

A FOLKCOMUNICAÇÃO E A INTERPRETAÇÃO JORNALÍSTICA: A CONTRIBUIÇÃO DE LUIZ BELTRÃO PARA A INCLUSÃO SOCIAL

Alfredo Eurico Vizeu Pereira Júnior¹

Heitor Costa Lima da Rocha²

Gabriel Nogueira Linhares Marquim³

RESUMO

A partir das reconhecidas características de pioneirismo e atualidade da obra de Luiz Beltrão, o presente trabalho analisa a contribuição da Folkcomunicação e de sua teoria do jornalismo não só para a inclusão social das massas urbanas e rurais marginalizadas, mas também para a crise estrutural de sentido, cujas tendências anômicas, de forma cada vez mais agressiva, dificultam o sentimento de pertencimento e a integração do indivíduo no mundo contemporâneo. Desta maneira, a capacidade de resistência identificada nos setores excluídos e a prescrição de uma interpretação jornalística ampliada evidenciam a consonância da teoria de Luiz Beltrão com a concepção que hoje se pode classificar de um jornalismo construtivista, atribuindo a este campo um papel central e estratégico na mediação da discussão pública e, conseqüentemente, na construção social da realidade.

PALAVRAS-CHAVE

Teorias do jornalismo; Comunicação; Epistemologia.

1. Introdução

O caráter pioneiro e antecipatório da teoria de Luiz Beltrão vem sendo destacado com pertinência por inúmeros autores, pela capacidade de sua obra de persistir como referência na construção de conhecimentos reconhecidos consensualmente como válidos pela comunidade acadêmica.

Neste sentido, a Folkcomunicação de Luiz Beltrão, para José Marques de Melo (2006, p. 17), tem o mérito de expressar “a cognição da resistência cultural dos contingentes excluídos da sociedade afluyente”, acumulando um “estoque de saber (...) útil para acelerar a integração da cultura popular com o sistema de comunicação em nosso país”. Segundo Marques de Melo (2006, p. 18), a importância da Folkcomunicação continua consistente e atualizada “justamente pela permanência, na sociedade de classes, daquelas formas de sentir, pensar e agir dos segmentos economicamente pauperizados, das comunidades situadas na marginalidade cultural ou dos grupos que padecem a segregação política”.

O presidente da Associação Brasileira de Ciências da Comunicação (Intercom), Antônio Hohlfeldt (2006, p. 65-66), por sua vez, chama a atenção para o fato de Luiz Beltrão pensar a folkcomunicação não simplesmente como uma comunicação alternativa ou de marginalizados, mas como uma comunicação de resistência, pois percebeu que a marginalização midiática não condenava passivamente amplos setores populares. A folkcomunicação deve ser pensada como um conceito ativo uma vez que estes segmentos populares, não se sentindo plenamente atendidos pelos meios de comunicação convencionais, “sobretudo hoje em dia, valem-se deles apenas como uma forma a mais de sua inspiração, criação, qualificação e ampliação de suas próprias estratégias” (HOHLFELDT, 2006, p. 65-66).

Desta maneira, para Hohlfeldt (2006, p. 67), a folkcomunicação apresenta a auspiciosa capacidade de auxiliar na compreensão de fenômenos como controle social, socialização ou reintegração social.

Nesta perspectiva, é possível reconhecer como, diante do elitismo da mídia, fez-se necessário não só o desenvolvimento de um processo de tradução dos conteúdos midiáticos pelos meios populares de informação de fatos e expressão de idéias, mas

também de um sistema que integrasse social e culturalmente as massas urbanas e rurais marginalizadas. Assim, Beltrão denunciava que a mídia difunde mensagens que “não logram a compreensão de vastos continentes populacionais” (MELO, 2006, p. 21-22), o que acarreta um problema de legitimação para seus produtos. Este constante desafio de legitimação social vivenciado pela mídia agrava-se diante da necessidade da indústria cultural de conquistar o mercado dos segmentos sociais cuja descapitalização cultural impossibilita uma adequada decodificação dos conteúdos midiáticos. Daí a necessidade da indústria cultural “retroalimentar-se continuamente na cultura popular” (MELO, 2006, p. 23).

Deve-se registrar também a importância do reconhecimento de Luiz Beltrão da capacidade potencial de resistência ativa dos setores excluídos não só para o desenvolvimento local (MACIEL, 2007), mas também para o problema global surgido na modernidade que Peter Berger e Thomas Luckmann (2004) denominam de “crise estrutural de sentido”. Segundo eles, têm papel relevante neste processo

os meios de comunicação de massa que exibem constantemente e com insistência uma pluralidade de modos de pensar e viver: tanto por material impresso que, com base na alfabetização massificada, foi difundido entre a população inteira através da obrigatoriedade escolar, quanto pelos meios eletrônicos mais modernos. Se não foi possível limitar a interação, causada pela pluralização, por “muros” de um outro tipo, o pluralismo se tornará plenamente atuante e, com isso, também uma de suas conseqüências: a crise “estrutural” de sentido. (BERGER; LUCKMANN, 2004, p. 40)

Neste contexto, instituições da comunicação de massa desempenham um papel-chave na orientação moderna de sentido ou, melhor, na comunicação de sentido, pois são “intermediadoras entre a experiência coletiva e a individual, oferecendo interpretações típicas para problemas definidos como típicos”, uma vez que “selecionam, organizam (empacotam), transformam, na maioria das vezes no curso desse processo, e decidem sobre a forma de sua difusão” (BERGER; LUCKMANN, 2004, p. 68).

Reproduzindo um descrição antecipada por Luiz Beltrão na teoria da Folkcomunicação, Berger e Luckmann (2004, p. 70) distinguem estas instituições produtoras de sentido entre aquelas tradicionais, que “tratam o indivíduo apenas como objeto mais ou menos passivo de seus serviços simbólicos” ao difundir um fluxo de informações de mão única de cima (das instituições do Estado e das grandes corporações do mercado) para baixo

(o simples cidadão e os movimentos sociais da periferia da estrutura de poder), e as “intermediárias”, que permitem ao indivíduo colocar a serviço de vários setores da sociedade os valores de sua vida privada de modo a constituírem uma força que ajude a formar a sociedade como um todo.

