *Revérbero Constitucional Fluminense* e a *Sentinela*, todos de tom panfletário e favoráveis à independência do Brasil), mas é apenas no Segundo Reinado que nasce uma nova fase da história da imprensa brasileira, que deixava de ser essencialmente política e polêmica para torna-se mais literária e mundana. São dessa época, o *Jornal do Commercio*, a *Gazeta de Noticias* e o *Estado de S. Paulo*. (TRAVANCAS, 1993, p. 19).

Com a virada do século, a imprensa descobre a publicidade e passa a ter uma perspectiva empresarial, até então inexistente. As páginas dos jornais não se destinam apenas à política e literatura, mas abrem espaço agora para as entrevistas e reportagens ao estilo europeu e americano, o noticiário esportivo, a crônica.

Nesse ínterim o Amazonas já contava com algum tipo de imprensa desde meados de 1851, com o jornal *Cinco de Setembro*, lançado a 3 de maio daquele ano (SANTOS, 1990), pouco mais de um ano após a elevação do Amazonas a categoria de Província, desligando-se do Pará. Mas isso ocorreu tardiamente em detrimento das demais unidades brasileiras, principalmente pelo fato de que no Amazonas se falava o Nheengatu, e outras línguas indígenas, deixando a língua Portuguesa de lado.

Nesse primeiro momento os jornais publicados no Amazonas praticavam uma imprensa limitada aos atos governamentais e anúncios de senhores de escravos, ou comerciantes em geral. Essa situação começa a mudar com o aumento da industrialização e exportação da borracha, trazendo investimento em novos parques gráficos e, sobretudo de tipógrafos portugueses (SANTOS, 1990).

O Amazonas, a exemplo de outras áreas como energia elétrica e transporte, recebeu investimento no jornalismo nos idos dos séculos XVIII e XIX. Tivemos jornais de estilo panfletário, constituídos em “anarco-sindicalistas” e pasquins que se dedicavam a publicar a vida íntima do povo. Jornais operários, que “atacavam os burgueses enfatuados e fedorentos”, entre eles *Lucta Social* (1914), *Gutemberg* (1891), *A Tribuna do Caxeiro* (1908), *Confederação do Trabalho* (1909), *Folha Marítima* (1916), *O Constructor Civil* (1902) e *A Vida Operária* (1920). “Esse jornais tiveram um papel importante na luta desses trabalhadores por melhores condições de vida” (SANTOS, 1990).

Outra categoria com representação no jornalismo baré foi o estilo “bisbilhoteiro e escandaloso”. Destaque para o K.C.T., *O Bohemio* (1906), *O Namoro* (1902), *O Pau* (1912), *O Pun* (1916), *O Bentivi* (1910), *O Beijo* (1896) e *O Nu* (1903). “E tantos outros com linguagem desabusada e ousada (que) publicam aspectos da vida privada de membros de famílias que ocupavam posições dominantes na sociedade local” (SANTOS, 1990).

Este tipo de imprensa vai atravessar todo o chamado período áureo da borracha, convivendo lado a lado com o jornalismo ou a imprensa de opinião, geralmente vinculada a um partido político, que tenta tomar posicionamento de caráter ideológico. (SANTOS, 1990, p. 20)

Entre os jornais que procuravam fazer uma linha mais política ou crítica destacam-se o *Abolicionista do Amazonas* (1884), *O Ajuricaba* (1902), *Amazonas* (1866-1922) ligado ao Partido Conservador e depois ao Partido Republicano, o *Diário do Amazonas* (1873) ligado ao Partido Republicano Federal, o *Estado do Amazonas* (1892) do Partido Nacional do Amazonas. A *Federação* (1895-1902) do Partido Republicano Federal e *O Operário* (1892) do Partido Operário do Amazonas. Mais próximo, já no século XX temos o aparecimento dos jornais, *O Socialista* (1936) ligado ao Partido Socialista do Amazonas, *O Jornal do Commercio* (1904) e o *A Crítica* (1949).

A imprensa informativa no Amazonas é um fenômeno relativamente novo que paulatinamente vai substituindo o jornalismo do tipo literário ou político (de opinião). *Nessa fase de transição encontramos jornais preocupados em dissimular o seu posicionamento político e ideológico, utilizando-se de uma pretensa neutralidade*⁴. Geralmente se intitulam órgãos independentes. Uma análise mais profunda do conteúdo de suas matérias, editoriais e artigos demonstra que apenas utilizam-se de uma forma mais sutil de conquistar o apoio da opinião pública. (SANTOS, 1990, p. 22)

A partir de 1980 firmam-se no mercado editorial amazonense os jornais *A Crítica*, *Diário do Amazonas*, *Amazonas Em Tempo*, *A Notícia*, *O Povo do Amazonas* e o *Correio Amazonense*. Destes apenas os três primeiros continuam circulando e suas reportagens de capa do dia 17 de junho de 2010, que tratam da visita do Presidente Luis Inácio Lula da Silva à Manaus, serão objetos de estudo deste trabalho. Cabe-nos fazer uma apresentação dos referidos jornais que compõem o nosso corpus,

⁴ Grifo nosso.

porém, não aprofundaremos essa análise por não ser pertinente ao trabalho, portanto apenas um relato do surgimento de cada periódico.⁵

1.2 A Crítica

Ano de Fundação: 1946

Subtítulo: “De mãos dadas com o povo”

Formato: Formato Standard – 31,5 x 60,5cm; 32 páginas (sem Classificados), 9 Colunas⁶; 10 Cadernos (Tema do Dia, Política, Brasil, Mundo, Últimas, Cidades, Economia, Oportunidade, Bem Viver e Craque)

Periodicidade: diário/matutino

Lugar de publicação: Av. André Araújo, nº 1924, Aleixo – Manaus

Diretor proprietário: Ritta de Araújo Calderaro

Diretores de Redação: Aruana Brianezi, Rodrigo Araújo

A CRÍTICA, no início era uma edição muito pobre, um tablôide de quatro páginas, para concorrer com os jornais já existentes, mas saiu com grande sucesso e foi alcançando êxito...” (PORTO *apud* PINA, 2010, p. 36)”.

O jornal começou a circular em Manaus sempre às 11h, já que dependia das máquinas impressoras do empresário Aguinaldo Acher Pinto, que naquele momento já rodavam os jornais *O Jornal e o Diário da Tarde*. Outro detalhe é que o A Crítica foi o primeiro a circular de segunda a sábado, ganhando espaço significativo nas vendas.

A CRÍTICA teve em seu início duas fases. Do primeiro número lançado em 1946 até o número 129, as edições foram impressas na *rotoplana* da *Empresa Archer Pinto*,

⁵Para tanto utilizaremos dados atualizados em 2010, data desta dissertação. Para fins de conhecimento histórico, a leitura do livro *Cem Anos de Imprensa no Amazonas*, fichado aqui, trará uma análise profunda dos jornais e seus proprietários fundadores e linha de atuação. Além dos livros dos jornalistas Daisy Melo e José Pina que tratam dos jornais Diário do Amazonas e A Crítica, respectivamente.

⁶Iremos considerar apenas colunas de opinião, de acordo com a classificação defendida por José Marques de Mello (2003) para jornalismo opinativo.

não tendo uma circulação regular. “(...) Umberto atrasou o pagamento ao Aguinaldo, que suspendeu a impressão do jornal. Não tinha dinheiro nem para pagar os atrasados, nem para comprar uma máquina nova. A Cúria Metropolitana possuía um prelo *Marinoni* que fôra de *A Reação*, um jornal católico que circulou em Manaus, e que estava parado, sem uso, (Dom Alberto Gaudêncio Ramos) mandou chamá-lo (Calderaro) e colocou esta máquina à sua disposição, então *A CRÍTICA* voltou em uma nova fase” (CALDERARO *apud* PINA, 2010, p. 46 e 47).

Essa segunda fase do *A Crítica* viria a começar no dia 19 de abril de 1949, nesse momento o jornal teve o mérito de trazer de volta a Manaus o amazonense Paraguassú de Oliveira, vindo do Rio de Janeiro, tornando-se o primeiro jornalista a chegar à capital amazonense com curso superior em Comunicação, tendo trabalhado em *O Globo* e no *Jornal do Brasil* (PINA, 2010).

Criado pelo empresário Umberto Calderaro Filho, o jornal *A Crítica* no início fazia oposição ao governo de Leopoldo Peres, um dos políticos amazonenses que sofreu com as críticas feitas pelo jornal. As matérias refletiam a insatisfação da população com a manutenção “das companhias de serviços públicos, anteriormente administrados por grupos estrangeiros” (SANTOS, 1990, p. 72). “Para mostrar seu grau de independência, publicava uma coluna intitulada ‘Para o Pudico’⁷ lêm na rêde’ (...), todas as notas eram alfinetadas em seu governo onde se comentavam os erros e desacertos do governador” (PINA, 2010, p. 62).

Santos (1990) deixa entender que o jornal *A Crítica* ora brigava a favor, ora contra determinado posicionamento político de acordo com interesses de seu fundador, em detrimento do interesse público, diz ele: “Em alguns números combate o governo de Getúlio Vargas e (em outros) a volta ao poder do ex-ditador” (SANTOS, 1990, p. 72).

Tempos difíceis o *A Crítica* atravessou, principalmente porque era um jornal de oposição ao Governo. Um dia um dos anunciantes que era fornecedor do Estado, procurou Calderaro. Vinha pedir que seu anúncio não fosse mais

⁷Este era o apelido dado pela população ao governador Leopoldo Peres.

publicado, mas que podiam continuar faturando, o que ele queria era não se indispor com o Governo. Calderaro recusou a oferta e retirou o anúncio. (AZEVEDO *apud* PINA, 2010, p. 82).

A Crítica foi o primeiro jornal a publicar uma coluna específica de notas sobre sociedade e política. A *Sim e Não*, inicialmente “informativa e opinativa, (...) onde eram revelados comentários dos bastidores da política, economia, vida cultural e o cotidiano da cidade” (PINA, 2010, p. 64), hoje, após 61 anos de jornal, tornou-se uma das colunas de opinião mais respeitadas da Região Norte.

Após uma década de fundação a sede do A Crítica foi atacada. Uma bomba jogada por dois desconhecidos destruiu o escritório de Calderaro no dia 20 de janeiro de 1959. Hoje existem duas versões para o caso, a primeira diz que o mandante do atentado foi o então governador Plínio Ramos Coelho, “a raiva do Plínio é que ele não queria que o A Crítica publicasse nada dos outros partidos e Umberto, (...) publicava” (CALDERARO *apud* PINA, 2010, p. 85). A segunda, diz que o mandante foi o então Senador, Gilberto Mestrinho. “A Crítica estava incomodando muito o governo. Sempre tive bom relacionamento com o Senador Gilberto Mestrinho, (...), foi a mando dele que os dois cidadãos atiraram um ‘coquetel molotov’ (...), disse (Gilberto Mestrinho): – nós precisamos dar um susto nesse Calderaro” (AZEDO *apud* PINA, 2010, p. 86).

À História caberá a missão de desmistificar esse episódio, certo que, o que nos interesse nesse trabalho é o motivo por trás do atentado: mais uma vez, percebe-se que quando não está entrelaçado aos meandros políticos, o jornalismo é visto como inimigo, e portanto, combatido⁸. Após esse episódio, se não estava evidente que o jornal A Crítica tinha posicionamento, na campanha seguinte, compra a briga de um dos concorrentes:

⁸Mais recente, menos destruidor, porém com mesmo efeito coercivo, ocorreu em 30 de setembro de 2006 quando o então candidato a reeleição ao Governo do Estado, Eduardo Braga, conseguiu liminar no Tribunal Regional Eleitoral (TRE) que lacrava a Tv A Crítica por 24 horas. Advogados da emissora conseguiram diminuir a censura para 18 horas. A TV voltou ao ar no dia 1º de outubro de 2006. Braga era reeleito governador nesse ano.

A *CRÍTICA* se empenhou na eleição de (Paulo) Nery, que é derrotado. Plínio Ramos Coelho assume seu segundo mandato e, em 1964, é cassado. Arthur César Ferreira Reis é nomeado governador pelos militares, surgindo então, aquele período em que não tínhamos eleição. A eleição era só para o Legislativo e para o cargo de Senador. Nesse tempo a grande estrela foi sem dúvida Fábio Lucena, que era jovem e trabalhava no Banco do Brasil. Uma pena brilhantíssima, que em 1968 começa a escrever artigos em *A CRÍTICA*. Gilberto Mestrinho volta ao poder como governador, em 1982, através de eleições diretas, e daí para frente a história é conhecida de todos⁹ (PINA, 2010, p. 89).

A década de 60 começa a mostrar que o *A Crítica* estava consolidado no mercado editorial de Manaus. Naquele período *O Jornal* e *O Jornal do Commercio* travavam uma briga para ver quem não cairia. A derrota ficou com *O Jornal* que veio à falência. Nesse buraco deixado pelo periódico o *A Crítica* começou a crescer no gosto popular, deixando *O Jornal do Commercio* cada vez mais segmentado. Em 1969 é lançado o jornal *A Notícia*, que se torna concorrente direto do *A Crítica*. “Foi uma briga muito feia no final dos anos sessenta, com insultos de ambos os lados, através de editoriais de primeira página. Fábio Lucena escrevia os de *A CRÍTICA*, enquanto Andrade Neto, redigia os de *A Notícia*”. (PINA, 2010, p. 95). Foi nesse ano também que a redação do jornal ganhou um teletipo e um telex que recebiam as notícias das agências e migrou para o sistema *off-set* de impressão.

Entre as décadas de 70 e 80 Calderaro conseguiu êxito com o jornal *A Crítica*, e através da influência conquistada ao longo desses quase 40 anos construiu o que chamou de “Cidade das Comunicações”, onde agregou não só a redação e o parque gráfico do jornal, como a Rádio Jornal *A Crítica* (atualmente, Nova *A Crítica* FM) e a emissora de TV Baré, hoje a TV *A Crítica* transmite programação local e é afiliada da TV Record, de São Paulo.¹⁰

⁹ A leitura do livro *A Dança dos Botos – E Outros Mamíferos do Poder*, do jornalista Orlando Farias traz uma análise de quase 30 anos de alternância no poder do Estado do Amazonas entre Gilberto Mestrinho, Amazonino Mendes e Eduardo Braga.

¹⁰ Nosso trabalho não pretende fazer um grande estudo sobre a vida e patrimônio

A década de 90 marcou o falecimento do fundador de A Crítica, Umberto Calderaro Filho, falecido em 1995. Muito se especulou que o jornal deixaria de circular, iria perder força até chegar a extinção. Nesse período, em 1996 surge o *Jornal do Norte* para concorrer com o A Crítica pela liderança de vendas. “Foi atribuído a Gilberto (Mestrinho) a propriedade do *Jornal do Norte*, porém sua criação deu-se por inspiração de Amazonino (Mendes), tendo Mestrinho entrado de gaiato na história” (CORREA *apud* PINA, 2010, p. 135). O *Jornal do Norte* chegou a ter como editor chefe o jornalista Paulo Markum, não sobreviveu ao segundo ano de lançamento.

Passados 61 anos de jornal A Crítica, agora sob a tutela de Dona Rita Calderaro, termina 2010 como um dos jornais mais lidos da Região Norte. Reformulado graficamente, está mais ágil e dinâmico.

1.3 Diário do Amazonas

Ano de Fundação: 1985

Sub-Título: “Informação com Qualidade”

Tamanho: Formato Berliner – 27,5 x 38,5cm; 27 páginas (sem Classificados), 2 colunas, 6 cadernos (Opinião, Amazonas, Brasil, Mundo, Plus e Vencer)

Periodicidade: diário/matutino

Lugar de publicação: Av. Djalma Batista, nº 2010, Chapada. Manaus – Amazonas.

Diretor proprietário: Cassiano Anunciação

Diretor de Redação: Sérgio Bártholo

Apesar de possuir um jornal homônimo do início do século XIX, o Diário do Amazonas atual não é o mesmo jornal publicado nos idos de 1873. A história do Diário do Amazonas publicado hoje começa no dia 15 de março de 1985 através do empresário de hotelaria Cassiano Cirilo Anunciação.

de Umberto Calderaro Filho, tratamos apenas de descrever de forma coerente a biografia do nosso corpus, o jornal A Crítica. Para conhecimento de todo o processo de nascimento da “Cidade das Comunicações”, bem como a vida de seu fundador, vale a leitura do livro A Crítica – Uma Aventura Jornalística na Amazônia, do jornalista José Pina.

De acordo com informações de Cassiano Anunciação contidas no histórico da empresa, o Diário do Amazonas foi idealizado para oferecer um espaço aos humildes para reclamar seus direitos. O empresário afirma que, nos primeiros anos de atividade, o jornal dedicou-se aos problemas comunitários, conquistando um caráter de veículo eminentemente popular. Na verdade, o termo adequado a ser usado seria o *popularesco*, pois o jornal possuía, naquele período, uma linguagem mais coloquial acessível à massa e também garantia grande destaque às notícias policiais, que atraíam, geralmente, a curiosidade das classes mais baixas. Por outro lado, o empresário destaca ainda no histórico da empresa que o principal assunto dos editoriais do jornal era a defesa do modelo do Pólo Industrial e do Comércio da Zona Franca de Manaus (ZFM) (MELO, 2009, p. 54).