Para eles, estas instituições são intermediárias exatamente por que fazem a ponte entre o indivíduo e os padrões de experiência e ação estabelecidos na sociedade, permitindo que o indivíduo, especialmente dos setores marginalizados, participe na produção e processamento do acervo social de sentido. E isso faz com que a reserva existente de sentido não seja experimentada como “imposta e prescrita autoritariamente, mas como oferta que foi formada pelo conjunto dos membros individuais da sociedade e que é passível de mudança” (BERGER; LUCKMANN, 2004, p. 70).

Não se pode deixar de identificar nesta reflexão a preocupação contida na teoria do jornalismo de Luiz Beltrão com a ampliação da interpretação jornalística para contribuir com a inclusão social, bem como sua sintonia com o paradigma científico moderno construtivista - que começava a ser esboçado a partir da década de 60 -, ao reconhecer a participação da agência dos indivíduos na construção social da realidade e a possibilidade, a partir desta ação, de mudanças na estrutura social.

Também é relevante nesta possibilidade de reversão da crise estrutural de sentido o esboço de Luiz Beltrão de um jornalismo construtivista, sintonizado com as aspirações contrafactuais, que se evidencia na descrição feita sobre a interpretação jornalística no seu livro de estréia “Iniciação à filosofia do jornalismo”, quando defende que, “se o jornalismo abrange o que ocorreu e o que poderia ocorrer, o que se pensou e o que (até não se pensou, mas) se poderá pensar, nem sempre se constitui um relato puro e simples, mas se reveste, igualmente, do aspecto de uma exposição interpretada” (BELTRÃO, 1992, p. 79).

2. A pirâmide de Beltrão

O jornalismo é o espaço onde os homens se reconhecem e dão sentidos uns aos outros e aos fatos que os circundam. O homem encontra-se a si mesmo e, mais do que isso, encontra outros homens. O jornalismo, porque comunicação, é esse fio que vincula dois

ou mais pólos. Jornalismo é uma questão mesmo de vínculo; um encontra o outro; e, quando não há encontro, não há vínculo, não há comunicação, não há jornalismo.

Assim, o conceito de jornalismo não pode se encerrar no quesito informação. Seria um contra senso.

Não é função da imprensa (compreendida como jornalismo) informar ligeira e frivolamente sobre os fatos que acontecem ou censurá-los com maior soma de afeto ou adesão. Toca à imprensa elogiar, explicar, ensinar, guiar, dirigir. (BELTRÃO, 1960, p. 61)

Em tempos de indefinições e incertezas, quando predomina, segundo Habermas (1997), a “pusilanimidade”, o conceito apresentado acima pode parecer, no mínimo, descabido. E é por isso que esta área inscreve-se, hoje, em um período particular: a necessidade urgente de repensar o seu modo de fazer e sua identidade.

Para a maioria dos leitores e até jornalistas pode parecer normal o espaço de um jornal ser quase completamente preenchido com os ditames do lead, ou seja, narração “rápida, breve e barata”. Mas Beltrão (1980) traz um novo paradigma. Para tanto, utiliza-se de uma figura geométrica: o triângulo retângulo. Nele, cada linha da figura representa um formato: informação, orientação e diversão. Com isso, ele defende o equilíbrio entre os três.

No primeiro caso, a *informação*, responsável pela reprodução de acontecimentos, dados e seqüências de ocorrências, procurando manter-se na enunciação do núcleo do tema, aquilo que de mais importante que tenha acontecido. É o espaço da narração como forma de relato.

Quanto mais essa linha cresce, mais amplia a necessidade de interpretar as circunstâncias, motivações e dados subjetivos, portanto questionáveis. Mas não somente aquilo que poderia ser tratado como subjetivo, mas também dados, por exemplo, da bolsa de valores ou assuntos que não são corriqueiros para o grande público, devendo haver uma orientação dos acontecimentos, procurando interpretá-los e, com isso, orientar o leitor. Trata-se da *orientação* que, para este trabalho, chama-se argumentação. Utilização de dados para argumentar, orientar, opinar.

Por fim, a *diversão*, como Beltrão conceitua a função lúdica do jornal. Espaço para “neologismos, personagens e episódios contemporâneos e marcas artísticas da época”, além de seções tradicionais de diversão, como cruzadas e horóscopos.

Não se fala em igualdade entre os três formatos, afinal, como já citado, a narração dos fatos será sempre o ponto de início do jornalismo, mas é imprescindível um certo equilíbrio estético entre as linhas da pirâmide, caso contrário, segundo Beltrão, a figura e o jornalismo distanciam-se da sua identidade.

Com “equilíbrio estético” quer-se dizer que as três linhas da pirâmide de Beltrão precisam estar o mais alinhadas possível, para que o jornalismo possa responder às necessidades do receptor no processo de comunicação.

O homem tem sede de saber. E é essa necessidade que o jornalismo busca atender. Todos os dias, são milhares de páginas lidas com muitas informações, o que fez Beltrão (1960) afirmar que “nossa civilização se desenrola e morrerá envolta em papel de jornal, em tinta de impressão”.

O mundo atual é novo e o será sempre. Nele estão intrincadas uma série de relações, conceitos e preconceitos, idéias e fatos, enfim, o mundo está em constante ebulição. O jornal, para Beltrão (1980) é um “espelho multifacetário da sociedade”.

As relações entre as pessoas abarcam múltiplas tendências e até mesmo, em alguns momentos, exclui muitas outras. O jornal é o espaço de espelhar, relatar esse mundo. Não entendemos aqui como “espelho” a tentativa positivista de fazer do jornalismo uma simples reprodução perfeita dos fatos, como se isso fosse possível. Na verdade, quando Beltrão adjetiva “espelho” como “multifacetário”, quer dizer que o jornalismo deve trazer várias vozes para discutir a sociedade.