Através da jornalista Daisy Melo (2009), soubemos que o Diário do Amazonas em seus primeiros anos de vida não foge muito à prática seguida pelos jornais emergentes daquele cenário pós-Ditadura Militar e abertura política: busca, antes, a venda de exemplares explorando o jornalismo sensacionalista “com manchetes ‘sangrentas’ de cunho policial, o caráter sensacionalista do periódico era explícito até nas cores adotadas pelo projeto gráfico: o preto e o vermelho” (MELO, 2009, p. 58). As matérias de caráter político se restringiam a divulgação dos atos governamentais sem aprofundá-los, meramente produzindo um jornalismo de publicação de factuais.

Esse estilo jornalístico iria perdurar nos anos iniciais da década de 80 e até meados de 1997, quando o fortalecimento da economia permitiu investimentos em infra-estrutura e parque gráfico. Nesse período o jornal mudou seu projeto gráfico duas vezes, sempre procurando modernizar a linguagem visual.

Por outro lado a linha editorial no início da década de 90 já começa a ser explorada para as classes A e B da população interessados em assuntos do cotidiano e interesses políticos e econômicos. Melo (2009) define esse momento como uma tentativa feita pelo Diário do Amazonas de possuir uma linha editorial mais flexível, procurando atingir mais camadas da população.

Em 2007 o Diário do Amazonas começa um processo de mudança editorial mais voltado para o jornalismo político, dando importância para as reportagens com maior acuidade na apuração e visando um aspecto de formador de opinião e saindo definitivamente do estilo popular (MELO, 2009). Nesse ano também começa uma campanha de marketing direcionada para captar o investimento em publicidade do setor privado, abrindo mão, ou evitando o investimento público vindo dos anúncios do Governo do Estado do Amazonas ou da Prefeitura Municipal de Manaus.

“A gente sabia que o jornal passaria por dificuldades financeiras, porque ele deixaria de ter como receita os anúncios institucionais dos governos e essa fatia de participação é exorbitante, faz falta no orçamento. Mas, foi o que a direção apostou. (...) Jornal do Norte, Correio Amazonense e O Estado do Amazonas possuíam potencial, uma equipe de profissionais boa e tinham o melhor em termos tecnológicos, como rotativas e equipamentos. Só que por trás de tudo isso, tinha a questão financeira. Enquanto o grupo político estava aliado a esse jornal, se conseguia ir de ‘vento em popa’. Mas a partir do momento que esse grupo deixava o jornal, a coisa não funcionava, porque o que mais sustentava esse jornal não eram as vendas avulsas, que são as vendas nas bancas e com os jornalheiros, e a venda de espaço publicitário” (REIS apud MELO, 2009, p. 61 e 62).

Em 2009 o Diário do Amazonas torna-se o primeiro do Estado a utilizar o formato Berliner¹¹ o que reduziu os gastos em impressão e o preço de capa para R\$ 0,50. De acordo com Melo (2009) paralelo a esse momento, o jornal passou a receber mais investimentos do setor privado e adotou uma posição mais crítica.

Essa linha independente foi explorada por uma campanha de marketing agressiva e polêmica do jornal. Foi quando o

¹¹Formato intermediário entre o padrão Standard e o Tablóide. Segundo Melo (2009, p. 69), “o objetivo do projeto é conquistar novos leitores, principalmente, os jovens, oferecendo um formato de impressão moderno para a nova geração de leitores, e com um preço mais acessível”.

jornal começou a usar o slogan ‘A Informação com Credibilidade’. “Lançamos a campanha que mostrava que nossas matérias apontavam os erros do executivo e do judiciário. A ideia era mostrar: ‘olha, estou do teu lado. Esse é um jornal novo. É essa linha que tem o Diário”. (Melo, 2009, p. 72).

1.4 Amazonas Em Tempo

Ano de Fundação: 1987

Sub-Título: “Informação de Oportunidade”

Formato: Formato Standard – 32 x 56cm; 24 páginas (sem Classificados), 8 Colunas, 8 Cadernos (Dia a Dia, Últimas, Política, Economia, País, Mundo, Platéia e Lance, este um suplemento de 16 páginas anexo ao jornal.)

Periodicidade: diário/matutino

Lugar de publicação: Rua. Dr. Dalmir Câmara, 623 – São Jorge. Manaus – Amazonas.

Diretor proprietário: Otávio Raman Neves

Diretores de Redação: Trícia Cabral, Lúcia Saito

Criado em 1987 pelo empresário Marcílio Junqueira e sua esposa, a advogada Hermengarda Junqueira, o jornal Amazonas Em Tempo surgiu com a proposta de fazer um jornalismo moderno voltado principalmente para a divulgação do Pólo Industrial de Manaus (PIM).

Dizem que uma cidade se conhece por suas praças e jornais. Se isso é verdade, Manaus começou a viver uma nova história com o surgimento do Em Tempo, há 20 anos, um jornal que revolucionou conceitos da imprensa e, em determinados momentos, protagonizou a história política, econômica e cultural de nosso Estado. (ADOLFO, 2007, p. E/1).

Mário Adolfo (2007) diz que o jornal nasceu de uma briga entre Hermengarda e o dono do A Crítica, Umberto Calderaro Filho. A motivação partiu de numa frase ouvida pela jornalista, na ocasião Calderaro

não teria gostado de uma nota publicada na coluna que a jornalista assinava no A Crítica e teria dito: “se quer escrever o que bem entender, faça seu próprio jornal” (*idem*).

Logo na primeira edição lançada no dia 6 de setembro de 1987, o Amazonas Em Tempo chama atenção. O projeto gráfico foi feito pelo designer Tide Hellmeister que criou um desenho que ia contra ao padrão existente nos jornais locais daquele período, “em que as diagramações eram quadradas, os textos demasiadamente longos, as fotos reduzidas” (*idem*).

No início do jornal, muitos torceram o nariz pela sofisticação na diagramação, o zelo com a fotografia e o compromisso de ouvir os dois lados da notícia, coisa que também não era comum naquele tempo. “É um jornal para ingleses que circula na aldeia!”, disse certa vez, o editorialista do jornal concorrente. “Não dura seis meses”, preconizou um poderoso proprietário de jornal. (ADOLFO, 2007, p. E/1).

Quando do nascimento do Amazonas em Tempo na década de 80, eram publicados em Manaus os jornais A Crítica, Jornal do Commercio, A Notícia, Diário do Amazonas e Folha Popular (que ia às bancas depois das 13h). A primeira redação do Amazonas Em Tempo era formada por jornalistas saídos principalmente da redação do Jornal do Commercio. Foi essa equipe que segundo Mário Adolfo (2007) tornou o jornal mais ousado, valorizando o uso do espaço branco na construção das páginas, “fotografias rasgadas e manchetes trabalhadas em uma única palavra de impacto e a novidade da hora: dois cadernos que até então não tinham nas outras publicações – Cultura e Economia” (ADOLFO, 2007, p. E/1). Este último caderno, é fruto da presença do empresário Marcílio Junqueira na direção do jornal. Vinculado ao PIM, Marcílio precisava justificar os investimentos feitos em publicidade pelas empresas do Distrito.

Até 1992 o Amazonas Em Tempo conseguiu se manter no mercado Baré como o segundo jornal de Manaus (Adolfo, 2007). Essa boa fase se manteve até meados de 2003, quando uma crise financeira¹² quase

¹²“Salários atrasados, máquina impressora defasada e sem manutenção, corte de agências de notícias por falta de pagamento, fotógrafo sem máquina. Mas mesmo assim a redação resistia...” (ADOLFO, 2007, p. E/1).

tirou o jornal de circulação obrigando o início das negociações que culminaram com a venda, em 2005, do jornal para o empresário Otávio Raman, iniciando uma nova fase do Amazonas Em Tempo, agora sob direção do Grupo Raman Neves de Comunicação.

2 O que é Importante Você Saber, Decido Eu!

Como vimos até o momento, a invenção da imprensa foi condicionada pelos interesses capitalistas iniciados no século XVIII, e que ainda nor-teiam seu desenvolvimento. O que, no entanto, não se pode negar é que o jornalismo tornou-se um dos mais rentáveis produtos comerciais, e quando aliado de governos e instituições generosas em investimentos, pode acabar se transformando em uma arma a serviços particulares.

Para entendermos como acontece o processo do texto jornalístico é necessário compreender a trajetória que ele passa, desde a noção de pauta e da relação com as situações que determinam o que virá a ser notícia.

2.1 Pauta

A pauta, antes feita quase por acaso, em rabiscos de papel deixados na mesa do jornalista, hoje é tratada com tanto respeito que chega a parecer o ritual indígena da Tucandeira. Em *A Prática da Reportagem* (2004), Kotscho comenta que quando começou no jornalismo, nem mesmo a noção de pauta existia e à medida que o dia passava e os acontecimentos iam aparecendo os jornalistas de plantão eram jogados em direção ao que surgia. “O repórter que ficar esperando o grande assunto lhe cair nas mãos para fazer a grande matéria de sua vida vai morrer de inanição” (KOTSCHO, 2004, p. 10). Naquele momento era prática comum sair da redação e caçar as notícias que iriam preencher o jornal do dia seguinte.

Empresas jornalísticas de qualquer tamanho tem a hora da pauta como algo sagrado que deve ser respeitada, normalmente feita pela manhã ou no final da noite, essa reunião definirá as linhas das notícias que serão apuradas e dará vida à próxima edição em questão. Apesar de imprescindível, Rossi (1994) diz que a pauta ocasiona distorções e limitações ao trabalho jornalístico, uma vez que muitas vezes é alimentada pelo próprio meio jornalístico¹³, o que ele classifica como *círculo-vicioso de auto-alimentação* (ROSSI, 1994, p. 18). Em Kotscho (2004) também veremos críticas à acomodação que a pauta trouxe aos jornalistas, diz ele:

¹³Impresso pauta tv, que pauta rádio, que voltar a pautar impresso, que pauta portais de notícias on-line, além de inúmeras combinações.

O crescimento dos jornais e das redações tornou necessária a instituição da pauta, principal elo de ligação (sic) entre a produção e a edição das matérias. Em outras palavras, era preciso organizar a bagunça para saber quem estava fazendo o quê. Mas se a pauta serviu para organizar e planejar melhor o jornal, de outro lado levou à acomodação do repórter, que aos poucos foi-se (sic) tornando uma figura passiva no processo, mero cumpridor de ordens cada vez mais detalhadas distribuídas pelas chefias (KOTSCHO, 2004, p. 11).

Fica evidente a importância da pauta para a definição do que irá se transformar em texto jornalístico, mas como está viciada em maneirismos¹⁴ ela acaba deixando de lado muitos aspectos do cotidiano que talvez fosse de interesse da população, produzindo “um cone de sombra sobre toda uma área de atividades, diretamente ligadas ao interesse da comunidade, que raramente ganha espaço na pauta e, por extensão, no próprio jornal, revista ou TV”. (ROSSI, 1994, p. 18).

2.2 Noticiabilidade

Saber o que realmente interessa ser pautado, ou seja, tornar-se notícia, talvez seja uma das perguntas que mais é repetida entre aqueles que se dedicam ao estudo do jornalismo. É com Mauro Wolf (1995), que iremos tomar conhecimento de um termo chave: a *noticiabilidade*, ou a capacidade que um determinado acontecimento tem de se transformar em notícia ou continuar relegado aos acontecimentos cotidianos. Para Wolf, quanto maior o nível de *noticiabilidade*, maiores as chances de a notícia existir. Este nível é definido pelo o que ele chama de “valores-notícia”. Pena em *Teoria do Jornalismo* (2008, p. 72), registra quais são esses valores-notícia que Wolf determina:

¹⁴Uma leitura paciente do capítulo “A batalha por dentro”, do livro *O que é Jornalismo* de Clóvis Rossi, mostrará três aspectos que fazem da pauta, tanto um bom, quanto um mau recurso.

Valores-Notícia

Categoria substantivas

- Importância dos envolvidos
- Quantidade de pessoas envolvidas
- Interesse nacional
- Interesse humano
- Feitos excepcionais

Categorias relativas ao produto

- Brevidade > no limite do jornal
- Atualidade
- Novidade
- Organização interna da empresa
- Qualidade > ritmo, ação dramática
- Equilíbrio > diversificar assuntos

Categorias relativas ao meio de informação

- Acessibilidade à fonte/local
- Formação prévia/manuais
- Política editorial

Categorias relativas ao público

- Plena identificação de personagens
- Serviço/interesse público
- Protetividade > evitar suicídios etc...

Categorias relativas à concorrência

- Exclusividade ou furo
- Gerar expectativas
- Modelos diferenciais

Cabe ainda uma explicação breve sobre como devem ser lidos os valores-notícia, conforme descrito por Pena (2008):

- As categorias substantivas: são as mais óbvias, pois se classificam de acordo com o grau de importância dos envolvidos e o grau de interesse do público. Uma informação sobre o presidente da república é mais valorizada do que outra, de mesmo tom, sobre um vereador.
- Já as categorias relativas ao produto, que estão divididas por critério de brevidade, atualidade, qualidade e equilíbrio, referem-se aos conceitos jornalísticos já estudados (...) como objetividade.
- As categorias relativas aos meios de informação, que estão divididas em graus de acessibilidade às fontes/locais e em possibilidade/limites de formação referem-se aos veículos. Na TV, por exemplo, há a necessidade da imagem e isso influencia a noticiabilidade¹⁵.
- As categorias relativas ao público, por sua vez, abordam critérios como serviço e protetividade. Um exemplo deste último critério é evitar a divulgação de suicídios.
- As categorias relativas à concorrência, cujo acesso exclusivo, conhecido como furo, parece ser o valor supremo, levam em conta o trabalho dos “coleguinhas” de outros veículos. Mas não é só isso.

Pena, no entanto, afirma que esses valores são negociáveis e a noticiabilidade passa a ter critérios mais flexíveis:

¹⁵No jornalismo impresso recorre-se ao uso da fotografia e de infográficos para trazer os fatos à evidência.

O repórter negocia com o editor, que negocia com o diretor de redação, e assim por diante. E os próprios critérios estão inseridos na rotina jornalística, ou melhor, tornam possível essa rotina, pois são contextualizados no processo produtivo, em que adquirem significados, desempenham função e tornam-se elementos dados como certos, o conhecido senso comum da redação. (PENA, 2008, p. 73 e 74).

Cristina Ponte (2005) vai dizer que os valores-notícia desconstruem a ideia de que as notícias se pautam pelo inesperado ou pela negatividade do evento. Esses fatores serão analisados, além de meros atributos noticiosos, muito mais como “estrutura de retaguarda social, profunda e escondida”, e que “requerem um conhecimento consensual sobre o mundo” (PONTE, 2005. p. 192). Nesse sentido os conhecimentos empíricos do jornalista irão influenciar naquilo que podem ser definidos pelos valores-notícia, porém, muito mais influenciada será a perspectiva do jornalista pelos valores-notícia. Para simplificar, entendemos que subjetivamente os valores constituirão, também, os posicionamentos do jornalista:

Na produção de notícias temos, de um lado, a cultura profissional, entendida como conjunto emaranhado de retóricas, astúcias, táticas, códigos, estereótipos, tipificações, representações de papéis, rituais e convenções relativos às funções da mídia e dos jornalistas na sociedade, à concepção do produto-notícia e às modalidades que superintendem a sua confecção. Isso se traduz, pois, numa série de paradigmas e práticas profissionais dadas como *naturais*. (VIZEU, Alfredo. In, LAGO, 2007. p. 224).

Todo esse processo de escolha do que será noticiado passa inevitavelmente pelo conceito da *Teoria do Newsmaking*, que afirma serem as notícias também criadoras do contexto social da qual são retiradas: o jornalismo está longe de ser o espelho do real. É, antes, a construção social de uma suposta realidade (PENA, 2008. p, 128).

Para o *Newsmaking* a produção de notícias pode ser comparada a uma rotina industrial, com procedimentos próprios e limites organizacionais. Pena (2008) diz ainda que o noticiário deve seguir três orientações para conseguir existir:

- Tornar possível o reconhecimento de um fato desconhecido como acontecimento notável;
- Elaborar formas de relatar os acontecimentos que não tenham a pretensão de dar a cada fato ocorrido um tratamento idiossincrático;
- Organizar, temporal e espacialmente, o trabalho de modo que os acontecimentos noticiáveis possam afluir e ser trabalhados de uma forma planificada.

Diante da imprevisibilidade dos acontecimentos, as empresas jornalísticas precisam colocar ordem no tempo e no espaço. Para isso, estabelecem determinadas práticas unificadas na produção de notícias. É dessas práticas que se ocupa a teoria do *newsmaking* (PENA, 2008. p. 130).

A elaboração dessa teoria procurava diminuir a ideia de manipulação da notícia, manter a padronização da notícia numa estrutura formal e industrializada baseada exclusivamente em rotinas dentro da redação, evitaria que agentes externos influenciassem na construção da realidade.

Por outro lado, a teoria ainda permite uma contra-análise, afirmando que poderia existir uma “manipulação” do ponto de vista produtivo, e não intencional/subjetivo por parte do jornalista. Pena (2008), vai ainda fornecer seis “forças ou ações” que orientam o que virá a ser notícia:

- **Ação pessoal:** as notícias resultam parcialmente das pessoas e de suas intenções.
- **Ação social:** as notícias são fruto das dinâmicas e dos constrangimentos do sistema.
- **Ação ideológica:** as notícias tem origem nas forças de interesse que dão coesão ao grupo.
- **Ação cultural:** as notícias são produtos do sistema cultural em que são produzidas.
- **Ação do meio físico:** as notícias dependem dos dispositivos tecnológicos que são usados na sua fabricação.

- **Ação histórica:** as notícias são um produto da história, durante a qual interagem às outras cinco forças.

O crivo do *NewsMaking* demonstra que a produção da notícia está ligada a uma rotina produtiva visando o melhor aproveitamento dos fatos, e claro, o interesse da empresa jornalística. Apesar de possuir todo a estrutura intelectual do jornalista que a produz, a notícia jamais deixará de ser, antes, um objeto fabricado com a intenção de obter uma resposta do leitor.

2.3 Quem é quem no Jogo do Bicho?

Notícia e reportagem muitas vezes aparecem como sinônimos para o mesmo texto, a saber, aquilo que está sendo informado. Parafraseando Sérgio Vilas Boas (1996), toda reportagem é notícia, mas nem toda notícia é reportagem. A notícia muda de caráter quando demanda uma reportagem. A reportagem mostra como e porque uma determinada notícia entrou para a história.

Como tal objetivo, podemos definir notícia como o relato de uma série de fatos a partir do fato mais importante, e este, de seu aspecto mais importante. Assim, reduzimos a área de discussão ao que venha a ser *importante*, palavra na qual se resumem conceitos abstratos como os de *verdade* ou *interesse humano*. Permitimo-nos encarar a notícia como algo que se constitui de dois componentes básicos:

- a) uma organização relativamente estável, ou *componente lógico*, e,
- b) elementos escolhidos segundo critérios de valor essencialmente cambiáveis, que se organizam na notícia – o *componente ideológico*. (LAGE, 1979. p. 36)

É interessante, no entanto, notarmos que entre as duas manifestações do texto jornalístico informativo, existem grandes e nada sutis diferenças. Marques de Melo (2003) nos dá uma explicação sobre a diferença entre *nota*, *notícia* e *reportagem*:

A distinção entre a *nota*, a *notícia* e a *reportagem* está exatamente na progressão dos acontecimentos, sua captação pela instituição jornalística e a acessibilidade de que goza o público. A *nota* corresponde ao relato de acontecimentos que estão em processo de configuração e por isso é mais freqüente no rádio e na televisão. A *notícia* é o relato integral de um fato que já eclodiu no organismo social. A *reportagem* é o relato ampliado de um acontecimento que já repercutiu no organismo social e reproduziu alterações que são percebidas pela instituição jornalística. (MARQUES DE MELO, 2003, p. 65 e 66).

Concordando com Marques de Melo, Lage (2004) diz que “notícia se define, no jornalismo moderno, como o relato de fatos a partir do fato mais importante ou interessante; e de cada fato, a partir do aspecto mais importante ou interessante”. (LAGE, 2004, p. 16). Logo, se notícia é o relato do factual, a *reportagem* passa a ser entendida como sendo a mesma notícia, porém mais aprofundada e com mais detalhes que o imediatismo do acontecimento impede que ela, a *notícia*, receba, conforme afirma Lage:

(...) a reportagem não cuida de um fato ou de uma série de fatos, mas do levantamento de um assunto conforme ângulo preestabelecido. (...) A distância entre reportagem e notícia estabelece-se, na prática, a partir da *pauta*, isto é, do projeto do texto. (...) Reportagens supõem outro nível de planejamento. Os assuntos estão sempre disponíveis (a informação é matéria-prima abundante, como o ar, e não carente, como o petróleo) e podem ou não ser atualizadas por um acontecimento. (LAGE, 2004, p. 46 e 47).

Este conceito também é defendido por Medina (1988), que em linhas gerais difere a *notícia* de uma *reportagem* pelo tratamento dado aos fatos que a criaram: quanto mais aprofundada for a pesquisa, maiores serão as chances de que aquela notícia seja uma *grande reportagem*, ao que Medina chama de “narração noticiosa”. Para tanto a autora faz uma relação entre a reportagem e o estilo, quer dizer, ao optar por uma reportagem o jornalista dá uma abordagem mais *estilística* ao texto e

ao produto final: aprofundando-se, procurando mais informações. A notícia, por outro lado, foca apenas o factual (MEDINA, 1988. p. 115). Confirmando o pensamento da professora Leila Ronize quando esta afirma que “a reportagem extrapola a notícia, amplia a informação, detalha o acontecimento e acrescenta ao corpo da matéria um contexto explicativo” (SOUZA, 2001, p. 17). Além disso, aceitamos o que Sodré (1986) define como as quatro principais características de uma reportagem: a) predominância da forma narrativa; b) humanização do relato; c) texto de natureza impressionista e d) objetividade dos fatos narrados.

Conforme o assunto ou objeto em torno do qual gira a reportagem, algumas dessas características poderão aparecer com maior destaque. Mas será sempre necessário que a narrativa (ainda que de forma variada) esteja presente numa reportagem. Ou não será uma reportagem. (SODRÉ, 1986. p. 15).

Logo se percebe que a *notícia* passa apenas o relato daquele fato sem, no entanto, tirar dos acontecimentos os detalhes suficientes para que se caracterize como reportagem, essa, por sua vez, completamente preocupada em dizer *o que e a quem* aqueles acontecimentos irão afetar, busca uma análise mais profunda e menos generalizada.

Apesar de possuir características que definem o que vem a ser cada um dos estilos de texto, a notícia pode vir a ser confundida com reportagens se em vez de oferecer os “fatos concretos”, essa informação vier contextualizada oferecendo uma visão pontual sobre o assunto, inclusive referências profundas. Sodré (1986) vai dizer que essa visão que pode distorcer *notícia de reportagem* “passa pelos olhos do redator, que narra a própria experiência e da equipe de reportagem” (Sodré, 1986. p. 32). Fica evidente a participação de escolhas pessoais durante o processo de criação da notícia, fato esse que iremos abordar mais à frente quanto mostrarmos que o jornalista, apesar de buscar a imparcialidade e objetividade ao criar seu texto, jamais fica avesso às suas próprias convicções e ideologias que o constituem como sujeito, derrubando mais uma vez o mito criado em torno dessa particularidade do texto jornalístico.

Pena (2006, p. 76) nos oferece uma tabela que fornece elementos que distanciam mais ainda a *notícia* da *reportagem*:

Tabela 1 – Notícia e Reportagem

Notícia	Reportagem
A notícia apura fatos	Reportagem lida com assuntos sobre fatos
A notícia tem como referência a imparcialidade	A reportagem trabalha com o enfoque, a interpretação
A notícia opera em um movimento típico da indução (do particular para o geral)	A reportagem, com a dedução (do geral, que é o tema, ao particular – os fatos)
A notícia atém-se à compreensão imediata dos dados essenciais	A reportagem converte fatos em assunto, traz a repercussão, o desdobramento; aprofunda
A notícia independe da intenção do veículo (apesar de não ser imune a ela)	A reportagem é produto da intenção de passar uma “visão” interpretativa
A notícia trabalha muito com o singular (ela se dedica a cada caso que ocorre)	A reportagem focaliza a repetição, a abrangência (transforma vários fatos em tema)
A notícia relata formal e secamente – a pretexto de comunicar com imparcialidade	A reportagem procura envolver, usar a criatividade como recurso para seduzir o leitor
A notícia tem pauta centrada no essencial que recompõe um acontecimento	A reportagem trabalha com pauta mais complexa, pois aponta para causas, contextos, conseqüências, novas fontes

Fonte: PENA, Feliipe. Teoria do Jornalismo. 2 ed. São Paulo: Contexo, 2008.

Partindo dos pressupostos levantados até o momento percebemos que a notícia é identificada porque se trata do relato do factual, no máximo evidenciando efeitos e conseqüências imediatas do assunto. No Manual da F. de São Paulo (1987) temos quatro pontos que caracterizam a notícia:

- a) ineditismo (a notícia inédita é mais importante que a já publicada);

- b) improbabilidade (a notícia menos improvável é mais importante que a esperada);
- c) impacto (quanto mais pessoas cuja a existência concreta pode ser afetada pela notícia, tanto mais importante ela é);
- d) apelos (quanto maior a curiosidade pública que a notícia pode motivar, tanto mais importante ela é)

Por outro lado, adicionadas às características de notícia a disponibilidade de tempo que a reportagem possui, subjetividades e características que a tornam mais complexas, o jornalismo hoje pode oferecer inúmeros tipos de reportagens, mas temos ainda pelo menos três estilos fundamentais (SODRÉ, 1986):

1. **reportagem de fatos:** atém-se ao relato objetivo do factual e obedece a rigorosamente a forma da pirâmide invertida. Como nas notícias, os fatos são narrados em ordem de importância dos assuntos;
2. **reportagem de ação:** atinge o leitor com um relato envolvente dando prioridade aos fatos mais relevantes e aos poucos descrevendo os de menor importância, sempre de forma bem ilustrada textualmente;
3. **reportagem documental:** muitas vezes de caráter denunciante busca oferecer ao leitor detalhamento sobre o assunto com apoio de dados fundamentados por especialistas e documentos.

Logo é importante também conhecer de que forma são esperadas que esses textos sejam construídos de acordo com uma orientação jornalística. Para tanto é no mínimo exigida a observação do *lead*, e da *pirâmide invertida*, estruturas que compõem a texto jornalístico informativo de reportagem.¹⁶

¹⁶Aceitamos, portanto a definição de José Marques de Melo na obra *A Opinião no Jornalismo Brasileiro* (1994), quando o autor defende uma classificação para os textos jornalísticos brasileiros.

2.4 Lead e Pirâmide Invertida

Criação do jornalismo americano o *lead* procurava dar mais dinamismo ao texto impresso, colocando no primeiro parágrafo todas, ou quase todas, as informações importantes sobre o fato noticiados. O primeiro parágrafo de uma notícia em jornalismo impresso; por extensão, a abertura do texto no noticiário radiofônico e de TV, seguem a fórmula.

O *lead* clássico procura responder às perguntas O quê? Quem? Quando? Onde? Como? e Por quê?, conforme sinaliza Marques de Melo (2003).

Pena (2006), no entanto, nos fornece uma definição de *lead* que nos parece ser mais apropriada para as mudanças ocorridas ao jornalismo no século XXI nas últimas três décadas. Às seis perguntas clássicas, ele incorpora mais três: Quem fez? O que? A Quem? Quando? Por quê? Para quê? Onde? Como? Com que desdobramentos? Dessa maneira acrescentando a figura do “quem passivo” (aquele de quem a notícia fala subjetivamente ou não, de maneira a dar mais compreensão e exatidão à notícia) (PENA, 2006. p. 42).

Uma singularidade muito forte do lide é o tratamento estilístico que recebe: os dados são apresentados numa articulação tal que ao leitor resta ir até o fim, sem qualquer convite à pausa. Ele funciona como uma espécie de “rede” que envolve e segura o receptor daquela informação (a ideia tradicional de que o lide seja uma “isca” tem uma carga muito negativa, sugere engodo) (PENA, 2006. p. 43)

O que se espera do lead é que ele seja autêntico e cumpra com todas as promessas descritas no resto da matéria. E aquilo que o lead diz ser importante deve receber no detalhamento da informação a importância atribuída. (GARCIA, 1995. p. 32). O Manual de Estilo de O Globo (1995), ainda diz que dessa forma, é aceitável que o lead comece a matéria com:

- Conclusão genérica provocada pelos fatos que compõem a notícia;
- Episódio secundário que dramatize o conjunto;

- Diálogo;
- Pergunta (mesmo violando a norma segundo a qual o jornalismo é feito de respostas);

O lead surgiu para uma tentativa de padronizar o texto jornalístico de forma a dar ao leitor um panorama rápido do que a matéria irá apresentar. Lage (1979) define o que se espera do lead:

Chamaremos de lead clássico:

1. aquele ordenado segundo o princípio da precedência da notícia mais interessante;
2. aquele constituído (estruturalmente ou na forma manifesta) de um único período, ocupando de três a cinco linhas datilografadas de 72 toques por linha (em casos excepcionais, dependendo do ritmo fonológico e sintático, um pouco mais do que isso);
3. aquele constituído de uma única oração principal, isto é, de uma preposição declarativa cujos termos podem ser palavras isoladas, locuções ou orações subordinadas (substantivas, adjetivas, circunstanciais). (LAGE, 1979. p. 74).

Por outro lado os tipos de reportagens que se podem escrever dada a criatividade do jornalista muitas vezes deixam a estrutura do lead clássico para trás, numa busca pela originalidade na criação do texto, sem no entanto perder o foco dos pontos factuais que devem ser noticiados. A alternativa para evitar perder o foco daquilo que realmente interessa foi a criação da estrutura de pirâmide invertida para a descrição dos fatos.

O uso das pirâmides invertidas, junto com as respostas do lead, na reportagem procura oferecer ao leitor as informações mais importantes e uma compreensão do que trata a notícia, sem precisar ir até o fim da leitura.

Consiste em um relato que priorize não a seqüência cronológica dos fatos, mas escala em ordem decrescente os elementos mais importantes, na verdade os essenciais, em uma

montagem que os hierarquiza de modo a apresentar inicialmente os mais atraentes, terminando por aqueles de menor apelo. (PENA, 2006. p. 48).

Luiz Garcia, no Manual de O Globo chama atenção para o fato de que o início do uso das pirâmides eram incentivados pela tecnologia usada na produção dos jornais no início da imprensa. Quando necessário cortar algum pedaço do texto para se adequar ao espaço na página, podia-se retirar sem perde de informações os últimos parágrafos do texto. (GARCIA, 1995. p. 35).

Antes do aparecimento do computador nas redações e, como ele, da medição automática e exata dos textos a serem compostos, essa era a fórmula mais segura: garantia que o corte “pelo pé” na montagem das páginas só eliminasse o menos importante. A nova tecnologia permite ao jornalista guardar um dado curioso para o fim de sua história, dando-lhe um fecho com impacto. É bom recurso, adequado a assuntos leves.

3 O Boto é o Pai da Criança

3.1 Ou, orelha de freira e nota de Cem

O texto jornalístico está recheado de informações escrita nas *entrelinhas* que são absorvidas pelos leitores sem questionamento. Textos esses travestidos pelo que Rossi chama de “mito da objetividade”. Rossi (1994) acredita que a luta no jornalismo brasileiro foi temperada por este conceito importado da imprensa norte-americana, onde sob o manto da “imparcialidade” o jornalismo “deveria colocar-se numa posição neutra e publicar tudo o que ocorresse, deixando ao leitor a tarefa de tirar suas próprias conclusões” (ROSSI, 1994, p. 9). Para Rossi é impossível, no texto jornalístico praticar essa noção de “objetividade”, diz ele:

Se fosse possível praticar a objetividade e a neutralidade, a batalha pelas mentes e corações dos leitores ficaria circunscrita à página de editoriais, ou seja, à página que veicula opinião dos proprietários de uma determinada publicação. (...) No Brasil os editoriais foram, de fato, durante algum tempo o principal campo dessa batalha. Mas a evidência de que a objetividade é impossível acabou por transferi-la a todas as paginas dos jornais. (ROSSI, 1986, p. 9 e 10).

Aceitando a definição de Rossi, José Marques de Melo vai além e afirma que a “objetividade” acabou se *travestindo* de um conceito de “verdade absoluta” e acaba sendo colocada ao leitor de maneira a “camuflar a tendenciosidade que existe na prática cotidiana dos veículos de comunicação”. (MARQUES DE MELO, 2006, p. 39).

Mesmo procurando não interferir no processo de criação do texto jornalístico o jornalista ainda vai ter que brigar com suas próprias opiniões. “Afinal, entre o *fato* e a *versão* que dele publica qualquer veículo de comunicação de massa há a mediação de um jornalista (...), que carrega consigo toda uma formação cultural, todo um *background* pessoal...” (ROSSI, 1994, p. 10). Esse *background*, vai se formar de todos

os conceitos e pré-conceitos¹⁷ dos quais qualquer pessoa está ligada, sem chance de se abster em detrimento de outro sentimento. Para Lage (2004), mesmo que o texto jornalístico ainda sofra com a desconfiança do *sensacionalismo*, foi com os jornalistas americanos que o a ideia de *imparcialidade* começou a tomar forma através de uma busca através do “espírito científico e respeito pelos fatos empíricos e o cuidado de não avançar além daquilo que os fatos indicam” (LAGE, 2004, p. 15).

...por mais que o jornalista se atenha aos fatos, use a 3ª pessoa do singular, aspeie os comentários dos entrevistados para indicar que não são seus, no final seu traço estará presente em cada palavra, em cada vírgula, uma vez que coube a ele/ou a outros (editor, diretor) a seleção do que será publicado. (...) argumentos que nos levam a afirmar que a objetividade jornalística é um mito, uma vez que todo texto está ligado a um contexto que apresenta marcas deixadas ao longo da narrativa... (SOUZA, 2001. p. 34)

Logo, se não há isenção do próprio jornalista ao contar a história, o processo de criação da notícia passa por vários caminhos até sua publicação final. Medina (1988) sempre atenta aos movimentos dos processos comunicativos nos dá uma primeira impressão sobre as mensagens que o texto jornalístico carrega e daqueles que possuem interesses nesse suporte, diz ela:

Toda a matéria jornalística parte de uma pauta que pode ser intencional, procurada ou ocasional (acontecimento totalmente imprevisto) e essa pauta tem em si a primeira força do processo, que pode ser chamando de *angulação*. Na angulação encontramos, de imediato, relações muito estreitas dos três níveis gerais de comunicação numa sociedade urbana em industrialização ou pós-industrializada: o nível massa, o grupal e o pessoal. Quando a mensagem é angulada para de pauta se transformar num processo de captação, a componente grupal se identifica com a caracteriza-

¹⁷Não confundir com “preconceito” (juízo preconcebido, manifestado geralmente de forma pejorativa). Neste caso, com prefixo “pré”, de forma a entender “conceitos anteriores” (sobre determinado assunto).