A forma clássica de relatar o mundo é através da informação, ou narração. Um sujeito observa o que acontece e conta para outro. Isso é o básico do jornalismo, a narração. Daí porque a notícia é fundamental nessa atividade.

Informação, para o homem, é a percepção do real, captada pelos sentidos e registrada em sua mente, seja pela observação direta, seja pela recepção de mensagens de outrem. Sem o armazenamento e as operações mentais dos dados sensoriais sobre o objeto, ninguém pode identificá-lo e julgá-lo. (BELTRÃO, 1980, p. 14-15)

Assim, reconhece-se a primazia da notícia no jornalismo, já que é através dela que a sentença acima exposta toma sentido. O mundo é conhecido quando alguém o faz conhecido. Da mesma forma, os jornalistas são estes anunciadores do mundo. Porém, também fica claro que não basta desbravar, é preciso dar a conhecer.

3. O dever da argumentação

Quem lê jornal procura informação, narração do presente. A opinião, a argumentação, as colunas, os comentários, os artigos, então, o que são? Um bônus, um “charme” do jornal, um espaço não tão necessário? Na verdade, a argumentação é um dever do jornalismo. “O autêntico jornalismo – processos regulares, contínuos e livres de informação sobre a atualidade e de opinião sobre a conjuntura” (MELO, 2003, p. 22).

Dentro dessa narração sobre o presente, fica claro que o jornalismo está extremamente ligado à busca da verdade. Afinal, qual outro motivo dos leitores comprarem jornal senão para terem conhecimento dela?

Miotto (1993) explica que não é possível chegar à verdade completa, plena, absoluta, mas, mesmo assim, deve-se buscá-la de toda maneira, esse é o motivo pelo qual, diariamente, uma “multidão” de jornalistas saem às ruas para, no dia seguinte, serem publicadas as notícias.

Pode parecer contraditório, mas, para Karl Popper (1982), a “verdade não é o único objetivo da ciência”, mas a *verdade interessante*, chamada por Miotto (1993) de *verdade relevante*. Ela consiste em não se contentar com a descoberta de algo, mas aprofundar o estudo do objeto. É exatamente essa a função e, portanto, o dever da argumentação no jornalismo.

Está claro que não queremos simplesmente a verdade – queremos ir além, queremos verdades novas. Não nos contentamos com ‘dois mais dois é igual a quatro’ embora essa afirmativa seja verdadeira. (...) A

mera verdade não basta; procuramos soluções para os problemas.
(POPPER, 1982, p. 255)

Levando-se essa teoria em consideração, pode-se afirmar que, da mesma forma, o jornalismo deve caminhar em busca dessa verdade interessante ou relevante que, de acordo com Miotto, “debe estar contenida em los enunciados, pero el periodismo intenta otras cosas, como formar opiniones”.

Nesse sentido, já não se pode mais dividir informação e opinião como funções diametralmente opostas, mas complementares. É a corroboração da teoria defendida por Beltrão e sua pirâmide.

Na narração, o emissor relata o fato para o receptor, procurando oferecer-lhe a verdade o mais próxima possível, seja através de matérias, reportagens, gráficos, etc. Esse é o momento do fornecimento de dados, com grande relevância para a enunciação do núcleo central do tema. É a hora de responder às perguntas básicas às quais nos referimos anteriormente.

Ao mesmo tempo, quanto mais cresce a linha narrativa, mais deve crescer, segundo a ótica de Popper, a reta argumentativa da pirâmide. Quanto mais “verdades” são publicadas, mais faz-se necessário e fundamental a discussão delas, procurando a sua relevância. Nesse caso, o receptor terá a possibilidade de discutir o tema com o emissor, através do debate de idéias e opiniões, sem preterir o valor da informação.

Tomando-se o modelo atual de jornalismo, baseado na informação rápida, seria possível atender à proposta de Popper de trazer a discussão de idéias e, segundo ele, debate de “teorias ousadas”? Não parece que, defendendo isso, os jornais se transformariam em leituras duras e enfadonhas?

A busca da verdade só é possível se falarmos clara e simplesmente e se evitarmos tecnicismos e complicações desnecessárias. A meu ver, visar à simplicidade e à lucidez é um dever moral de todos os intelectuais: a falta de clareza é um pecado e a presunção é um crime.
(POPPER, 1975, p. 51)

Ler isso de um filósofo traz uma certa tranquilidade para o jornalista. Aparentemente, a atividade filosófica pressupõe uma vasta divagação e sua explicação uma homérica tarefa. Em parte, essa é também a idéia que se tem de um jornalismo argumentativo: o debate e a reflexão desinteressante e infrutífera de conceitos e, vale ressaltar, preconceitos.

Outra possível crítica a esse “dever argumentativo” é a diminuição do espaço no jornal diário, suscetível, inclusive, ao humor do patrocínio. Se há muita publicidade, há mais espaço, caso contrário, o tamanho do jornal é reduzido. Nesse instante, prefere-se narrar a argumentar. Mais uma vez, Popper indica que “a concisão também é importante”.

Um dos motivos pelo qual alguns meios de comunicação defendem a não necessidade de opinião em seu jornalismo é o fato de que, segundo eles, cada cidadão tem condições próprias para entender o mundo. É a tese de William Bonner (2009), editor chefe do telejornal mais importante do país: o *Jornal Nacional*.

Segundo ele, alguém bem informado (informação estritamente objetiva) é capaz de por si mesmo “compreender o mundo em que vive, de avaliar seu país, sua cidade”. E conclui:

Nós acreditamos no caminho da liberdade. Acreditamos que o nosso papel é oferecer informação objetiva para que, de posse dela, o cidadão construa a sua opinião sobre a realidade que o cerca. (BONNER, 2009, p. 243)

Reconhecendo-se o “caminho da liberdade” como fundamental, como se pode querer justificar, justamente, a retirada da liberdade de opinião de uma empresa de comunicação? Se se pretende defender e procurar a liberdade, ela deve começar, também, na de opinião.