ção da empresa jornalística onde essa pauta vai ser transmitida. A empresa que, por sua vez, está ligada a um grupo econômico e político (...), *conduz* o comportamento da mensagem da captação do real à sua formulação estilística. Nem sempre é fácil chegar a esse componente, porque ele não se apresenta claramente. (MEDINA, 1988, p. 73).

Lage (2004) também credita às orientações que as notícias tomam aos interesses diversos das empresas jornalísticas em detrimento ao dever jornalístico de informar, escreve ele:

Foi nos Estados Unidos que o jornal-empresa atingiu sua maturidade. A divisão de trabalho nas redações centralizou o *gatekeeping*¹⁸ – decisão sobre o que vai ou não ser publicado – em editores que se orientam ora por leis de mercado, ora por conveniências que traduzem o jogo dos grupos de pressão ou entidades abstratas como o *interesse social*. Os repórteres apuram e processam as informações segundo procedimentos padronizados, sem muita ingerência ou até consciência desse processo. (LAGE, 2004, p. 15).

Para Medina (1988), “linguagem jornalística não se identifica com código lingüístico. Se os jornais impressos têm uma tradição histórica predominantemente lingüística, a mensagem não se formula apenas pelos recursos verbais”. (MEDINA, 1988, p. 91).

A mensagem do texto jornalístico como vimos até o momento está relacionada aos interesses dos meios de comunicação, como aponta Lage (2004) e ao *background* intelectual (ROSSI, 1994) que o jornalista carrega ao longo de sua formação profissional.

Uma vez abordada o surgimento da imprensa e as engrenagens que permitem construir o texto jornalístico, destaca-se aqui a necessidade

¹⁸“Nos anos seguinte, a teoria do gatekeeper foi perdendo prestígio, substituída por paradigmas como o da construção social da realidade, por exemplo. Os estudos posteriores chegaram à conclusão que as decisões do gatekeeper estavam mais influenciadas por critérios profissionais ligados às rotinas de produção da notícia e à eficiência e velocidade do que por uma avaliação individual de noticiabilidade”. (PENA, 2005. p. 134)

de expor as nuances que transformam o estilo “jornalístico político” em uma das maiores armas daqueles que possuem interesse em atingir as massas.

3.2 “É pro Fantástico?”

Partindo de Medina (1988), quando ela afirma que os interesses de grupos políticos e econômicos “conduzem” a angulação da notícia, percebemos a importância que o jornalismo político representa na imprensa brasileira, e claro, na imprensa Baré.

Roberto Seabra e Vivaldo de Souza, no livro *Jornalismo Político: Teoria, História e Técnicas* sintetiza bem a gênese desse estilo no Brasil:

Mas é importante notar, até para entendermos porque chegamos a esse estágio atual, que nem sempre foi assim. Se formos recuar no tempo, veremos que a imprensa (aqui entendida como sinônimo de jornalismo) vem estendendo aos poucos sua abrangência e seu interesse. Há cinquenta anos, por exemplo, não tínhamos cadernos ou editoriais de economia e de meio ambiente, não obstante já ocorressem fatos econômicos ou ambientais. A cobertura esportiva, por sua vez, é mais antiga, data dos anos 1920 do século passado. Um pouco antes, surgem as primeiras reportagens sobre o dia-a-dia nas cidades. Se formos recuar ainda mais, veremos que o jornalismo, nos seus primórdios, atinha-se a um só tema: o fato político.

É interessante notar que, no Brasil, a imprensa surge no início do século XIX, justamente quando o país ensaia os primeiros rumos à separação de Portugal. O jornalismo político, portanto, (...) confunde-se com a história do jornalismo brasileiro. (SEABRA, org. 2006, p. 8).

Enquanto que na produção da notícia o *Newsmaking* ganha força e se estrutura para apresentar uma teoria regular e firme geradora de notícias. No jornalismo político nota-se que a hipótese do *Agenda-Setting*, revista por Shaw (*apud* WOLF, 1995) pode nos oferecer uma nova perspectiva para entender de que forma as notícias veiculadas sob o aspecto

“político” influenciam a formação da opinião pública, não só leitores diretos (formadores da primeira opinião), como também aqueles que receberão a informação através dos primeiros:

Em conseqüência da ação dos jornais, da televisão e de outros meios de informação, o público sabe ou ignora, presta atenção ou descarta, realça ou negligencia elementos específicos dos cenários políticos. As pessoas têm tendência para incluir ou excluir dos seus próprios conhecimentos aquilo que os *mass media* incluem ou excluem do seu próprio conteúdo. Além disso, o público tende a atribuir àquilo que esse conteúdo inclui uma importância que reflete de perto a ênfase atribuída pelos *mass media* aos acontecimentos, aos problemas, às pessoas. (SHAW *apud* WOLF, 1995. p. 130).

Através dessa observação podemos afirmar que o indivíduo não possui uma noção inicial sobre a notícia que lê; não existe um repertório básico de informações que não tenha vindo dos meios de comunicação, o que o leva a conceber a realidade social onde está inserido sob o prisma do *mass media* que o alimenta, conforme proposto no esquema abaixo, para um modelo de como age o agendamento criado pelo *Agenda-Setting* (Martino, 2009. p. 204):



Daí percebermos quão importante é a figura do jornalismo para os interesses políticos, principalmente quando em período eleitoral.

A ideia do *Agenda-Setting*, “definição da agenda”, diz que os meios de comunicação determinam os assuntos discutidos pelas pessoas. O conceito de “agenda” refere-se a um grupo definido de temas discutidos em lugar e tempo específicos. Assim, a “agenda da mídia” são os temas presentes nos meios de comunicação; “agenda pública” são

temas e assuntos presentes nas conversas entre pessoas. O modelo do *Agenda-Setting* prevê que os temas da agenda da mídia definem a agenda pública, isto é, passarão a ser discutidos pelas pessoas uma vez pautados pela mídia. (MARTINO, 2009, p. 203)

Wolf (*apud* CHAIA, 2004, p. 11) ainda nos aponta quatro fases dentro dos *mass media* onde o *agenda-setting* age definindo de que maneira trabalhar o objeto que poderá se tornar notícia com as características ideais de agendamento:

Tabela 2 – Características de agendamento

Característica	Descrição
Focalização	coloca em primeiros plano um acontecimento, uma ação, um grupo, uma personalidade.
Framing	o objeto focalizado pela mídia possui um determinado enquadramento e deve ser analisado a partir de um quadro interpretativo.
Associação	a mídia associa acontecimentos a uma vivência constante, no caso, o objeto se torna parte de um panorama social e político reconhecido.
Relevância	o tema adquire maior relevância no contexto e os indivíduos se tornam seus porta-vozes e comandam a atenção da mídia.

Fonte: CHAIA, Vera. *Jornalismo e Política*. São Paulo: Hacker Editores, 2004.

Ainda dentro da pesquisa de Vera Chaia (2004) encontramos os apontamentos de Fernando Antonio Azevedo (AZEVEDO *apud* CHAIA, 2002, p. 11) que nos mostram de que forma a teoria do *agenda-setting* vai manter cada vez mais específica as informações políticas noticiosas. A *ideia-força* implícita na noção de *agenda-setting* é a de que:

1. a mídia, ao selecionar determinados assuntos e ignorar outros, define quais são os temas, acontecimentos e atores (objetos) relevantes para a notícia;

2. ao enfatizar determinados temas, acontecimentos e atores sobre outros, estabelece uma escala de proeminência entre esses objetos;
3. ao adotar enquadramentos positivos e negativos sobre temas, acontecimentos e atores, constrói atributos (positivos ou negativos) sobre esses objetos;
4. há uma relação direta e casual entre as proeminências dos tópicos da mídia e a percepção pública de quais são os temas (*issues*) importantes num determinado período histórico.

Nesse momento podemos então afirmar que o jornalismo, como ferramenta de divulgação social, cria personagens. Por outro lado, o jornalismo político cria *imagens-ideais* através da construção social da realidade. E partindo do *agenda-setting* o jornalismo político vai além, dizendo exatamente como essa imagem deve ser assimilada pelo receptor usando o mecanismo do “enquadramento” proposto por Azevedo (AZEVEDO *apud* CHAIA, 2002), e que podemos comparar com a “anulação” defendida por Medina (1988).

“Essa noção (de enquadramento) pressupõe uma ênfase no tom da notícia e um determinado enfoque preferencial estabelecido pela seleção das fontes e pelo aspecto privilegiado da matéria”. (CHAIA, 2004. p. 12).

É bastante comum ver as notícias construídas de maneira com que faça que os governos e os políticos sejam mais interessantes para a audiência. As formas usadas frequentemente de fazer as notícias mais interessantes para o público incluem o seguinte:

- enfatizar dramas e conflitos;
- concentrar-se em acontecimentos concretos e não em idéias abstratas;
- personalizar as notícias apresentando pessoas concretas na representação de instituições, idéias ou formas impessoais que por elas mesmas são difíceis de visualizar;

- reduzir assuntos a simples história com moral. (SAW-NSON *apud* CHAIA, 2004. p 16).

Essa tendência em agregar as realizações do partido político, ou instituição governamental, ao nome de um indivíduo, encontra uma explicação com o trabalho de Bernard Manin, citado por Vera Chaia (2004), onde ele afirma que a representação política e os partidos políticos estariam passando por uma crise sem precedentes, onde hoje seria predominante uma “democracia de público” onde os partidos perdem importância, quando a massa passa a escolher seus candidatos por suas características (que podem ser reais ou fabricadas, como vimos anteriormente): “os próprios candidatos tendem a se comunicar diretamente com seus eleitores através do rádio e da televisão, dispensando a mediação de uma rede de relações partidárias” (MANIN *apud* CHAIA, 2004. p 14).

Essa “democracia de público” defendida por Manin teoriza que os candidatos com maiores chances de votos seriam os “comunicadores, aqueles que dominam a técnica da mídia”. Manin, no entanto, diz que estariam fora dessa escolha os candidatos de “maior prestígio locais¹⁹”. Aqui discordamos de Manin, uma vez que já expomos nesse trabalho que a mídia através do *newsmaking* e do *agenda-setting*, utilizando-se da angulação/enquadramento criam condições para transformar, através das notícias veiculadas, a imagem do candidato junto a massa formadora de opinião, agregando-lhe tanto condições positivas quanto negativas, e em alguns casos dando o prestígio necessário para conseguir os votos à eleição. Portanto estamos à vontade para dizer que a “democracia de público” de Manin, também cria as condições necessárias para que os candidatos de “maior prestígio locais” sejam eleitos, se estes tiverem como recurso de persuasão as páginas dos jornais e demais representações dos *mass media*, como pretendemos mostrar com este trabalho.

Percebe-se através desse panorama que a opinião pública, passa a ser, na verdade, uma compilação de idéias proposta pelos *mass media* com interesses definidos previamente. Essa perspectiva é chamada de *Espiral do Silêncio (ES)* e defende que “a ideia de opinião pública

¹⁹Entendemos “locais” nesse contexto, como sendo aqueles políticos sem o aparato midiático, porém, com maior representatividade dentro da comunidade onde pretende conseguir votos.

parece estar mais ligada à imposição, pelos meios de comunicação, de um ponto de vista previamente selecionado a respeito de um tema” (MARTINO, 2009. p. 207).

Esse mecanismo vai favorecer ainda mais a massificação da notícia, uma vez que a partir do momento que os meios de comunicação determinam qual assunto deverá ser pautado, gradativamente esse assunto passa aos domínios da “opinião pública”. Martino (2009) sintetiza bem o ponto chave:

- Ela trabalha com o jogo entre a aparência e a realidade das percepções: a percepção de um fato pode ser alterada sem que o fato em si seja modificado. Dessa maneira, a percepção social das coisas pode ser modificada, por exemplo, pela mídia, sem que o acontecimento seja modificado. A percepção de uma opinião como dominante, não significa, em absoluto, que essa opinião seja a dominante. (MARTINO, 2009. p. 208).

Assim como os demais modelos de recepção da informação existentes, a ES necessita de tempo para que o resultado seja obtido, daí a noção de “espiral”: no início da divulgação da informação a quantidade de indivíduos é X, ao longo do bombardeio noticioso, o número de indivíduos contrários às informações vai diminuindo gradativamente ao longo da divulgação. “O medo do isolamento²⁰ leva ao silêncio; o silêncio reforça a opinião dominante”. (MARTINO, 2009, p. 209).

É interessante notar que todas essas estruturas que nos permitem estudar o impacto das notícias na formação da opinião do indivíduo nos colocam em frente aos pressupostos da Análise de Discurso (AD), uma vez que se torna primordial entender quais as intenções por trás da informação. Ou, precisamente, qual a ideologia dominante e qual o discurso que está sendo dito nos subsentidos.

Nosso trabalho, no entanto, não pretende aprofundar a discussão sobre os elementos da AD, porém uma vez que a contextualização do momento histórico é necessária para que haja entendimento daquilo que o

²⁰“Noelle-Neumann parte do princípio de que os seres humanos tem medo do isolamento social. Ficar sozinho diante de um grupo – ou, pior, dentro de um grupo – é uma situação de desconforto psicológico decorrente do constrangimento em manter uma opinião, prática ou comportamento destoante de todo o resto”. (MARTINO, 2009. p. 209)

jornal está utilizando através do *Agenda-Setting* (pautando a discussão), e da Espiral do Silêncio (massificando o assunto da discussão), achamos necessário algumas reflexões sobre os principais elementos formadores desse Discurso.

3.3 Eu, sou você amanhã!

Orlandi, em *Discurso e Textualidade* (2006) afirma que a análise de discurso é uma relação de trabalho entre três fenômenos: o sujeito, a história e a língua. Para Orlandi, a lingüística mostrou “que a língua não é transparente, ela tem sua ordem marcada por uma materialidade que lhe é própria” (ORLANDI, 2006, p. 13). Entendemos que a partir da união dos três conceitos em uma única preocupação teórica a que cada um complementa o outro, será o início da formação do que seja o *discurso* na perspectiva de Orlandi.

Brandão (2002) em *Introdução à Análise do Discurso* nos dá uma explicação do que vem a ser o discurso sob o ponto de vista de Michel Foucault:

Foucault (1969) concebe os discursos como uma dispersão, isto é, como sendo formados por elementos que não estão ligados por nenhum princípio de unidade. Cabe à análise do discurso descrever essa dispersão, buscando o estabelecimento de regras capazes de reger a formação dos discursos. Tais regras, chamadas por Foucault de ‘regras de formação’, possibilitam a determinação dos elementos que compõem o discurso, a saber:

- os *objetos* que separam, coexistem e se transformam num ‘espaço comum’ discursivo;
- os diferentes tipos de *enunciação* que podem permear o discurso;
- os *conceitos* em suas formas de aparecimento e transformação em um campo discursivo, relacionados em um sistema comum;
- os *temas e teorias*, isto é, o sistema de relações entre diversas estratégias capazes de dar conta de uma

formação discursiva, permitindo ou excluindo certas teorias. (BRANDÃO. 2002, p. 28).

Orlandi (2003) é enfática: “O discurso tem sua regularidade, tem seu funcionamento que é possível aprender se não opomos o social e o histórico, o sistema e a realização, o sujeito ao objeto, o processo ao produto”. (ORLANDI, 2003, p. 22), Esses conceitos foram sintetizados pelo professor Sérgio Freire (2006):

O que Foucault tenta enfatizar, e o faz por toda a extensão de seu livro, é que a análise das estruturas do discurso deve ser feita não para revelar a verdade encoberta ou a origem de um enunciado. Seu objetivo deve ser o de evidenciar os mecanismos de suporte que possibilitam que esse enunciado exista. Esses mecanismos são tanto de natureza intrínseca ao próprio discurso, quanto de natureza extrínseca, ou seja, extradiscursiva, no sentido de que são produtos socioculturais. (FREIRE, 2006, p. 65).

Fica claro que a AD do texto jornalístico necessita identificar os elementos que criaram os meios de formação daquele discurso, em outras palavras, temos que encontrar quais os *conceitos ideológicos* e conjunturas do contexto histórico existentes no discurso e a partir deles traçarmos uma definição exata do que determinado texto realmente está noticiando, principalmente no texto noticioso de política.

O termo *ideologia* entra na AD “matizado por diferentes nuances significativas”, como escreve Brandão (2002). Chauí (1980) explica da seguinte maneira a gênese do termo:

Inicialmente o termo (*ideologia*) nasceu como sinônimo da atividade científica que procurava analisar a faculdade do pensar, tratando as idéias como fenômenos naturais que exprimem a relação do corpo humano, enquanto ser vivo, com o meio ambiente. (CHAUI, 1980, p. 23).²¹

²¹Historicamente, esse sentido acadêmico deixa de existir quando Napoleão Bonaparte classifica os ideólogos franceses de “abstratos, nebulosos, idealistas e perigosos (para o poder) por causa de seu desconhecimento dos problemas concretos”. (BRANDÃO, 2002, p. 19).

Orlandi (2003) diz que um dos pontos fortes da AD é re-configurar a noção de ideologia a partir da consideração da linguagem. Para ela o homem é interpelado pelo discurso a tentar decifrar a sua significação, ou seja, “o fato de que não há sentido sem interpretação, atesta a presença da ideologia” (ORLANDI, 2003, p. 45). A partir desse ponto, a ideologia aparece intrínseca ao sujeito do discurso, ela torna-se condição para a constituição do sujeito e dos sentidos. “O indivíduo é interpelado em sujeito pela ideologia” (*idem*).

Logo o sujeito é quem cria, através da linguagem, a *subjetividade*, “esta é a marca da subjetivação e, ao mesmo tempo, o traço da relação da língua com a exterioridade: não há discurso sem sujeito. E não há sujeito sem ideologia”. (BRANDÃO, 2002, p. 45 e 47).

A criação das primeiras discussões sobre como a Análise de Discurso deve encarar o homem, partiu das observações de Marx, e de sua visão de Ideologia. Freire (2006) diz que Marx era crítico à concepção de Estado racional proposta por Hegel. Para ele essa visão amena, deixava as contradições da sociedade “suaves” mantendo os sujeitos “em moldes preconcebidos de *cidadania*”. (p. 48).

Para Marx, a ideologia caracteriza-se por ser um conjunto de idéias que a classe dominante utilizava para dominar a classe dominada, mascarando e distorcendo a realidade dessa classe, Marx enfatizou sua convicção de que os indivíduos agem sem intenção criminosa, sem dolo, ao adotar um modo de pensar ideologicamente “distorcido”. (FREIRE, 2006, p. 49).

Para Marx e Engels “as idéias da classe dominante são, a cada época, as idéias dominantes, isto é, a classe que é a força material dominante da sociedade, é ao mesmo tempo sua força espiritual” (FREIRE, 2006, p. 50). Portanto, Marx define sua teoria sobre ideologia colocando-a como sendo algo que confunde a realidade social. Pode-se pensar que tal conceito seja pouco usual, porém para o momento de Marx e as problemáticas envolvendo a emergente sociedade burguesa e o capitalismo de sua época, percebe-se que sua preocupação era de *ideologia* sobre a classe dominante. (FREIRE, 2006).

Forte tributário do pensamento Marxista, e um dos maiores colaboradores para a criação dos fundamentos da Análise de Discurso, Louis

Althusser em seu livro *Ideologia e Aparelhos Ideológicos de Estado* (1985) afirma que “ideologia é, ai, um sistema de idéias, de representações que domina o espírito de um homem ou de um grupo social” (p. 81).

Althusser diz ainda que a classe dominante cria mecanismos de perpetuação das condições de dominação, e que a partir desse momento o Estado surge e cria as ferramentas necessárias, ao que ele chamou de Aparelhos Repressores de Estado – ARE (Governo, Exército, Polícia, Tribunais, Prisões, etc) – e Aparelhos Ideológicos de Estado – AIE (Religião, Escola, Família, Direito, Política, Informação, etc).

Dentre as diferenças que Althusser estabelece entre os ARE e os AIE estaria sua forma de funcionamento: enquanto que os primeiros “funcionam de uma maneira massivamente prevalente pela repressão (inclusive física), embora funciona secundariamente pela ideologia”; inversamente os segundos “funcionam de um modo massivamente prevalente pela ideologia, embora funcionando secundariamente pela repressão, mesmo que limite, mas apenas no limite, esta seja bastante atenuada, dissimulada ou até simbólica. (BRANDÃO, 2002, p. 22)

Essa ideologia ficará evidente através do discurso; através do texto propriamente escrito e publicado. É a partir do conhecimento da ideologia que a noção de “assujeitamento” ocorre, quando o sujeito passa a ser sujeito-ideológico:

Essa interpelação ideológica consiste em fazer com que cada indivíduo (sem que ele tome consciência disso, mas, ao contrário, tenha a impressão de que é senhor de sua própria vontade) seja levado a ocupar seu lugar em um dos grupos ou classes de uma determinada formação social. (BRANDÃO, 2002, p. 38)

É a essa noção de sujeito ideológico que nos interessa uma pequena abordagem. Brandão (2002) aponta que uma vez marcado pelo tempo e espaço, a produção desse sujeito passa a ter uma identificação na história, no contexto social onde está inserido, dessa forma entrando

em conflito com outros sujeitos do mesmo ambiente, “que envolve não só o seu destinatário (...) mas que também envolve outros discursos historicamente já constituídos e que emergem de sua fala” (BRANDÃO, 2002. p. 49).

Em outras palavras o que acontece com esse sujeito, como vimos anteriormente, e trazendo a discussão para nosso *corpus*, é que, acreditando que produz sua própria concepção da sua realidade social através da ideologia presente no discurso jornalístico (aparelhos de estado identificados por Althusser, 1985), e também recebendo a influência dos demais sujeitos-históricos-ideológicos, esse sujeito na verdade está replicando o mesmo discurso, o que na AD é chamado de Interdiscurso, quando dentro da sua voz, existem outras vozes colhidas na história discursiva.

Sobre a relação interdiscursiva, Maingueneau (1984) adota uma posição mais radical ainda ao proclamar o primado do interdiscurso sobre o discurso. E isso o leva a afirmar que “a unidade de análise pertinente não é o discurso, mas um espaço de trocas entre vários discursos convenientemente escolhidos” (p. 11). Afirmação que pode ser interpretada de duas maneiras:

1. o estudo da especialidade de um discurso se faz colocando-o em relação com outros discursos;
2. o interdiscurso passa a ser o espaço de regularidade pertinente, do qual os diversos discursos não seriam senão componentes. Esses discursos teriam a sua identidade estruturada a partir da relação interdiscursiva e não independentemente uns dos outros para depois serem colocados em relação. (BRANDÃO, 2002. p. 72)

Orlandi (2006) diz que através do interdiscurso e da formação discursiva podemos começar a entender o “funcionamento da ideologia na constituição do sujeito e do sentido” (ORLANDI, 2006, p, 18). Nesse sentido a formação discursiva procura “dissimular” ou tornar transparente o fato de que sempre existe algo que fala, sempre e independentemente, antes do sujeito dizer.

E é pelo funcionamento do interdiscurso que o sujeito não pode reconhecer sua subordinação-assujeitamento ao Outro²², pois pelo efeito de transparência, esse assujeitamento se apresenta sob a forma de autonomia. O Outro aí é o interdiscurso. Se assim é para o sujeito também para o sentido as coisas são diferentes. Para que uma palavra tenha sentido é preciso que ela faça sentido (efeito do já-dito²³, do interdiscurso, do Outro). (*idem*).

Pêcheux (1975) também comenta essa necessidade de o texto possuir um sentido diferente para cada contexto social:

Se uma palavra, expressão, proposição podem receber sentidos diferentes (...) conforme refiram a tal ou tal formação discursiva, é porque (...) elas não têm um sentido que lhes seria “próprio” enquanto ligado à sua literalidade, mas seu sentido se constitui em cada formação discursiva, nas relações que entretêm com outras palavras, expressões proposições da mesma formação discursiva. (1975, p. 75. *apud* BRANDÃO, 2002, p. 65),

Percebemos nesse momento a crise que o sujeito enfrenta na sua tentativa de se constituir. Não há, portanto, um sujeito isolado, mas uma formação de vários sentidos discursivos que irão produzir o discurso do qual o sujeito é reproduzido. Brandão (2002) chamou isso de “a ilusão discursiva do sujeito”.

Afetado, entretanto, por dois tipos de esquecimentos (Pêcheux e Fuchs, 1975:20-1), o sujeito cria uma realidade ilusória:

²²O Outro é o lugar estranho de onde emana todo discurso: lugar da família, da lei, do pai, na teoria freudiana, liame da história e das posições sociais, lugar para onde é remetida toda a subjetividade. (BRANDÃO, 2002, p. 59 *apud* Authier-Revuz, p. 137).

²³O não-dizer tem sido objeto de reflexão de alguns lingüistas dos quais tomo como exemplar o trabalho desenvolvido por O. Ducrot (1972). Distinguindo, na origem de sua reflexão, como diferentes formas de não-dizer (implícito), o pressuposto e o subentendido, este autor vai separar aquilo que deriva propriamente da instância da linguagem (pressuposto) daquilo que se dá em contexto (subentendido). Se digo “Deixei de Fumar” o pressuposto é que eu fumava antes... (ORLANDI, 2003, p. 82)

– pelo esquecimento nº 1, em que se coloca como a origem do que diz, a fonte exclusiva do sentido do seu discurso. De natureza inconsciente e ideológica – daí ser o ponto de articulação da linguagem com a teoria da ideologia – é uma zona inacessível ao sujeito, aparecendo precisamente, por essa razão, como o lugar constitutivo da subjetividade. Por esse esquecimento o sujeito rejeita, apaga, inconscientemente, qualquer elemento que remeta ao exterior da sua formação discursiva: por ele é que o sujeito “recusa” essa e não outra seqüência para que obtenha esse e não outro sentido. Nesse processo de apagamento, o sujeito tem a ilusão de que é ele o criador absoluto do seu discurso.

– pelo esquecimento nº 2, que se caracteriza por um funcionamento de tipo pré-consciente ou consciente na medida em que o sujeito retoma seu discurso para explicar a si mesmo o que diz. (...) É a operação de seleção lingüística que todo falante faz entre o que é dito e o que deixa de ser dito; em que no interior da formação discursiva que o domina, elege algumas formas e seqüências que se encontram em relação de paráfrase e “esquece”, oculta outras. Essa operação dá ao sujeito a ilusão de que o discurso reflete o conhecimento objetivo que tem da realidade. (BRANDÃO, 2002, p. 66).

Trazendo para nosso *corpus* aceitamos o pensamento de Brandão (2002) ao citar Foucault (1969) que reconhece “o desdobramento de papéis segundo as várias posições que o sujeito ocupa dentro de um mesmo texto” (*idem*)

1. Essa noção do sujeito que se desdobra e assume vários papéis no discurso nos remete ao conceito de polifonia, elaborado inicialmente por Bakhtin que opõe (como já vimos) um discurso polifônico, decido pelo discurso do outro, a um discurso que qualifica como monológico. Para nós, não há discursos constitutivamente monológicos, mas discursos que se “fingem” monológicos na medida em que reconhecemos que toda palavra dialógica, que todo discurso tem dentro dele outro discurso, que tudo que é dito é um “já-dito”. (BRANDÃO, 2002, p. 87).

De tal modo que a definição exata do que vem a ser o sujeito está diretamente ligada com o que o discurso desprende. Ele, o sujeito, portanto passa por transformações em sua essência que o dissimula, mas não o apaga, dentro da ideologia que o mesmo reproduz. Nesse ponto, nos sentimos satisfeitos com os apontamentos levantados sobre a constituição do Discurso e seus reprodutores.

Nosso trabalho pretende usar esses conceitos como suporte teórico para a afirmação da hipótese de atuação do Agenda-Setting no enquadramento da notícia, por considerarmos muito mais abrangente a discussão sobre a formação das notícias e entendermos que os elementos de Análise de Discurso, uma vez que se sustentam primordialmente na avaliação do contexto social no qual o sujeito está inserido, aparece como uma evolução natural da discussão que se inicia no agendamento.

4 Modus Operandi

A partir desse ponto passaremos a tratar dos mecanismos que iremos utilizar para analisar as matérias de nosso *corpus*, as reportagens de capa dos jornais A Crítica, Diário do Amazonas e Amazonas Em Tempo, do dia 17 de Junho de 2010, após a visita do presidente Luiz Inácio Lula da Silva à Manaus.

Partiremos principalmente da abordagem da hipótese do Agenda-Setting para o texto jornalístico de política, evidenciando a ilusão do “mito da objetividade” (Rossi, 2004) e mostrar que as escolhas feitas na construção do texto, tanto pelo jornalista que a escreveu, quanto pelos editores que possuem o dever de adequar as matérias à linha editorial do veículo, muitas vezes deixam de lado as estruturas clássicas do texto jornalístico, ou utilizando-nas com um propósito pré-definido.

Iremos dividir a análise do nosso *corpus* em dois momentos que chamaremos de: **Elementos do Jornalismo e Elementos do Agendamento**.

No primeiro momento vamos identificar as características que constituem o fazer jornalístico abordado no **Capítulo 2**. No segundo momento, partindo do trabalho de Mauro Wolf (*apud* CHAIA, 2004, p. 11) vamos utilizar os quatro itens que ele observou como condição para que o texto tenha as características de agendamento da informação, descrito no **Capítulo 5**. Esses mesmos elementos foram vistos por Azevedo e Sawnsom (pág. 43), cada um dando nomenclaturas ligeiramente diferentes, porém com a mesma estrutura significativa de condicionamento da opinião pública.

Iremos com a ajuda desses conceitos apresentar nas matérias que constituem nosso *corpus*, trechos onde os elementos que as caracterizam como produto do agendamento e condicionamento da opinião pública através da hipótese do Agenda-Setting são identificados de acordo com a pesquisa que fizemos.

5 Corpus

5.1 A Crítica

Manchete: “Nem Alfredo, nem Omar”

Título da Reportagem: “Tenho compromisso com Alfredo”, diz Lula.

Crédito: Audrey Bezerra

- **Elementos do Jornalismo**

O jornal A Crítica procurou oferecer ao seu leitor uma visão mais ampla do que aconteceu durante o dia em que Lula esteve em Manaus, por isso percebemos no texto da jornalista Audrey Bezerra uma preocupação com vários aspectos que a visita do presidente representou.

Dentro dos valores notícia notamos a presença da primeira categoria, substantiva, indicada por Wolf (1995), que caracteriza o texto através da importância dos envolvidos (os presidentes do Brasil e Peru), além de um boxe que apresentou elementos da categoria relativa ao público, ‘interesse público’, quando tratou do tema ‘Aposentadoria’ e das críticas que Lula havia recebido naquela ocasião, e também dentro dessa categoria de público, encontramos ‘Plena Identificação de Personagem’, nas figuras do presidente do Brasil, senador Alfredo Nascimento e governador Omar Aziz.

O primeiro parágrafo da reportagem traz o *lead* preocupado com a decisão de Lula em não divulgar seu apoio a nenhum dos dois pré-candidatos ao governo do Estado. **Quem:** ‘O presidente da República, Luiz Inácio Lula da Silva (PT)’, **Que:** ‘afirmou, ontem, em Manaus que tem candidato ao Governo do Amazonas’, **Quando:** ‘ontem’, **Por Que:** ‘mas adiou o anúncio do apoio oficial dizendo que o cenário político no Estado mudou com o rompimento da base aliada’.

O texto do jornal A Crítica manteve-se fiel a estrutura da Pirâmide Invertida, uma vez decidido que a relevância do tema tratado seria a questão da expectativa pela definição do apoio do presidente Lula, o que podemos classificar dentro da ‘Proximidade’, relacionada à categoria substantiva, quando Pena (2008) diz que uma informação é mais valorizada se for de interesse da localidade. Assim, apenas no sexto

e penúltimo parágrafo é que o leitor fica informado de que o acontecimento se deu pela ocasião de um encontro entre os presidentes do Brasil e Peru para assinar acordos de cooperação energética.

- **Elementos do Agendamento**

Focalização: Em detrimento da agenda oficial que trouxe o presidente Lula à Manaus, o jornal A Crítica optou por divulgar a notícia sobre o clima de expectativa em relação ao apoio do presidente, reconhecido no trecho:

O presidente da República, Luiz Inácio Lula da Silva (PT) afirmou, ontem, em Manaus que tem candidato ao Governo do Amazonas, mas adiou o anúncio do apoio oficial dizendo que o cenário político no Estado mudou com o rompimento da base aliada. (BEZERRA, Audrey. A Crítica, 2010, p. A3).

Framing: A janela interpretativa proposta pelo texto está na explicação de Lula em não dar seu apoio nesse momento aos dois candidatos. A jornalista deixa por conta do próprio presidente se explicar aos leitores, quando reproduz a fala de Lula no parágrafo seguinte:

“Eu vou ter candidato aqui no Amazonas. Até porque nós temos que cumprir a palavra. Agora vamos ter que saber como vamos fazer essas coisas (...). Sabemos que a grande meta nossa é criar as condições para que a companheira Dilma seja eleita. Que a campanha dela não seja prejudicada”, afirmou. “Todo mundo sabe do compromisso que eu tenho com o Alfredo, todo mundo sabe que até três meses atrás o Omar não era candidato. Então tudo isso nos vamos ter que conversar (...)”. (*idem*)

Associação: Na tentativa de colocar o assunto na agenda do leitor, de forma a dar elementos para que esse comece a criar sua própria análise do assunto o jornal explica os motivos que levaram ao presidente não divulgar seu posicionamento durante a coletiva com a imprensa. No quarto parágrafo está escrito:

Segundo Lula, somente depois das convenções partidárias que encerram dia 30 deste mês, é que ele vai avaliar o cenário no Estado. Ele ressaltou que no momento certo vai anunciar o seu candidato e que talvez venha a Manaus para declarar o apoio. “No momento certo, vocês vão ver minha cara na televisão, no comício e espero que isso possa fortalecer a democracia aqui no Estado do Amazonas. Mas, pode ficar certo que não haverá guerra”, disse. (*idem*)

Relevância: O peso, ou conflito, fica por conta das posições de cada um dos pré-candidatos ao governo, após saberem que o presidente não iria divulgar seu posicionamento sobre o assunto. No texto a única fala atribuída a Alfredo Nascimento é sua indiferença ao fato de não ter participado da reunião onde ocorreu a assinatura do contrato de construção de casas populares: “Não vejo nenhum problema, não estou preocupado com isso”.

Para Omar Aziz foi dispensado um boxe com o título “Omar ‘fatura’ com visita presidencial”, onde o texto ainda diz, “Apesar das declarações sobre seu compromisso com o senador Alfredo Nascimento (PR) para as eleições deste ano, Omar esteve o tempo todo ao lado do presidente naquela que deve ser a última viagem de Lula ao Amazonas antes do acirramento da disputa eleitoral”.

5.2 Diário do Amazonas

Manchete: “Lula diz que anunciará apoio no Amazonas até dia 3 de julho”

Título da Reportagem: “Lula evita adiantar apoio no Amazonas”

Crédito: Valmir Lima

• Elementos do Jornalismo

Na reportagem produzida pelo jornalista Valmir Lima encontramos um texto dividido em vários momentos, dando maior atenção à indecisão, ou tentativa de desviar o assunto ‘apoio político’, que o presidente Lula aplicou nos dois candidatos à governo do Amazonas.