Nem todas as pessoas estão aptas para tirar conclusões dos fatos que as cercam, para não citarmos eventos ocorridos em outras partes do mundo.

Um morador do sertão pernambucano conseguirá julgar as informações de que o Hamas⁴ não reconhece a existência do Estado de Israel? Se um único cidadão não é

capaz, significa que esse argumento já não se sustenta de todo. É óbvio que seria impossível, com o pouco de tempo de que dispõe um telejornal, dar conta de todo o grande número de informações e orientar as pessoas sobre cada uma delas.

Mas daí precipitar-se e levantar como conclusão a supremacia da narração e a exclusão do argumento é, no mínimo, apressado. Bonner segue sua explanação reconhecendo que os apresentadores do *JN* têm suas opiniões sobre “todos os assuntos” e as revelam em conversas informais, entre amigos e nos bastidores, “mas outra coisa é impor essa opinião ao público telespectador sem que ele tenha pedido”.

Mais uma vez, a conclusão é extremamente rápida. Quando o veículo de comunicação opina, ele não está impondo nenhuma orientação, mas, na verdade, está sendo honesto, seja qual matiz ideológica ele tenha, com o receptor de sua informação. É claro que, dessa maneira, o leitor, o telespectador, o ouvinte, é influenciado por essa orientação. O que não pode ser confundido com um determinismo.

Na verdade, é a idéia que permanece corrente de que informação é o relato verdadeiro, puro, alheio a interesses, enquanto a opinião é o mero subjetivismo de quem a faz. Essa divisão é falsa, vastamente explicada por Chaparro (2008), para quem não existe antagonismo entre narração e argumentação, mas, ambas são vistas como categorias de discurso, como formas de relato.

Para quem a argumentação se constitui em princípio fundamental do jornalismo, poder-se-ia finalizar esta intervenção, mas sem pretensões de concluir o debate, trazendo-se a máxima de Suarée (1946, p. 195):

Informação, orientação e direção são atributos essenciais do periodismo, que não pode ser substituído nem sequer momentaneamente por nenhum outro agente cultural nesta tarefa junto à sociedade.

Levando-se em conta, portanto, a necessidade e o dever da argumentação, pelo menos para os teóricos observados até aqui, por que ainda persistiram e persistem alguns entraves a ela? Na verdade, a escolha em atribuir mais ou menos espaço e importância à

opinião nos jornais é simplesmente uma escolha dos editores e chefes de redação? Ou é preciso levantar outras considerações para entender a questão?

4. A relação entre argumentação e fatores político-econômicos

Apenas responder às perguntas básicas (quem, o que, como, quando, por que e onde) possibilita ao leitor a difícil tarefa de interpretar os acontecimentos? Ou, na verdade, os jornais preferem diminuir o argumentativo justamente para minimizar a capacidade crítica e mobilizadora dos leitores?

Em seu importante trabalho sobre o espaço narrativo e argumentativo nos jornais brasileiros e lusos, Chaparro (2008) chega à conclusão de que “os níveis de liberdade política e as circunstâncias ideológicas interferem nas formas discursivas dos jornais”. Verificou-se, por exemplo, que entre os anos de 1965 e 1974 (auge da ditadura militar), houve uma “queda superior a 11,67 pontos percentuais na participação dos conteúdos de ‘Opinião’ em relação ao espaço total ocupado por conteúdos jornalísticos”.

Talvez o caso mais explícito dessa queda de argumentação fique claro no jornal *Estado de São Paulo*, depois do Ato Institucional n. 5, quando dos anos mais violentos e obscuros da ditadura.

Comparando os números, em centimetragem de área ocupada, entre a edição representativa de 1968 na amostra e a edição posterior ao AI-5, verifica-se que os conteúdos opinativos caem de 8.722 cm² para 3.972 cm². (CHAPARRO, 2008, p. 134)

Já no “decênio da abertura política, que conduziria à redemocratização, ocorre o inverso: crescem os espaços ocupados por conteúdos argumentativos”, acrescenta Chaparro.

Ampliando-se nosso foco de estudo e voltando no tempo, constata-se, segundo Melo (2003), que é com a ascensão da burguesia, depois da Revolução Francesa, e com o fim da censura prévia, que os jornais começam a assumir suas posturas de maneira mais enfática. Na França, por exemplo, com o decreto de 5 de julho de 1788, estabelecendo a “liberdade” de imprensa, ainda que não por completo, surge um grande número de publicações sem censura prévia.

Até então, os jornais deviam se manter aliados dos governos. Para tanto, ou se focava na mera narração dos fatos ou os artigos eram alinhados com o pensamento dominante.

O fim da censura prévia constituiu um fator preponderante para que o jornalismo assumisse fisionomia peculiar – a de uma atividade comprometida com o exercício do poder político, difundindo idéias, combatendo princípios e defendendo pontos de vista. Nesses primeiros momentos da sua afirmação, o jornalismo caracterizava-se pela expressão de opiniões. (MELO, 2003, p. 23)

A partir de então, tornou-se mais habitual ler os jornais e encontrar o debate firme, até acalorado, muitas vezes, de ideologias. Além do mais, ainda segundo Melo, “vender mil exemplares era o suficiente para financiar a edição”, ou seja, a sua publicação não necessitava de grandes capitais e investimentos.

Ao mesmo tempo, a burguesia, antes ferrenha defensora da liberdade de opinião, viu-se atingida pelo bem que ela mesma defendia. Afinal, abrindo espaço para a publicação de todo tipo de opiniões, também a sua própria era discutida e criticada. Porém, seria um grande desgaste, ainda tão perto da revolução, rasgar os princípios de igualdade, fraternidade e liberdade.