O texto se valeu da categoria substantiva de noticiabilidade, uma vez que a informação era importante tanto pelas pessoas envolvidas

(presidentes e Governador) quanto pelas pessoas diretamente afetadas (brasileiros e peruanos). O primeiro parágrafo possui um lead, se respondermos às perguntas clássicas. Mas como exemplo de um texto produzido na efervescência dos novos estilos, que misturam a rigidez das informações com a linguagem despojada dos blogs, percebemos um lead criado sem a preocupação de resumir tudo o que se espera da reportagem: **Quem:** ‘O presidente Luiz Inácio Lula da Silva’, **Que:** ‘disse ontem, em Manaus, que vai ter um candidato ao Governo’, **Quando:** ‘ontem’, **Por Que:** ‘disse que vai cumprir a palavra, mas lembrou que ‘a política é como as nuvens’.

A “pretensa” imparcialidade do jornalista foi traída com o uso do adjetivo ‘dúbia’, elemento que caracteriza um posicionamento por parte do jornalista, que toma partido da situação e emite julgamento: “Questionado sobre o assunto, ele deu uma resposta *dúbia*²⁴: disse que vai cumprir a palavra, mas lembrou que ‘a política é com as nuvens’.

A utilização do modelo de pirâmide invertida está presente no texto e mais uma vez percebemos que para o jornal em questão a visita do presidente à Manaus para tratar com o colega do Peru, foi pano de fundo para as querelas políticas em torno da indicação de Lula para a campanha à governador do Amazonas. Dentro dos requisitos de noticiabilidade aceita-se essa angulação pela questão do interesse do assunto para o momento que o Amazonas vivia, com uma eleição para o Governo do Estado se aproximando.

À agenda do presidente, em uma matéria de quatro colunas, com mais uma segunda notícia coordenada sobre a ‘expectativa dos pré-candidatos’, o espaço dado foi de apenas três linhas no final do segundo parágrafo: “... durante entrevista coletiva no Tropical Hotel, depois da assinatura de acordos bilaterais com o presidente do Peru, Alan Garcia”.

• Elementos do Agendamento

Focalização: Para o jornalista Valmir Lima o que era interessante por em primeiro plano, na vitrine, era o balde de água fria jogado por Lula nos dois candidatos à governo, percebido logo no primeiro parágrafo da reportagem:

²⁴Grifo nosso.

O presidente Luiz Inácio da Silva (PT) disse ontem, em Manaus, que vai ter um candidato ao Governo do Amazonas, mas não quis adiantar declaração de apoio nem ao Senador Alfredo Nascimento (PR), nem ao governador Omar Aziz (PMN). Questionado sobre o assunto, ele deu uma resposta dúbia: disse que vai cumprir a palavra, mas lembrou que “a política é com as nuvens”. (LIMA, Valmir. Diário do Amazonas, 2010, p. Amazonas 3).

Esse enquadramento é encontrado na manchete do jornal, “Lula diz que anunciará apoio no Amazonas até dia 3 de julho”. Mais uma vez percebe-se que o motivo principal da visita do presidente a Manaus foi deixado de lado e optou-se por oferecer ao leitor que Lula havia protelado mais ainda a decisão por seu apoio.

Framing: A partir do enquadramento proposto pelo jornalista, é necessário coloca-lo de forma didática ao leitor, para que ele comece a criar seu arsenal de ‘opiniões’, no caso do texto reproduzido pelo Diário do Amazonas, o segundo parágrafo se presta a esse serviço de contextualização:

A principal preocupação de Lula é com a candidatura da ex-ministra Dilma Rousseff à Presidência da República pelo PT, que no Estado tem o apoio declarado de Omar e Alfredo. “Queria dizer que vou ter candidato aqui no Amazonas, até porque eu tenho que cumprir palavra. Agora vamos ter que ver como fazemos essas coisas. Nós sabemos é que a grande meta nossa é criar condições para que a companheira Dilma seja eleita, que a campanha dela não seja prejudicada no Estado”, disse o presidente durante entrevista coletiva no Tropical Hotel, depois da assinatura de acordos bilaterais com o presidente do Peru, Alan Garcia. (*idem*)

Associação: Nesse ponto, o jornal como um todo se torna o objeto de associação, já que diariamente coloca para o leitor um arsenal de ‘informações’, e portanto, transporta o mesmo para o panorama social e político pré-estabelecido que ele reconhece e ajuda a construir reproduzindo as mesmas informações.

Relevância: Por possuir uma linha editorial mais voltada para a contextualização política, o peso encontrado no texto do jornalista Valmir Lima fica por conta das interpretações que os pré-candidatos ao governo, retiraram das palavras do presidente. Para isso, foi escrito uma segunda matéria coordenada com o título, “Pré-candidatos fazem avaliações positivas de discurso”. A intenção foi trazer Alfredo Nascimento e Omar Aziz para a linha de frente e confrontar com o ‘passa fora’ que ambos receberam do presidente.

5.3 Amazonas Em Tempo

Manchete: “Mais 3,5 mil moradias à mão”

Título da Reportagem: “Governo vai construir 3,5 mil casas”

Crédito: Reportagem não assinada

• Elementos do Jornalismo

O texto do jornal Amazonas em Tempo não apresenta um jornalista reclamando sua autoria. No meio jornalístico isso acontece, entre outras coisas, por dois motivos principais. Primeiro, o texto produzido pelo repórter foi completamente modificado em sua essência pelo editor, ou segundo, o texto foi totalmente produzido pelo editor, que como vimos deve executar seu trabalho obedecendo à linha editorial da empresa jornalística.

Percebemos que na matéria se utilizou a ‘Categoria Substantiva’ de noticiabilidade e explorou os três pontos: importância dos envolvidos (Lula e Omar Aziz), a quantidade de pessoas envolvidas (população do Amazonas) e interesse nacional (assinaturas de acordos entre Brasil e Peru), além da ‘Proximidade’, que defende que o assunto deve ser tratado de maneira a atingir o maior número de pessoas possíveis na localidade.

A objetividade do texto cai na tentativa de induzir o leitor a pensar que a visita do presidente Lula a Manaus foi principalmente para a assinatura de um programa de construção de casas populares com o Governo do Estado, conforme demonstrado no primeiro e segundo parágrafo da reportagem:

O presidente Luiz Inácio Lula da Silva e o governador Omar Aziz assinaram, ontem, o contrato de R\$ 149,2 milhões para a construção de 3.511 moradias do programa Minha, Minha Vida no Estado. O empreendimento ‘Meu Orgulho’, vai atender a famílias com renda de até três salários mínimos.

O contrato foi assinado durante a passagem do presidente pela cidade, onde ele também teve um encontro com o presidente do Peru, Alan Garcia, e com lideranças empresariais do Brasil e do Peru. O contrato do conjunto habitacional “Meu Orgulho”, assinado ontem, é a primeira parte de um projeto que vai construir mais de oito mil casas em Manaus. Ele é o maior projeto dentro do programa Minha Casa, Minha Vida no país. (AMAZONAS EM TEMPO, 2010, p. A/5).

De acordo com a agenda do presidente para essa visita em Manaus (Anexo A), sua principal atividade, que lhe custaria mais de 3h, eram as reuniões com o presidente do Peru, Alan Garcia, junto a um Conselho de Empresários. A “solenidade de assinatura do contrato” com o governador, descrita na reportagem, não durou mais que 1h.

O Lead, portanto, foi construído de forma a privilegiar a informação de que o presidente estava em Manaus para assinar o tal contrato: **Quem:** ‘O presidente Luiz Inácio Lula da Silva e o governador Omar Aziz’, **Que:** ‘assinaram, ontem, o contrato’, **Quando:** ‘ontem’, **Onde:** ‘durante a passagem do presidente pela cidade’, **Por Que:** ‘para a construção de 3.511 moradias’.

A utilização da estrutura da pirâmide invertida também se deu de acordo com a orientação do Lead, evidenciando a assinatura do contrato de construção de casas populares em detrimento dos acordos firmados entre o Brasil e o Peru. Para essa última informação, em uma matéria de cinco colunas foi dispensado apenas o sexto parágrafo da reportagem.

De tal modo, que fica evidente pelas escolhas feitas na feitura do texto que a objetividade jornalística ficou em segundo plano, se através da agenda do presidente se pode desprender que a angulação principal do texto deveria ser sobre os acordos internacionais entre os dois países. Optou-se, no entanto, pelo enquadramento da situação através do inves-

timento em um projeto de construção de casas populares, somando-se a isso o clima pré-eleitoral, percebe-se para onde o agendamento da notícia leva o leitor. Por outro lado, com os elementos jornalísticos encontrados, o texto acaba possuindo o tom informativo que o habilita a publicação.

- **Elementos do Agendamento**

Focalização: No texto o ‘foco’ já é observado na capa, escrito em letra maiúscula acima da manchete: “ACORDO OMAR/LULA”. Observamos nesse primeiro sutiã a personalização de uma instituição, o Governo do Estado, no nome de Omar Aziz. Vimos isso em Sawnsen, quando ele afirma que é “comum ver as notícias construídas de maneira que faça que os governos e os políticos sejam mais interessantes para a audiência (*apud* CHAIA, 2004, p. 16)”. Dessa maneira apresentando de forma simples idéias ou formas impessoais, que de outra maneira seriam “difíceis de visualizar”.

Esse foco justifica-se pelo período pré-eleitoral, onde o governador Omar Aziz tentava emplacar sua candidatura a reeleição com o apoio do presidente e um apelo sistemático por aceitação popular, tentando excluir a imagem do ex-governador Eduardo Braga e firmar o novo nome pro cargo, Omar Aziz.

Framing: O “recorte” que encontramos no texto analisado está na escolha do autor em dar maior visibilidade à assinatura do contrato que prevê a construção das casas. Isso é observado em dois momentos. Primeiro, no sutiã da capa onde lê-se: “Acordo firmado ontem entre o governador Omar Aziz e o presidente Lula beneficiará famílias que recebem até três salários mínimos com a construção de 3,5 mil habitações”. Depois, no sutiã dentro da reportagem, abaixo do título, onde temos: “Em visita a Manaus, Lula assina contrato de R\$ 149 milhões para o programa ‘Minha Casa, Minha Vida’ e diz que vai apoiar um candidato ao governo”.

Em momento algum o jornal indicava ao seu leitor que o principal motivo da visita presidencial ao Amazonas era o encontro com o presidente do Peru. Essa informação só seria reconhecida após a leitura de toda a matéria, e ainda relegada a pouco mais de um parágrafo e metade de outro. Ao “leitor de capa de jornal”, o recorte da realidade proposto

pelo jornal já estava divulgado e a pauta para a discussão da ‘opinião pública’ definida.

Associação: Nesse ponto não há um trecho que determine essa ‘associação’ defendida pelo item, no entanto, o que ocorre é a utilização do Agenda-Setting através da Espiral do Silêncio, de forma a criar no leitor-reprodutor da notícia uma identificação com o tema proposto. Todo o texto da notícia, portanto, funciona como exemplo desse comportamento trazendo o ‘objeto’, ou o texto, para o contexto social e político do leitor.

Relevância: Essa contextualização necessária do texto jornalístico com o leitor será sentida no momento em que a matéria diz: “O contrato do conjunto habitacional ‘Meu Orgulho’, assinado ontem, é a primeira parte de um projeto que vai construir mais de oito mil casas em Manaus. Ele é o maior projeto dentro do programa Minha Casa, Minha Vida no país”.

Trazendo a discussão da falta de casas para pessoas carentes (“famílias com renda de até três salários mínimos”), e a conseqüente construção de um número expressivo de unidades (“um projeto que vai construir mais de oito mil casas em Manaus”), à baila da matéria o autor procura oferecer ao leitor algo que o sensibilize à causa noticiada. Partindo do entendimento que em algum momento o leitor dessa matéria pode ser um desses que necessitam de casa própria, o jornal insere o dia-a-dia desse cidadão no seu arsenal de assuntos.

Conclusão

A hipótese do Agenda-Setting revista por Shaw (*apud* WOLF, 1995) nos deu a primeira inquietação, disse ele, “em consequência da ação dos jornais, da televisão e de outros meios de informação, o público sabe ou ignora, presta atenção ou descarta, realça ou negligencia elementos específicos dos cenários políticos” (p. 130). A partir desse ponto nos propusemos a levantar os aspectos que poderiam confirmar essa afirmação. Foi com Mauro Wolf (1995) que tomamos conhecimento dos critérios de ‘noticiabilidade’, e mais uma vez ficamos inquietos. Quando então ficamos frente aos quatro elementos (Focalização, Framing, Associação e Relevância) propostos por Wolf (1995) para se enquadrar uma notícia de forma a criar um mecanismo que mantivesse o leitor preso ao assunto, resolvemos partir para o confronto, e descobrir se o texto jornalístico poderia ser tão cínico.

Num primeiro momento tratamos de levantar os pressupostos do fazer jornalístico para que isso nos desse a firmeza no terreno que iríamos pisar. Tratamos, portanto, de definir os conceitos e elementos dentro do jornalismo que permitem que um texto seja aceito como informativo. Daí tivemos contato com as estruturas do Lead e a construção da Pirâmide Invertida: elementos fundamentais que validam o texto para o campo jornalístico.

A reboque das pesquisas nos deparamos com um dos calos mais dolorosos para os jornalistas: a imparcialidade. Sem o mínimo de remorso, tratamos de derrubar esse mito demonstrando que o jornalista jamais conseguirá construir uma notícia sem que nele estejam presentes todos os seus anseios e sentimentos. Nos três textos analisados pudemos constatar esse aspecto. Nos apropriamos de uma frase em que a professora Leila Ronize (2001) resume bem esse momento, diz ela: “deixamos claro (...) que é possível encontrar a opinião do autor, em que sua relação com o leitor extrapola para o campo persuasivo, levando o leitor a fazer, a ser, a saber e até a crer”. Superado esse obstáculo, tivemos que definir onde estávamos pisando: Notícia ou reportagem?

Foi com Lage (2004) que as diferenças foram sendo acentuadas e finalmente com Sodré (1986) chegamos ao conceito final do que nos interessava: estávamos lidando com um híbrido, uma ‘reportagem de fatos’. Aquilo que se at m ao relato objetivo do factual e obedece

rigorosamente a forma invertida da pirâmide invertida. Faltava então voltar aos elementos do agendamento e por a prova o nosso *corpus*.

A hipótese do Agenda-Setting se mostra mais eficaz em períodos eleitorais, conforme Wolf (1995) irá observar através das pesquisas desenvolvidas por Shaw. Recortamos um momento do jornalismo Baré para demonstrar essa hipótese, e fizemos deste o *corpus* de nosso trabalho: confirmar que os jornais de Manaus aplicam as estruturas do agendamento em suas matérias de modo a influenciar a criação da opinião pública.

Escolhemos as reportagens de capa do dia 17 de junho, por ser após a visita do presidente Luiz Inácio Lula da Silva à Manaus. Essa escolha não foi de forma alguma gratuita ou casual, e aqui cabe explicar o porque dela ser feita, principalmente para prestar nosso tributo aos elementos de Análise de Discurso que também fizeram parte da pesquisa de nosso trabalho, quando nos alertaram para a importância da contextualização da realidade social e política do Sujeito enquanto reproduzidor do discurso:

Manaus viveu nesse ano de 2010 uma eleição para governador do Estado, e nela figuravam velhos nomes conhecidos dos (e)leitores amazonenses, a saber, Omar Aziz e Alfredo Nascimento. Os dois eram parte da base aliada do Partido dos Trabalhadores (PT) para a eleição da ex-Ministra Dilma Rousseff à presidência da República. No entanto, os dois eram adversários pelo governo do Amazonas. Naquele dia 16 de junho, o presidente Lula veio a Manaus para tratar da assinatura de acordos de cooperação bilateral com o presidente do Peru, Alan Garcia. O que menos interessava eram esses acordos, tanto para os dois pré-candidatos, quanto para a imprensa local. A dúvida geral era para quem o presidente iria dar apoio e pedir votos durante a campanha, dali à pouco menos de dois meses.

Pudemos então constatar com nosso trabalho que se aproveitando do mito da objetividade, das categorias de noticiabilidade, mais incisivamente da questão da proximidade do assunto para a população, o jornalismo baré travestiu em notícia o agendamento usado nas reportagens através dos quatro elementos reconhecidos por Mauro Wolf.

Não pretendemos nesse momento por um ponto final na discussão que permeiam o texto jornalístico. Nosso trabalho demonstrou que o jornalismo, por si só, já consegue colocar o leitor numa posição delicada

de receptor da informação, quando esse acaba por pensar que é produtor de suas opiniões. Conseguimos, através do levantamento teórico que fizemos, dizer a esse leitor que ele na verdade é apenas reproduzidor da mensagem pré-construída dentro das engrenagens jornalísticas.

A contribuição da Análise de Discurso para o entendimento do *corpus* do nosso trabalho nos apresentou um novo campo de pesquisa, quando transformou o leitor em Sujeito e trouxe a discussão para o campo da lingüística, oferecendo-nos uma nova perspectiva para encarar o texto jornalístico através da análise dos pressupostos da criação do Discurso.

Saímos satisfeitos com o resultado obtido através do Agenda-Setting e nos propomos a continuar a pesquisa em nível de Mestrado confrontando o texto jornalístico através dos pressupostos da Análise de Discurso, por acreditarmos que além do que está impresso na página do jornal que chega as mãos do leitor, existem outras informações que são transmitidas de forma silenciosa através das entrelinhas do discurso.