A solução encontrada foi, então, a criação do “imposto do timbre”, que obrigava qualquer jornal a pagar uma taxa por cada exemplar publicado. Logo o projeto foi copiado nos demais países onde a burguesia havia ascendido ao poder. Se, por um lado, havia a liberdade para publicar, por outro, a burguesia onerava seu custo e conseguia controlar o debate público, minimizar as críticas dos inimigos.

Na Inglaterra, o imposto cria problemas econômicos aos editores de jornais, garantindo o poder e o debate às classes dominantes e mantendo a maior parte da população alheia à vida política. Já na França, os governantes criam mecanismos que permitem enquadrar os jornalistas mais críticos como conspiradores, dificultando o jornalismo de oposição, já que, agora, a punição era para os excessos de liberdade, aqueles que poderiam pôr em perigo o sucesso da recente revolução.

Através dessas e de outras práticas, os donos dos jornais sentiram-se acuados e findaram reduzindo o espaço opinativo para dar maior amplitude à informação, à narração. É

nesse momento, inclusive, que Samuel Buckley separa notícias de comentários no *Daily Courant*.

Mas é no século XIX que o jornalismo assume um caráter prioritariamente noticioso, narrativo, distanciando-se, cada vez mais, dos antigos moldes de longos comentários e artigos, ou seja, do formato argumentativo. Para Melo (2003), isso se consolida com o jornalismo norte-americano:

Quando acelera seu ritmo produtivo, assumindo feição industrial e convertendo a informação de atualidade em *mercadoria*. A edição de jornais e revistas que, nos seus primórdios, possui o caráter de participação política, de influência na vida pública, transforma-se em negócio, em empreendimento rentável. (MELO, 2003, p. 24)

O próprio autor acima citado reconhece que a opinião não foi extinta, excluída por completo dos jornais, mas deixada de lado, tendo “seu espaço reduzido, sua presença na superfície impressa circunscrita às páginas chamadas ‘editoriais’”, ou, em alguns casos, nas páginas destinadas exclusivamente à opinião.

Volta-se, então, ao tema da censura no país, quando, de acordo com Chaparro, o espaço argumentativo declinou consideravelmente. Não parece lógico que, quanto mais a democracia ganha consistência e a liberdade é garantida, mais o espaço de orientação deve crescer nos jornais e, assim, alinhar as retas da pirâmide de Beltrão e torná-la mais estética?

Ou seja, alinhando e equilibrando cada vez mais as linhas da pirâmide de Beltrão - informação, orientação (argumentação) e diversão -, o jornalismo ganhará em qualidade, porque, na verdade, como será abordado mais adiante, narração e argumentação (o diversional não entra neste trabalho) devem caminhar lado a lado, contribuindo, ambas, para um aperfeiçoamento da atividade e, conseqüentemente, a melhoria da sociedade.

A dificuldade, retomando Marques de Melo, é, também, o fator econômico. Para manter qualquer veículo de comunicação, atualmente, faz-se necessário um grande investimento de capital. O empresário que quer manter seu jornal, rádio ou televisão

(quando não os três ao mesmo tempo), precisa contar com a publicidade de outras empresas e grupos. Assim, é imprescindível medir até onde chegará o grau de crítica e liberdade de comentaristas.

O jornal, portanto, tem sempre sua “opinião” atrelada aos seus interesses que, por sua vez, estão intimamente ligados aos dos patrocinadores. Levando-se em conta a grande verba publicitária dos governos federal, estadual e municipal, destinada à imprensa, chega-se à conclusão de que nem toda liberdade e opinião serão aceitas e publicadas.

A censura acabou depois da promulgação da Constituição de 1988, mas os seus tentáculos permanecem atingindo e interferindo no fazer jornalístico, mas de uma forma cautelosa e silenciosa, com maestria praticamente insuspeitável. Dá-se, portanto, a falsa idéia de que o jornal não sofreu nenhuma pressão externa e, assim, sai no dia seguinte com narração muito bem separada da argumentação e, essa última, perdendo espaço e “asfixiada” em duas ou algumas páginas.

5. Sobre a atualidade

Desde o início deste trabalho, volta-se à idéia fundamental de que o jornalismo nutre-se do presente. Todos os veículos de comunicação moldam-se para, inclusive, não serem deixados para trás. Afinal, como observa o sociólogo polonês Bauman (2007), neste mundo pós-moderno, o velho é quase automaticamente descartável. Assim, geralmente os meios de comunicação vivem neste jogo: apresentar o atual e serem sempre, eles mesmos, atuais.

Os jornais, portanto, estão dentro dessa lógica, na qual o mais importante é o aqui e agora (rádio e internet especialmente).

O jornalismo vive do cotidiano, do presente, do efêmero, procurando nele penetrar e dele extrair o que há de básico, fundamental e perene, mesmo que essa perenidade valha, apenas, por alguns dias ou por algumas horas. (BELTRÃO, 1960, p. 66)

Dentro dessa perspectiva, é importante discutirmos o conceito de “atual”. Para Ataíde (1957), existe uma certa confusão filosófica acerca do tema, já que, para ele, “o atual é o eterno e não o temporal” a que se está habituado no caso do jornalismo.

Assim, não basta que os diários restrinjam-se a contar o que acontece “para servir à atualidade”, já que, citando Beltrão (1960), “atual é rigorosamente o que ‘atua’ em nós, o que de potência se converte em ‘ato’”. Nessa direção, fica mais simples entender que as raízes do hoje (o mais importante no jornalismo) estão no ontem e são estopim do amanhã.

Seguindo-se esse percurso, entendemos que não só o que acontece é fundamental para o jornalismo, mas também o que não acontece, o que poderia acontecer, o que pode vir a acontecer. Em outras palavras, “o vazio da atualidade também é atualidade, também é notícia”, segundo Horacio Hernandez (1949).

O espaço argumentativo reveste-se, então, da necessidade de debater os acontecimentos dentro do ideário apresentado acima. Para a narração, fica a responsabilidade de mostrar o que acontece. Com a opinião, o jornal pode destrinchar o hoje, valendo-se do passado e lançando-o para o futuro. Dessa maneira, consegue-se responder ao quesito “atualidade”.

Isso assegura que o jornalismo tenha um certo caráter de permanência. Por causa dessa busca histórica pelo “aqui e agora”, percebe-se que o jornal de hoje pouco ou quase nada pode nos oferecer amanhã. Não significa que a publicação deva desvincular-se da busca pelos acontecimentos de hoje, mas que é necessário que haja espaço para alargar o sentido dos fatos consumados, ampliando sua compreensão.

Caso contrário, o jornalismo transforma-se em um mero amontoado de notícias passadas. Por isso, a atividade diária dos jornais deve ser capaz de mobilizar as idéias, questionar os acontecimentos.

É efêmera a forma, a exterioridade, o envoltório; mas a influência, a sugestão que ficam desses esforços aparentemente perdidos e esquecidos constituem uma ação persistente e eficaz como nenhuma, que convence, que apaixona, que destrói, que reedifica; que forma, em uma palavra, a consciência dos povos. (RODO apud MELO, 2003, p. 204)

Pode-se considerar, então, que o jornalismo deve entender “atual” como um conceito mais amplo e com muitas possibilidades. À primeira vista, preocupado com a informação sobre o que de mais importante acontece durante um dia, ou seja, sobre o temporal, o “aqui e agora” que funda a atividade.

Mas, ao mesmo tempo, e não menos importante, como possibilidade de complementação, deve emergir a opinião como alternativa para alargar os sentidos da atualidade, encontrando, para Beltrão (1976), “um caminho para informar e orientar o espírito público, conduzindo-o à socialização dos bens” e promovendo o “bem comum”.

6. A argumentação como interpretação

Continuando o percurso feito até agora, chega-se à confirmação do que Beltrão chamou de jornalismo como interpretação do real. Apesar de ele fazer uma distinção entre jornalismo opinativo e jornalismo interpretativo, entendendo esse segundo como “a informação que, sem opinar, coloca diante da massa o quadro completo da situação de atualidade”, o autor reconhece que na denominação “interpretação” não se pode excluir a opinião.

Isso fica evidente pela linha discursiva que traçamos até o momento. Se o jornalismo abrange o que aconteceu e o que poderá acontecer, a narração e a argumentação, significa que, esse último, acima de tudo, está dentro do aspecto de uma enunciação interpretada. Para opinar, para debater idéias e, sendo mais simples, para argumentar, o jornal precisa interpretar.

A mera informação, sem um juízo que a valorize e a interprete, faria do jornalismo uma algaravia sem ordem nem conserto e deixaria ao leitor a pesada carga de buscar os ‘por quês’ e ‘para quês’ do que acontece. Quantos leitores estão capacitados para esse trabalho valorizador? Ler por ler notícias, que por si mesmas nada dizem a quem ignora suas causas e conseqüências, resulta, por outro lado, numa aborrecida tarefa. (MAINAR; MOSTAZA apud BELTRÃO, 1960, p. 17)

A importância da argumentação, portanto, está em destrinchar o emaranhado laço de relações sociais, interpretando e dando a conhecer a realidade. Não se trata de “mastigar” os fatos para fazer o leitor engolir, mas, ao contrário, oferecer chaves de

leitura. Já que quem deve fazer a interpretação final, para Aguiar (1972), “legitimamente”, é o público.

Assim, a argumentação é o lugar por excelência da análise, do discernimento, do julgamento, feito com responsabilidade e rigor ético. Para Mainar (1906), o jornalismo é “a história que passa”, assim, sua vocação interpretativa difere sobremaneira da análise histórica ou filosófica.

Porque está jungida ao presente, ao atual, ao positivo, requerendo não somente bom senso, honestidade e imparcialidade, da parte do agente, como uma excepcional aptidão para apreender o centro de interesse, o ponto nevrálgico, o núcleo do fato ou da matéria que se há de utilizar no trabalho. Essa aptidão de “tirar o essencial do acidental, o permanente do corrente (BELTRÃO, 1960, p. 80).

Para tanto, o formato argumentativo funciona justamente para essa apreensão mais profunda daquilo que é relato superficialmente. Na verdade, os “argumentadores” do jornalismo devem ser capazes de uma leitura profunda de temas que poderiam ser vistos como banais. O que realmente interessa no opinativo é o olhar crítico e perspicaz.

7. Luiz Beltrão e o jornalismo construtivista

Dentro desse contexto, estabelecem-se as interfaces entre a Folkcomunicação e o Jornalismo no sentido de contribuir para a construção da realidade social. Nos dois ambientes o método, a metodologia e a investigação são básicos. Vamos tomar como exemplo o método no Jornalismo que também pode ser mobilizado na Folkcomunicação. Hoje vivemos em sociedades cada vez mais complexas (MELUCCI, 2001). Cabe aos dois campos de conhecimento decodificá-las para procurar tornar o mundo mais compreensível para o homem e a mulher contemporâneos.

Nesse processo, é básica a investigação. O jornalismo precisa “molhar-se” pela realidade. Ou seja, não há contexto teórico verdadeiro a não ser na união dialética com a prática, com o contexto concreto. No contexto teórico buscamos “tomar distância” dos fatos; no prático, no concreto somos sujeitos e objetos em relação ao objeto (FREIRE, 1987).

Nas práticas diárias de produção da notícia é esse procedimento que os jornalistas adotam o tempo todo, muitas vezes de forma inconsciente. No “contexto teórico” de elaboração da informação, o repórter e/ou o redator assumem o papel de sujeitos cognoscentes da relação sujeito-objeto que se dá no contexto concreto para, voltando a este, melhor atuar como sujeitos em relação ao objeto. Consideramos que essa relação teoria/prática faz parte do método de apuração de uma matéria, de edição e de apresentação. O método jornalístico tem que ser trabalhado com rigor (CORNU, 1999).