Obras Consultadas

- ADOLFO, Mário. *20 anos de resistência. Amazonas Em Tempo*, Manaus 02 de Setembro. 2007. Caderno Especial.
- ALTHUSSER, Louis. *Aparelhos Ideológicos de Estado: Nota Sobre os Aparelhos Ideológicos de Estado*. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1985.
- BEZERRA, AUDREY. *'Tenho compromisso com Alfredo', diz Lula*. A Crítica, Manaus 17 de Junho. 2010. Edição
- BRANDÃO, Helena H. Nagamine. *Introdução à Análise do Discurso*. 8 ed. Campinas: Unicamp, 2002.
- BAHIA, Juarez. *Jornal, História e Técnica: História da Imprensa Brasileira*. 4 ed. São Paulo: Ática, 1990.
- CHAUÍ, Marilena. *O que é ideologia*. São Paulo: Brasiliense, 1980.
- CHAIÁ, Vera. *Jornalismo e Política: Escândalos e Relações de Poder na Câmara Municipal de São Paulo*. São Paulo: Hacker, 2004.
- CRISTINA, Pontes. *Para entender as notícias – Linhas de análise do discurso jornalístico*. Florianópolis: Insular, 2005.
- FREIRE, Sérgio. *Conhecendo Análise de Discurso – Linguagem, Sociedade e Ideologia*. Manaus: Valer, 2006.
- FARIAS, Orlando. *A Dança dos Botos – E Outros Mamíferos do Poder*. Manaus: Valer, 2010.
- GARCIA, Luiz. *O Globo. Manual de Redação e Estilo*. 22 ed. São Paulo: Globo, 1995.
- KOTSCHO, Ricardo. *A Prática da Reportagem*. 4 ed. São Paulo: Ática, 2004.
- LAGE, Nilson. *Estrutura da Notícia*. 5 ed. São Paulo: Ática, 2004.
- _____. *Ideologia e Técnica da Notícia*. Petrópolis: Vozes, 1979.

- MARQUES DE MELO, José. *Jornalismo Opinativo*. 3 ed. Campos do Jordão: Mantiqueira, 2003.
- _____. *Teoria do Jornalismo: Identidades Brasileiras*. São Paulo: Paulus, 2006.
- MARQUES, Luis Henrique. *Teoria e Prática da Redação para Jornalismo Impresso*. Bauru, SP. EDUSC: 2003.
- MARTINO, Luís Mauro Sá. *Teoria da Comunicação – Idéias, Conceitos e Métodos*. Petrópolis, RJ. Vozes: 2009.
- MEDINA, Cremilda. *Notícia – Um Produto à Venda*. 3 ed. São Paulo: Summus, 1988.
- MELO, Daisy Helen do Nascimento. *A Comunicação e as Ações de Marketing de um Jornal Impresso. Estudo de Caso: Diário do Amazonas*. Monografia (Especialização). Centro Universitário do Norte. Manaus: 2009.
- ORLANDI, Eni. *Análise de Discurso – Princípios & Procedimentos*. 5 ed. Campinas: Pontes, 2003.
- ORLANDI, Eni; LAGAZZI-RODRIGUES, S. (Orgs.). *Discurso e Textualidade*. Campinas: Pontes, 2006.
- PENA, Felipe. *Teoria do Jornalismo*. 2 ed. São Paulo: Contexto, 2008.
- PINA, José Carlos Mathias. *A Crítica – Última Aventura Jornalística na Amazônia*. Monografia. Manaus: 2010.
- ROSSI, Clovis. *O que é jornalismo*. 7 ed. São Paulo: Brasiliense, 1986.
- SANTOS, F. J., PINHEIRO. *Cem Anos de Imprensa no Amazonas (1851 – 1950) - Catálogo de Jornais*. 2 ed. Revisada. Manaus: Imprimu, 1990.
- SEABRA, Roberto & SOUZA, Vivaldo de (Org.). *Jornalismo Político: Teoria, História e Técnicas*. Rio de Janeiro: Record, 2006.

- SODRÉ, Nelson Werneck. *História da Imprensa no Brasil*. 4 ed. [atualizada]. Rio de Janeiro: Mauad, 1999.
- SOUZA, Leila Ronize Moraes de. *A Legitimação da Ditadura Militar nas reportagens jornalísticas de O Cruzeiro*. Dissertação de Mestrado. Universidade Federal do Amazonas. Manaus: 2001.
- TRAVANCAS, Isabel Siqueira. *O Mundo dos Jornalistas*. São Paulo: Summus, 1993.
- VILAS BOAS, Sérgio. *O Estilo Magazine – O Texto em Revista*. São Paulo: Summus, 1996.
- VIZEU, Alfredo. In, LAGO, Cláudia; BENETTI, Márcia. *Metodologia de pesquisa em jornalismo. Coleção Fazer Jornalismo*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007.
- WOLF, Mauro. *Teorias da Comunicação*. Editora Presença. Lisboa, 1995.

Anexos

Anexo A – Agenda do Presidente



Presidência da República
AGENDA DO SENHOR PRESIDENTE
Quarta-feira, 16 de junho de 2010

Horário local de Manaus/AM: menos 1h em relação a Brasília

08h – Partida para Manaus (AM)

Base Aérea de Brasília (DF)

09h50 – Chegada a Manaus

Aeroporto Internacional Eduardo Gomes

10h40 – Encontro privado com o presidente do Peru, Alan García

Hotel Tropical

11h30 – Encontro ampliado

12h20 – Encontro com integrantes do Conselho Empresarial Brasil-Peru

12h35 – Cerimônia de assinatura de atos e entrevista coletiva à imprensa

13h30 – Almoço com o presidente do Peru, Alan García

15h – Assinatura de contratos do Programa Minha Casa, Minha Vida

16h – Partida para Brasília

Aeroporto Internacional Eduardo Gomes

19h45 – Chegada a Brasília

Base Aérea de Brasília

Anexo B – Capa e matéria do jornal A Crítica

R\$ 1,50 • MANAUS • QUINTA-FEIRA • 17 DE JUNHO • 2010 • Ano LVII - Nº 21.240 • HOJE: 48 páginas, 4 cadernos • CLASSIFICADOS: 8 páginas, 802 anúncios • www.acritica.com.br

acritica

30 DE MÃOS DADAS COM O TITULO
FUNDIÇÃO
UMBERTO CALDERARO FILHO
CONSTITUIÇÃO
NITTA DE ARAUJO CALDERARO

Banco Central abre vagas com salário de R\$ 14 mil
PÁGINA A14

INDEFINIÇÃO VISITA PRESIDENCIAL

Nem Alfredo, nem Omar



Apesar de declarar ter “um compromisso com Alfredo Nascimento”, presidente Lula diz que o cenário político no Estado mudou e que anúncio de apoio só depois das convenções. PÁGINA A2

Está proibido tocar outros ritmos em Parintins
Campanha “no ritmo da toada” proíbe bares e carros particulares com aparelhagem de som de tocar forró, axé e pagode, por exemplo. PÁGINA C8

CRAQUE
ARGENTINA JOGA HOJE SEM UMA DAS ESTRELAS
DESFAQUE Maradona não terá o apoiador Verón na partida de hoje contra a Coreia do Sul, às 7h30 horário de Manaus. PÁGINA C18

DETERMINADOS Após empatarem em seus jogos de estreia, só a vitória interessa para França e México. PÁGINA C18

Bem Viver
Exclusiva com **Mandy Moore**
Em entrevista à A Crítica, a cantora e atriz americana fala sobre carreira, planos e a vontade de conhecer o Brasil. PÁGINA B16

RESUMO DA COPA A Espanha é a primeira zebra da competição. África do Sul perde e se complica. PÁGINAS C10 E C14

CINEMA PÁGINA B11
Produção seleciona atores locais

R\$ 237 MILHÕES PÁGINA A7
Aditivo para obra da ponte sob suspeita

“CHOQUE DE ORDEN” PÁGINA C2
Bares e lojas são retirados do Centro

EM MANAUS PÁGINA C8
Cinco foram mortos após jogo do Brasil

LEIA AMANHÃ
Baladas e agitos do Fim de Semana na cidade

TEMA DO DIA

a crítica MANUSCRIPTO Nº 17 DE ABRIL DE 2019

A3

Sucessão no AM > À espera dos números

Presidente da República faz a sua 14ª visita a Manaus, assina acordos de cooperação internacional com o presidente do Peru. Alan Garcia, e diz que política é como nuvem ao tratar da sucessão no Amazonas que tem dois candidatos da base aliada.



Moradia Convênios assinados ontem, em Manaus, projetam a construção de 3.511 casas na cidade dentro do projeto 'Meu Orgulho'.

149,2 Milhões de reais

É o valor do contrato entre os governos federal, do Amazonas, Direcional Engenharia e a Casa.

'Tenho compromisso com Alfredo', diz Lula

Declaração foi feita durante coletiva, mas presidente preferiu aguardar as convenções para declarar quem vai apoiar

AUDREY BEZERRA

O presidente da República, Luiz Inácio Lula da Silva (PT) afirmou, ontem, em Manaus que tem candidato ao Governo do Amazonas, mas adiou o anúncio do apoio oficial dizendo que ocorreria político no Estado meio ano e o cumprimento da base aliada. Na mesma declaração, Lula destacou o compromisso que tem com o senador Alfredo Nascimento (PR), pré-candidato ao Governo do Estado.

'Eu vou ter candidato aqui no Amazonas. Mas porque não tem quem cumprir a palavra. Agora vamos ter que saber como vamos fazer essas coisas (...). Sabemos que a grande meta nossa é criar as condições para que a campanha Dilma seja eleita, que a campanha dela não seja prejudicial', afirmou. 'Todo mundo sabe do compromisso que eu tenho com o Alfredo, todo mundo sabe que até três meses atrás o Omar não era candidato, agora vira candidato. Então não é isso não vamos ter que conversar (...)', completou o presidente.

No cenário local, os dois pré-candidatos ao Governo, Omar Aziz (PMN), que busca a reeleição, e o senador Alfredo Nascimento (PR), já afirmaram que vão fazer campanha para Dilma Rousseff (PT) no Estado. No entanto, os dois disputam entre si a presença do presidente em seus palanques.

Segundo Lula, somente depois das convenções partidárias, que encerram no dia 30 deste mês, é que ele vai oficializar o cenário no Estado. Ele ressaltou que no momento certo vai anunciar seu candidato e que talvez venha a Manaus para declarar o apoio. 'No momento certo, vou vir ver minha cara na televisão, no rádio e espero que isso não possa fortalecer a demerência aqui no Estado do Amazonas. Mas, pode ficar certo que não haverá guerra', disse.

Após ouvir a declaração de Lula à imprensa sobre a situação



Na porta do Hotel Tropical, um grupo de indígenas entrega ao presidente Lula documentos reivindicando moradias.

política no Amazonas, o governador Omar Aziz disse em discursos, durante a assinatura do projeto 'Minha Casa, Minha Vida', que independente das questões políticas partidárias, eles (Omar e Lula) vão estar no mesmo lado. 'Conte com a gente. A questão política nós sabemos entender. O povo sabe entender e você não vai nos ajudar nessa política não saberia entender a dimensão que é ser presidente da República. Mas, o nosso compromisso é com o Brasil que está indo bem', declarou.

A entrevista do presidente foi concedida à imprensa no Hotel Tropical. Lula não se pronunciou em relação ao presidente do Peru, Alan Garcia. Depois de um breve pronunciamento, o governador Omar Aziz, o prefeito Amazonino Mendes (PR) e os ministros das Cidades, Márcio Fortes, de Minas e Energia, Sérgio Zambonato e outros.



Os presidentes Alan Garcia, do Peru, e Lula, do Brasil, na reunião de Manaus.

Sabua mais

Apresentador O presidente Luiz Inácio Lula da Silva procurou minimizar as críticas em relação à previsão nas contas da Previdência depois de sanção do reajuste concedido pelos parlamentares aos aposentados que recebem acima de um salário mínimo, de 7,72%. Lula defendeu que as contas públicas serão compensadas por meio dos impostos recolhidos pelo governo decorrentes do aumento

no poder de consumo dos beneficiados pelo reajuste. Segundo ele, o reajuste aos aposentados não vai 'quebrar um País que quer ser a quinta economia do mundo'. Ele também procurou descartar o tom eleitoral da sanção, atribuindo os benefícios da medida apenas aos aposentados, e não aos candidatos à disputa presidencial. Este aumento terá impacto de R\$ 1,6 bilhão nas contas públicas.

Brasil amplia presença no Peru

Durante encontro entre o presidente Lula e o presidente do Peru, Alan Garcia, foram assinados vários acordos de cooperação técnica entre os dois países.

Entre eles, o Fortalecimento de Energia Elétrica ao Peru e Exportação de Excedentes ao Brasil, que inclui o processo de interconexão das redes elétricas dos dois países, com o objetivo de garantir segurança energética para o Brasil e Peru. O acordo, segundo a Presidência, estabelecerá regras gerais para a participação do Brasil em projetos hidroelétricos em território peruano, incluindo a exportação dos excedentes para o Brasil.

Também foram assinados acordos de cooperação nas áreas de ordenamento territorial, gestão integrada de recursos hídricos, instalação de sistemas agroflorestais e implementação de centro de capacitação industrial.

Omar 'fatura' com visita presidencial

Nos bastidores da visita do presidente Lula a Manaus, o comentarista geriu é o de quem mais se 'aproveita' com a visita dele foi o governador Omar Aziz (PMN). Apesar das declarações do presidente sobre seu compromisso com o senador Alfredo Nascimento (PR) para as eleições deste ano, Omar esteve o tempo todo ao lado do presidente inapetente que deve ser a última viagem de Lula ao Amazonas antes do acirramento da disputa eleitoral.

Omar esteve com Lula da recepção, no aeroporto Edson Luís, até à assinatura dos convênios do programa Minha Casa Minha Vida. Só ficou de fora da agenda quando Lula se reuniu com o presidente do Peru, Alan Garcia, no Hotel Tropical. 'Antes, ele (Lula) só falava da candidatura de Alfredo. Agora, ele já considera a candidatura do Omar', disse o deputado estadual Sílmio Campos (PT), aliado de Omar.

Frase

'"No momento certo eu vou vir aqui (à Manaus) ou, em Brasília, e irei anunciar quem é o meu candidato"

Frase

'"Política é como nuvem, a gente olha para um lado está com um formato e daqui um formato com outro formato"

Lula iniciou Lula da Silva Presidente da República

Contrato para construção de 3,5 mil casas em Manaus

Presidente pede mais qualidade nas habitações que integram o projeto

O governo Federal e do Amazonas assinaram contrato de R\$ 149,2 milhões com a Direcional Engenharia e a Caixa Econômica Federal para a execução do Programa Minha Casa, Minha Vida, para a construção de 3.511 unidades habitacionais da primeira etapa do projeto Meu Orgulho, destinadas a população com renda familiar de zero a três salários mínimos. O ato de assinatura foi realizado por volta das 10h durante visita de Lula a Manaus. Participaram ainda da assinatura o Mi-

nistro das Cidades, Márcio Fortes, a presidente do banco brasileiro, Maria Fernanda Coelho, o governador do Amazonas, Omar Aziz e o prefeito de Manaus, Amazonino Mendes. Até 3.511 unidades fazem parte do primeiro lote do projeto, que prevê a construção de 6.000 imóveis pela Direcional Engenharia, sendo aproximadamente mil casas e o restante são unidades apartamentadas. A construção será realizada em uma área de 1.695.608,76 metros quadrados, no bairro Santa Felicidade, Zona Norte.

Em números

27

Meses é o prazo previsto pelo Governo para a conclusão das unidades habitacionais da primeira e segunda etapas, de acordo com o Ministério das Cidades. Cento e sete dessas moradias serão destinadas a portadores de necessidades especiais.



Márcio Fortes, das Cidades, assinou os acordos do 'Minha Casa'

Das unidades que serão construídas, 3.072 serão apartamentos e 439 casas com dois quartos. Partidárias casas, aproximadamente 107 serão destinadas a portadores de necessidades especiais. A previsão de entrega da obra completa, com a primeira e segunda etapa, é em 27 meses. O governador Omar Aziz disse que a construção das novas casas são fruto de uma parceria vitoriosa, que busca qualidade de vida para quem necessita.

MAIS QUALIDADE O presidente Lula chamou a atenção para o cuidado com a qualidade das casas. Segundo ele, as casas precisam ter varandas, melhor acabamento, pisos e ar-condicionado. 'Não queremos casas de luxo, mas ambientes de qualidade para que as pessoas possam viver bem. Nós podemos fazer casas melhores (...)', afirmou Lula.

www.diarfoam.com.br
Quinta-feira, 17 de Junho de 2010

R\$ 0,50

Diário DO AMAZONAS

Plus **Márcio resgata histórias da 7ª arte**
PLUS 19

SAIBA TUDO SOBRE A COPA
www.d24am.com

ANO XXIV | Nº 1268 | PREÇO R\$ 0,50 | 32 PÁGINAS

INFORMAÇÃO COM CREDIBILIDADE

PRESIDENTE | CASSIANO ANUNCIÇÃO

ELEIÇÕES A MAIOR PREOCUPAÇÃO DO PRESIDENTE É A ELEIÇÃO DE DILMA ROUSSEFF, QUE É APOIADA POR ALFREDO E OMAR AZIZ

Lula diz que anunciará apoio no Amazonas até dia 3 de julho



Do projeto de palanque único em torno da presidencial Dilma Rousseff (PT), o presidente já considera duas candidaturas, a de Alfredo Nascimento e a de Omar Aziz. / Foto: Balduino Valente

AMAZONAS 31 O presidente Luiz Inácio Lula da Silva (PT), disse, ontem, em Manaus, que vai apoiar um candidato ao Governo do Amazonas, mas não deu declaração de apoio nem ao senador Alfredo Nascimento (PR), nem ao governador Omar Aziz (PMN). Lula disse que vai cumprir com a palavra e lembrou que "a política é como as nuvens".