Os jornalistas nas suas práticas diárias no processo de redução da complexidade devem ter como preocupação um jornalismo crítico. Na produção das notícias as informações essenciais não podem ser suprimidas. As notícias devem trazer detalhes básicos para que possam ser compreendidas. As várias faces de um acontecimento devem ser apresentadas. Na construção da notícia é preciso estar sempre atento para que aspectos da realidade não sejam ocultados nem silenciados. Os textos têm que buscar uma objetividade possível, tomando-se cuidado em não alterar textos e documentos.

A investigação é da essência do jornalismo porque diminui a possibilidade do erro e do equívoco. Caso isso ocorra, ainda dentro das práticas jornalísticas, faz-se necessário retificar a informação publicada que se revela inexata. No entanto, uma das tarefas centrais do rigor do método, do conhecimento do Jornalismo, é evitar a ambigüidade na informação. Outro aspecto importante no atual processo de produção da notícia é, sob a ditadura da audiência, da concorrência, precarizar a qualidade da informação noticiosa (CORNU, 1999).

Por isso, como alerta Freire (1987) - e é importante nas práticas sociais do jornalismo -, precisamos ir além da mera captação dos fatos buscando não só a interdependência entre eles, mas também o que há entre as parcialidades constitutivas da totalidade de cada um. Nesse sentido, o jornalismo necessita estabelecer uma vigilância constante sobre a sua própria atividade.

Ainda dentro da perspectiva de Freire (1997) consideramos que a comparação que o autor faz entre a ingenuidade e a criticidade pode contribuir para entendermos o Conhecimento do Jornalismo - que trata dos acontecimentos do mundo, dos diversos saberes, dos campos da experiência e do cotidiano. O autor esclarece que não há

diferença e nem distância entre a ingenuidade e a criticidade. Para Freire, entre o saber da pura experiência e dos procedimentos metodicamente rigorosos ocorre uma superação.

Freire (1997) argumenta que não acontece uma ruptura porque a curiosidade ingênua, sem deixar de ser curiosidade, continuando a ser curiosidade, se critica. Continuando a explicação diz que ao criticizar-se, tornando-se curiosidade epistemológica, metodicamente “rigorizando-se” na sua aproximação ao objeto, conota seus achados de maior exatidão. A curiosidade metodicamente rigorosa do método cognoscível se torna curiosidade epistemológica, mudando de qualidade, mas não na essência.

Como bem observa Gomis (2001), o Jornalismo é resultado de uma atividade profissional de mediação vinculada a uma organização que se dedica basicamente a interpretar a realidade social e mediar os que fazem parte do “espetáculo mundano” e o público. Compartilhamos com a afirmação de Gomis (1991) e consideramos que a mídia não só transmite, mas prepara e apresenta uma realidade dentro das normas e das regras do campo jornalístico contribuindo dessa forma para a percepção do mundo da vida. A interpretação da realidade social estabelece interfaces entre o Jornalismo e a Folkcomunicação porque ambos necessitam da investigação, do método e da metodologia.

Beltrão na sua vasta obra não chegou a falar necessariamente em construtivismo. No entanto, de uma forma antecipatória, ao valorizar a questão da investigação e do agendamento, o autor já trabalhava nesse perspectiva. Beltrão, sem dúvida, tem uma preocupação constante nas suas obras com a pesquisa sobre o campo do Jornalismo. Em *Enseñansa del Periodismo* Beltrão apresenta uma investigação realizada no curso de Jornalismo da Universidade Católica de Pernambuco, com a participação dos alunos, sobre os efeitos da suspensão da circulação dos jornais em função de uma greve dos gráficos.

Como enfatiza Luiz Beltrão (1963), a investigação foi à primeira do gênero no Brasil e, provavelmente, também a primeira na América Latina. O estudo mostra as conseqüências da falta de circulação de notícias sobre a sociedade durante o período que durou o movimento dos gráficos de 21 de março a 9 de abril de 1963. A greve afetou os

serviços públicos atingindo o interesse coletivo porque as ações governamentais que eram divulgadas nos jornais deixaram de ser comunicadas.

Beltrão mostra também que a área de diversão foi atingida resultando numa pouca procura aos cinemas mesmo com o lançamento dias antes do término da paralisação da superprodução Ben-Hur. Com a volta da circulação dos jornais, a pesquisa identificou que durante as seis semanas de exibição do filme as sessões estavam sempre lotadas. A investigação mostra ainda que até mesmo os acontecimentos sociais foram afetados. Festas e homenagens tiveram que ser adiadas em função da baixa assistência.

Compartilhamos com a argumentação de Sponholz (2009) de que no Jornalismo é preciso utilizar um método para descrever a realidade de uma forma mais adequada. Como diz a autora, a compreensão, a apreensão e a interpretação sistemática – ou seja, a utilização de um método – podem ajudar o Jornalismo a evitar percepções falsas, embora “sistemático” no Jornalismo não signifique e nem possa significar o mesmo que ciência. Foi o que fez Beltrão, de uma certa forma, nas suas pesquisas mobilizando a questão do método, da metodologia e da investigação antes que ela se tornasse uma discussão forte e presente no campo da Comunicação.

Consideramos que há ainda muito a caminhar nesta perspectiva construtivista na Folkcomunicação e no Jornalismo. No entanto, acreditamos que nessa interface o Jornalismo que já tem uma boa caminhada no campo pode contribuir. É bem verdade que o jornal diário está repleto de acontecimentos correntes, como o desabamento de uma casa, um assassinato ou o pronunciamento do presidente do país. Em cada fato, a argumentação pode retirar de pequenos pontos a tese que vai aprofundar os sentidos do acontecido. Obviamente, é impossível, como já constatamos, equilibrar, cartesianamente, informação e opinião.

Porém, mais do que nunca, o grande diferencial dos jornais impressos é (ou deveria ser) a possibilidade de alargar o conhecimento sobre aquilo que já se soube no dia anterior. Afinal, dificilmente alguém que compre o jornal hoje não tenha, antes, escutado rádio, assistido à televisão ou lido as notícias na internet.

O profissional da argumentação deve, dessa maneira, estar sempre atento ao que se passa, mas enxergando além do que todos vêem. É um trabalho que já foi, inclusive, comparado ao do caricaturista, porque, em poucos “riscos”, apreende o fato e o relata, mas sempre ampliando a discussão que se iniciou nas matérias.

Em artigo no Diário de Notícias, em 1957, Tristão de Ataíde chegou a afirmar que “o jornalista medíocre informa por informar. O autêntico jornalista informa para formar”. E vai além: “o grande jornalista informa e forma. Cria e orienta a opinião pública”.

Parece um contra-senso e, pela data da máxima, poderia ser tratado como algo do passado. Mas negligenciar a função orientadora do jornalista é reduzir sua grandeza e importância, é fazê-lo um simples reprodutor de informações aparentemente desconexas e carentes de sentido profundo.

Da mesma maneira, podemos identificar na Folkcomunicação o compromisso com a integração social, com o fortalecimento do sentido compartilhado intersubjetivamente e, conseqüentemente, com uma vida social menos ameaçada, com menores potenciais de conflito e violência.

Referências

ANTOINE, J. La connaissance scientifique de l'opinion. France: Chronique Sociale de France, 1966.

ATAÍDE, T. de. O jornalismo como gênero literário. Diário de Notícias, Rio de Janeiro, 10 nov. 1957.

BAUMAN, Z. Vida líquida. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2007.

BELTRÃO, L. Iniciação à filosofia do jornalismo. Rio de Janeiro, Livraria Agir Editora, 1960.

BELTRÃO, L. Jornalismo interpretativo: filosofia e técnica. Porto Alegre: Sulina, 1976.

BELTRÃO, L. Jornalismo opinativo. Porto Alegre: Sulina, ARI, 1980.

BELTRÃO, L. Métodos em la enseñanza de la técnica del periodismo. Quito : Ciespal, 1963.

BENITEZ, J. Jornalismo em Cuba. São Paulo: Com-Arte, 1990.

BONNER, W. *Jornal Nacional: modo de fazer*. São Paulo: Globo, 2009.

BERGER, Peter; LUCKMANN, Thomas. *Modernidade, pluralismo e crise de sentido: a orientação do homem moderno*. Petrópolis: Vozes, 2004.

CHAPARRO, Manuel Carlos. *Sotaques d'aquém e d'além mar: travessias para uma nova teoria dos gêneros jornalísticos*. São Paulo: Summus, 2008.

CORNU, D. *Jornalismo e verdade*. Lisboa: Piaget, 1999.

FREIRE. *Pedagogia da autonomia*. 4. ed. Rio de Janeiro : Paz e Terra, 1997.

FREIRE. *Ação cultura para a liberdade e outros escritos*. Rio de Janeiro : Paz e Terra, 1987.

HABERMAS, J. *Direito e democracia: entre facticidade e validade*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, v. I, 1997.

HOHLFELDT, Antonio. *Folkcomunicação: positivo oportunismo de quase meio século*. In: SCHMIDT, Cristina. *Folkcomunicação na arena global: avanços teóricos e metodologias*. São Paulo: Ductor, 2006.

MACIEL, Betânia. *O papel da Folkcomunicação na construção do desenvolvimento local*. Trabalho apresentado no Núcleo de Pesquisa – NP Folkcomunicação do XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Santos, 2007.

MELO, José Marques de. *De volta ao futuro: da Folkcomunicação à folkmídia*. In: SCHMIDFT, Cristina (Org.). *Folkcomunicação na arena global: avanços teóricos e metodologias*. São Paulo: Ductor, 2006.

MELO, José Marques de. *Gêneros jornalísticos no Brasil: o estado em questão*. In Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Curitiba: Intercom, 2009.

MELO, José Marques de, *Jornalismo opinativo: gêneros opinativos no jornalismo brasileiro*. 3. ed. rev. e ampl. Campos do Jordão: Mantiqueira, 2003.

MELUCCI, A. *A invenção do presente: movimento sociais nas sociedades complexas*. Petrópolis: Vozes, 2001.

MIOTTO, Gaspar B. *La objetividad posible en la construcción del discurso periodístico*. 1993. Tesis (Doctorado en Ciencias de la comunicación) – Universidad Nacional de Río Cuarto, Província de Córdoba, República Argentina, 1993.

POPPER, Karl Raimund. *Conhecimento objetivo: uma abordagem evolucionária*. Belo Horizonte: Ed. Itatiaia; São Paulo: Ed. Da Universidade de São Paulo, 1975.

POPPER, Karl Raimund. *Conjecturas e refutações*. 2 ed. Brasília, DF: Editora Universidade de Brasília, 1982.

RAMONET, Ignacio. *Mídias em crise*. Le Monde Diplomatique. Disponível em:

<<http://diplo.uol.com.br/2005-01,a1046>>. Acesso em: Janeiro de 2005.

SPONHOLZ, Liriam. Jornalismo, conhecimento e objetividade: além do espelho e das construções. Florianópolis : Insular, 2009.

SUARÉE, Octávio de la. Moraletica del periodismo. Havana: La Habana, 1946.

¹ Professor Adjunto do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco. Email: a.vizeu@yahoo.com.br.

² Professor Adjunto do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade federal de Pernambuco. Email: hclrocha@gmail.com.

³ Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco. Email: gmarquim@hotmail.com.

⁴ Grupo radical político palestino e movimento militar. O Hamas prega o fim do Estado de Israel e a sua substituição por um Estado palestino que ocuparia a área onde hoje estão Israel, Faixa de Gaza e a Cisjordânia.

y P