<p>VENCER FUNDAMENTOS</p> <p>Argentina e França voltam a campo</p> <p>VENCER 25 Os argentinos enfrentam a Coreia do Sul, já os franceses jogam contra o México.</p> <p>Espanha 'amarela' mais uma vez e perde</p> <p>VENCER 26 De favorita, a Espanha não passou pela estreia da Suíça e perdeu por 1 a 0.</p> <p>Treino Enquanto os titulares da Seleção Brasileira ganharam folga, mesmo após a sua vitória contra a Coreia do Norte, os demais jogadores treinaram alguns dos fundamentos que mais a equipe errou na partida de estreia na Copa da África do Sul. VENCER 27</p>	<p>AFASTAMENTO</p> <p>Juiz diz que decisão sobre irmãos Souza sai até dia 21</p> <p>AMAZONAS 5 O juiz Mauro Antony julgará até segunda-feira o pedido de afastamento do vice-prefeito Carlos Souza e do vereador Fausto Souza.</p>	<p>RIO NEGRO</p> <p>Aditivo já faz valor da ponte chegar a R\$ 880 mi</p> <p>AMAZONAS 6 Termo Aditivo mostra que valor que o Estado pagará pela ponte sobre o Rio Negro será 60,2% maior que o inicialmente contratado.</p>
<p>Detran exige que agentes prestem conta de multas</p> <p>AMAZONAS 7</p>	<p>Refugiados africanos e asiáticos buscam asilo no Amazonas</p> <p>AMAZONAS 8</p>	

Quinta-feira, 17 de Junho de 2010

Fale com a gente
redacao@diarioam.com.br

Amazonas

Diário
DO AMAZONAS

Castro lembra morte de Péres

Os dois anos de falecimento do senador Jefferson Péres (PDT) (foto), completados no dia 23 de maio, foram lembrados ontem, na Assembleia Legislativa do Estado (ALE), pelo deputado Luiz Castro (PPS). A data da morte havia passado 'em branco'.



AAM

SISTEMA DE GESTÃO É APRESENTADO HOJE

A Associação Amazônica de Municípios (AAM) apresenta hoje o Sistema Integrado de Gestão a Prefeitos do Amazonas, com o diretor do Departamento de Governança Eletrônica da Confederação Nacional de Municípios, Júlio César Bueno.

PRESIDENTE DIZ QUE TERÁ CANDIDATO NO AMAZONAS, CUMPRIRÁ ACORDOS E QUE POLÍTICA É 'COMO AS NUUVENS'

Lula evita adiantar apoio no Amazonas

Valmir Lima
Da Redação
Manaus, Amazonas

O presidente Luiz Inácio Lula da Silva (PT) disse ontem, em Manaus, que vai ter um candidato ao Governo do Amazonas, mas não quis adiantar declaração de apoio nem ao senador Alfredo Nascimento (PR), nem ao governador Omar Aziz (PMN). Questionado sobre o assunto, ele deu uma resposta dúbio: disse que vai cumprir a palavra, mas lembrou que "a política é como as nuvens". Veja o vídeo da entrevista com o presidente no portal www.d24am.com.

A principal preocupação de Lula é com a candidatura da ex-ministra Dilma Rousseff à Presidência da República pelo PT, que no Estado tem o apoio declarado de Omar e Alfredo. "Querir dizer que vou ter candidato aqui no Amazonas, até porque eu tenho que cumprir palavra. Agora vamos ter que ver como fazemos essas coisas. Nós sabemos é que a grande meta nossa é criar condições para que a companheira Dilma seja eleita, que a campanha dela não seja prejudicada no Estado", disse o presidente durante entrevista coletiva no Tropical Hotel, depois da assinatura de acordos bilaterais com o presidente do Peru, Alan García.

Lula disse que até o dia 3 de julho, quando o processo de convenções dos partidos já estiver consolidado, vai tomar uma decisão sobre apoio no Estado. "Então, eu posso dizer para vocês que no momento certo eu virei aqui ou em Brasília e vou anunciar quem é meu candidato".

PMDB

Ao se referir aos dois candidatos ao governo, o presidente disse que tem compromisso com Alfredo e que a candidatura de Omar surgiu há três meses, mas acrescentou o fator PMDB, que no Estado está com Omar.



O presidente Lula esteve em Manaus para assinar acordos com o presidente do Peru, Alan García / Foto: Raimundo Valentin

"Querir dizer que vou ter candidato aqui no Amazonas, até porque eu tenho que cumprir palavra. Agora vamos ter que ver como fazemos essas coisas".

Do presidente Lula.

"Todo mundo sabe do compromisso que eu tenho com o Alfredo. Todos sabem que até três meses atrás o Omar não era candidato e agora virou candidato. Então nós vamos ter que conversar porque a nossa relação com o PMDB nacional é muito forte. Nós acabamos de fazer a convenção oficial e lançar o PMDB como vice-presidente da Dilma e precisamos ter em conta que essa é uma costura política que tem que ser feita com carinho", disse Lula.

O presidente afirmou, ainda, que na campanha eleitoral surgirá em palanque e aparecerá

na televisão pedindo voto ao candidato que apoiar no Estado. "Ezou, no momento certo, virá aqui, vocês vão ver minha cara na televisão, vocês vão ver minha cara no comício. E eu espero que isso só possa fortalecer a democracia aqui no Estado do Amazonas. Vocês podem ficar certos que não haverá guerra, tudo será feito na santa paz".

Convênio

O presidente Lula também acompanhou a assinatura de convênio entre o Ministério das Cidades, a Caixa Econômica Federal, o Governo do Amazonas, a Prefeitura de Manaus e a Direcional Engenharia para a construção de 9 mil casas do programa federal Minha Casa, Minha Vida. Dessas, 3.511 são de um conjunto habitacional para pessoas que ganham de zero a três salários mínimos, que o governo do Estado já batizou de 'Meu Orgulho'.

Mais cedo, com as delegações do Brasil e Peru foram assinados nove acordos de cooperação técnica entre os dois países, nas áreas de agricultura, ciência e tecnolo-

gia, educação e energia elétrica. O presidente chegou às 10h30 em Manaus e passou o dia em encontros com o presidente do Peru, Alan García e autoridades e empresários dos dois países. Às 16h foi servido um almoço para as duas delegações, com a participação de Omar e Alfredo, além do prefeito de Manaus, Amazonino Mendes (PTB).

Grupos

A chegada de Lula a Manaus reuniu no Aeroporto Internacional Eduardo Gomes os grupos políticos de Omar e Alfredo. O governador estava com o ex-governador Eduardo Braga, a deputada federal Vanessa Grazziotin (PCdoB) e o líder do governo na Assembleia Legislativa do Estado, deputado Sinésio Campos (PT), além de Amazonino. Do lado de Alfredo estavam o ex-prefeito Serafim Corrêa (PSB), a ex-reitora da Universidade do Estado do Amazonas (UEA), Marlene Corrêa (PT) e o ex-senador João Pedro (PT).

Fale com o editor
redacao@diarioam.com.br

Pré-candidatos fazem avaliações positivas de discurso

A resposta dúbio do presidente Lula da Silva sobre o apoio nas eleições de outubro para o Governo do Amazonas permitiu aos dois principais pré-candidatos fazer avaliações favoráveis. Tanto o governador Omar Aziz quanto o senador Alfredo Nascimento se mostraram confiantes na possibilidade de Lula sair em seus palanques, a partir do próximo mês.

Alfredo, que antes da declaração de Lula, havia sugerido que fosse perguntado ao próprio presidente sobre quem ele apoiaria, disse que mantém a confiança de que ele será o escolhido. "O presidente disse hoje o que ele já havia dito para mim anteriormente, que vai cumprir a palavra e apoiar minha candidatura. Vamos aguardar o anúncio oficial, mas eu estou confiante", disse.

Omar avaliou como positivo o fato de Lula ter reconhecido a existência de dois candidatos da base aliada. "Antes só se falava em candidatura única. Hoje, o presidente reconhece que existem duas candidaturas. Isso significa que eu já avancei bastante".

Alfredo Nascimento e Omar Aziz foram ao Aeroporto Internacional Eduardo Gomes receber o presidente na manhã de ontem. De lá, Omar seguiu com Lula até o Tropical Hotel, onde acompanhou o presidente, nos encontros com a delegação peruana. Por volta das 15h, Alfredo e o candidato a vice-governador Serafim Corrêa chegaram e acompanharam Lula na entrevista coletiva e no almoço.

No final da tarde, todos se reuniram em um salão do hotel, onde foi realizada a assinatura do convênio do Minha Casa, Minha Vida. Lula fez um discurso de meia hora e despediu-se das autoridades locais. Omar Aziz o acompanhou até o aeroporto.

Anexo D – Capa e matéria do jornal Amazonas Em Tempo





Governo vai construir 3,5 mil casas

Em visita a Manaus, Lula assina contrato de R\$ 149 milhões para o programa "Minha Casa, Minha Vida" e diz que vai apoiar um candidato ao governo

O presidente Luiz Inácio Lula da Silva e o governador Omar Aziz assinaram, ontem, o contrato de R\$ 149,2 milhões para a construção de 3,5 mil moradias do programa Minha Casa, Minha Vida no Estado. O empreendimento "Meu Orquideu" vai atender a famílias com renda de até três salários mínimos.

O contrato foi assinado durante a passagem do presidente pela cidade, onde ele também teve um encontro com o presidente do Peru, Alan García, e com lideranças empresariais do Brasil e do Peru. O contrato do conjunto habitacional "Meu Orquideu", assinado ontem, é a primeira parte de um projeto que vai construir mais de oito mil casas em Manaus. Ele é o maior projeto dentro do programa Minha Casa, Minha Vida no país.

Na solenidade de assinatura do contrato, o governador Omar Aziz realizou o comprometimento do Estado com o desenvolvimento do Brasil. "O nosso compromisso é em desenvolver, crescer economicamente e colocar o Amazonas lado a lado com o país está indo pra frente. Estas novas casas são fruto de uma parceria vitoriosa, que busca qualidade de vida para quem necessita", declarou o governador.

O presidente da República disse estar feliz como projeto e salientou ser necessário que as casas tenham qualidade. "Não queremos casas de luxo, mas ambientes de qualidade para que as pessoas possam viver bem", afirmou Lula.

O encontro com o presidente Allan García foi reservado e durou cerca de uma hora. Em seguida, ambos participaram de um reunião ampliada entre autoridades brasileiras

e peruanas que se estendeu por mais duas horas.

Entre os assuntos tratados estavam acordos de cooperação nas áreas de ordenamento territorial, gestão integrada de recursos hídricos, instalação de sistemas agroflorestais, produção agrícola no rio Javari e implementação de centro de capacitação industrial. Além de questões para dinamizar o processo de interconexão das redes elétricas dos dois países.

Eleições

O presidente Lula disse ontem que vai apoiar abertamente um candidato ao governo do Estado do Amazonas. Ele declarou que alguns fatores vão pesar em sua decisão.

Lula disse que o cenário político do Amazonas mudou nos últimos meses, mas que ele terá um candidato a governador



Lula e Omar emmanuel iniciam a construção de mais projetos do programa Minha Casa, Minha Vida no Brasil

eu espero que isso só possa fortalecer a democracia aqui no Amazonas. Mas pode ter certeza não haverá guerra, vai ser tudo na paz", brincou o presidente.

O governador Omar Aziz comemorou, pois, até ontem, sua pré-candidatura vinha sendo colaturada a partir de alianças com políticos locais, da capital e do interior do Estado, enquanto a de Alfredo disse se baseava em alianças regionais, tendo como pano de fundo o possível apoio de Lula. "Estou muito satisfeito porque hoje (ontem), o presidente Lula, que só lava

na candidatura do Alfredo, disse claramente que minha candidatura existe e que tem de ser levada em conta de agora em diante", declarou Omar.

Sem comentários

O EM TEMPO não comentou o seu apoio, por telefone, com o senador Alfredo Nascimento ou seus assessores. O pré-candidato a vice na chapa de Alfredo, o ex-prefeito Serafim Corrêa, preferiu não comentar a declaração de Lula. "Palavra de presidente a gente escuta, não comenta", disse Serafim.

Lula prometeu anunciar seu candidato ao governo do Amazonas depois do dia 3 de julho, quando estarão terminadas as convenções definitivas dos candidatos e coligações. A partir dessas definições, o presidente disse que poderá "tomar todas as decisões que tiver que tomar".

Segundo ele, a mudança no panorama político do Estado, com a candidatura de Omar Aziz, o levou a reconsiderar a "cortadura política" para o Estado, onde ele afirmou que terá candidato ao governo, mas ponderou que todos esses novos elementos tem de ser

levados em conta, tendo em vista a campanha de Dilma Rousseff, que é a prioridade nacional do PT e dele próprio.

"Político no Amazonas há dois meses, tinha um formato totalmente diferente de hoje. A fotografia de dois meses era todo mundo unido em torno de um candidato. Tinha uma chapa para governo, tinha uma chapa para Senado e todo mundo unido. Esses dias, fui ver a fotografia, e não está mais assim. A base que estava unida já não está mais, já tem dois candidatos", disse.

Juiz jurista

Salário baixo não atrai advogados

EMILY RIBEIRO Equipe do EM TEMPO emilyribeiro@emtempo.com.br

Ontem, o presidente do Tribunal Regional Eleitoral do Amazonas (TRE-AM), desembargadora Graça Pessoa Tiquandi, fez um apelo para que advogados se inscrevam no processo de escolha do suplente de juiz jurista da Corte. O pedido da magistrada foi feito após ela comunicar a desistência de um dos componentes da lista tríplice, advogados Everaldo Luiz Bonfim Fernandes.

Graça afirmou que desconhece a razão da falta de candidatos para vaga. Ela disse que recebeu a carta de renúncia de Everaldo no início deste mês e logo em seguida fez o comunicado ao presidente do Tribunal de Justiça do Amazonas (TJAM), desembargador Domingos Chalub. "Chalub já abriu as inscrições, mas disse que os advogados não se inscreveram e que desconhece os motivos", reclamou.

Na opinião do advogado Mário Augusto Marques da Costa, que foi reconduzido ao cargo de juiz jurista nesta semana, após disputar uma



Desembargadora Graça Tiquandi fez apelo para que advogados se candidatem à vaga de juiz jurista no TRE

mente a cerca de R\$ 6,4 mil, se forem realizadas as duas sessões semanais, conforme prevê o calendário do TRE.

O presidente da Ordem dos Advogados do Brasil Seção Amazonas (OAB/AM), Fábio Merconchi, não acredita que os advogados estejam desinteressados pela vaga. Ele disse que falta divulgação por parte do TRE e do TJAM.

porque desconhecem que o processo de escolha foi reaberto. "Não basta colocar no Diário Oficial, porque muitos não leem. Tem que divulgar e dar um bom tempo para que as manifestações ocorram", afirmou. "O Tribunal poderá pedir que a OAB envie uma comunicação aos advogados informando isso", sugeriu o presidente, lembrando que a OAB não tem responsabili-

PSDB

TRE julga cassação de prefeito de Nhamundá

ELIZABETH CHENDE

O Tribunal Regional Eleitoral do Amazonas (TRE-AM) manteve, ontem, a cassação do prefeito de Nhamundá, Tomaz de Souza Pontes (PSDB), por abuso do poder econômico e captação ilícita de sufrágios (voto) nas eleições de 2008.

Três juízes votaram a favor da manutenção da sentença, faltando apenas o voto do desembargador Raphael Romário, que pediu a vista do processo. O término do julgamento está previsto para a sessão da próxima terça-feira, dia 22.

A relatora do processo, juíza Juana dos Santos Meireles, acatou, parcialmente, um recurso (embargo) da declaração apresentado por Pontes. A magistrada acolheu o argumento de que existia contradição entre o texto do acórdão e a ementa da sessão, que casou o mercado do prefeito. A sentença se deu por maioria de votos e não por unanimidade, como foi descrito no acórdão.

A magistrada negou o pedido de anulação do acórdão justificado na alegação da fragilidade de provas. Ela afirmou que o réu queria rediscutir a matéria e o ato não cabe em embargos de

utilizar um recurso especial e não um embargo de declaração", ressaltou Meireles.

A relatora de Pontes alegou que o TRE havia se baseado apenas nas declarações de Reginaldo Alfaia de Castro, pessoa que afirmou ter recebido R\$ 500 e uma passagem para prestar falso testemunho na Ação de Investigação Judicial Eleitoral (AIJE).

O juiz federal Márcio Coelho de Freitas e o juiz Wellington de Araújo acompanharam integralmente o voto de Juana, que foi em harmonia com o parecer do Ministério Público Eleitoral (MPE). O advogado Mário Augusto Marques da Costa não votou porque pediu suspensão.

Com o encerramento do julgamento na próxima semana, quem deverá assumir o cargo é o suplente escolhido no pleito, Mário José Chagas Paixão (PMDB), que obteve 3.648 votos. Paixão esteve presente na sessão e demonstrou cautela em suas afirmações. Ele disse que só se pronunciará com maior fragilidade de provas. Ela afirmou que o réu queria rediscutir a matéria e o ato não cabe em embargos de