

TELEJORNALISMO E JORNALISMO IMPRESSO: LEITURAS EM CONTRASTE

Cristiane Maria Megid

Unicamp/Instituto de Estudos da Linguagem, megid@iel.unicamp.br

Resumo

Neste artigo, contrastamos características dos jornais impressos e televisivos, propondo uma leitura crítica da mídia sob a perspectiva discursiva e tendo em vista a relevância às práticas pedagógicas da leitura do jornal. Partimos do pressuposto da não-transparência da linguagem, o que se coloca como oposição aos conceitos de imparcialidade, objetividade e neutralidade promulgados pela imprensa. Desta forma, é preciso ler ou assistir um noticiário como *uma*, e não como *a única*, versão possível para um relato.

O objetivo do estudo aqui apresentado, portanto, é pensar nas diferentes formações de sujeitos determinadas por estes veículos de comunicação em decorrência dos diferentes efeitos de sentido que eles produzem. Para tanto, tivemos como subsídios teóricos a Análise de Discurso, a Semântica Histórica da Enunciação, e outros estudos jornalísticos sobre os mecanismos de controle da imprensa e da mídia feitos em diferentes campos teóricos.

Palavras-chave: telejornalismo – jornalismo impresso – educação – leitura – jornal

Introdução

É inegável a importância do jornalismo nos dias de hoje. Para grande parte das pessoas, conectar-se ao mundo significa ler jornais, revistas, boletins na internet, assistir a telejornais, ouvir programas de radiojornalismo. Por outro lado, estar alheio ao que se pronuncia pelos jornais jornalísticos é exatamente estar fora do mundo, não estar apto a uma conversa com(o) pessoas inteligentes, a entrar no mercado de trabalho, ter carreiras profissionais bem sucedidas, etc. São estas as imagens que vemos, por exemplo, nas propagandas de jornais e revistas: "Pense ão" (jornal *O Estado de S. Paulo*), "Quem lê jornal sabe mais" (programa de jornal e educação promovido pelo jornal *O Globo*), "O Globo faz diferença" (jornal *O Globo*), entre outros. Seguindo esta linha, podemos dizer que se conhece o mundo pelo jornalismo, como se este fosse o retrato fiel da realidade.

Sob outra perspectiva, podemos afirmar que a imprensa constrói *uma* realidade, e não *a* realidade. Desta forma, ler um ou outro jornal implica em ler realidades diferentes. É da diferença entre as possíveis leituras do jornalismo que trata este artigo, concentrando-se nas leituras dos jornais impressos e dos telejornais. Partimos do pressuposto de que a linguagem não é transparente. Ler um ou outro jornal, assistir a um ou outro telejornal, é também apreender diferentes sentidos que participam da construção do mundo, da construção do real. Ter a percepção de tais diferenças é saber que uma notícia sempre poderia ser outra, que uma palavra poderia ter outra em seu lugar, que a imagem do mundo construída nos noticiários poderia sempre ser outra.

O objetivo do estudo aqui apresentado é pensar nas diferentes formações de sujeitos determinadas por estes veículos de comunicação em decorrência dos diferentes efeitos de sentido que eles produzem a partir de suas condições de produção. Para tanto, tivemos como subsídios teóricos a Análise de Discurso, a

Semântica Histórica da Enunciação, e outros estudos jornalísticos sobre os mecanismos de controle da imprensa e da mídia feitos em diferentes campos teóricos.

Temos também como ponto de partida dois estudos contrastivos realizados de 2003 a 2005, sobre os jornais impressos (Megid, 2004) e sobre telejornais (Megid, 2005)¹, observando as questões ideológicas na produção de efeitos de sentido em seus discursos.

No primeiro trabalho, estudamos as características dos discursos da *Folha de S. Paulo* e do *O Estado de S. Paulo* em notícias envolvendo o governo federal brasileiro e as questões sociais do país presentes nas capas das edições de agosto a novembro de 2003. Observamos, em especial, as escolhas lexicais, os discursos relatados e a diagramação.

Na pesquisa com os telejornais, nosso *corpus* foi composto por matérias sobre o mesmo tema nas edições do *Jornal Nacional* e do *Jornal da Record* das primeiras semanas de agosto a novembro de 2004. Nossas observações concentraram-se tanto em elementos da linguagem verbal quanto da linguagem não-verbal, mais especificamente nas escolhas lexicais, discursos relatados, formatação gráfica, cores e imagens escolhidas.

De uma forma geral, nos dois casos, observamos que os assuntos tratados no material analisado são semelhantes, ou seja, os temas mais importantes de um jornal são abordados também pelo outro, assim como nos telejornais. Porém, as formações discursivas² nas quais cada um dos jornais se inscreve não são sempre as mesmas, o que nos leva a afirmar que os sentidos construídos a partir das leituras de um e de outro também não são os mesmos.

Escolhemos as condições de produção como recorte para este estudo devido, principalmente, à sua determinação da leitura: "os sentido são uns e não outros, dadas as condições de produção" (Orlandi, 1996, p. 89). Da mesma forma, a leitura é uma e não outra, de acordo com as mesmas condições de produção.

Primeiramente, faremos uma abordagem das condições de produção da notícia, passando à análise contrastiva das especificidades do jornalismo impresso e televisivo. Em meio a estas análises, apresentaremos os conceitos teóricos, privilegiando o conceito de condições de produção e procurando compreender quais elementos diferenciam possíveis leituras destes meios de comunicação.

A produção da notícia

Diversos aspectos estão envolvidos na produção de uma notícia e todos eles estão compreendidos nas condições de produção do discurso jornalístico.

As condições de produção, conforme definido por Orlandi (1999), compreendem os sujeitos do discurso, a situação de enunciação e a memória. A autora divide o conceito em duas partes que, contudo, não são independentes entre si: as condições de produção em sentido estrito e em sentido amplo. A primeira corresponde ao contexto imediato, enquanto a segunda inclui o contexto sócio-histórico e ideológico

¹ Estes estudos foram realizados sob orientação da professora doutora Carmen Zink Bolognini (IEL/UNICAMP). O primeiro teve financiamento do CNPq e o segundo da Fapesp.

² Levantamos aqui dois conceitos da AD que nos são importantes, o de formação discursiva e o de sujeito. Segundo Pêcheux (1988 pp. 160-161), formação discursiva é o nome dado àquilo "que, numa formação ideológica dada, isto é, a partir de uma posição dada numa conjuntura dada, determinada pelo estado da luta de classes, determina *o que pode e deve ser dito* (...). Isso equivale a afirmar que as palavras, expressões, proposições, etc., recebem seu sentido da formação discursiva na qual são produzidas (...). Os indivíduos são "interpelados" em sujeitos-falantes (em sujeitos de *seu* discurso) pelas formações discursivas que representam "na linguagem" as formações ideológicas que lhes são correspondentes".

no qual se enuncia.

Para as condições de produção em sentido amplo, temos o papel da mídia dentro da nossa sociedade. A busca por notícias não é recente na história da humanidade. O papel do jornalismo foi constituído historicamente, tendo passagens determinantes em diversos momentos, como veremos em alguns exemplos mais à frente.

Além disso, podemos incluir, neste âmbito, o imaginário social sobre a mídia, entendida como aquela que detém a informação e o poder de divulgá-la à sociedade. Atualmente, a veracidade de um acontecimento pode ser dada por seu relato na mídia, a exemplo do que vemos em dizeres como: "é verdade! Aconteceu mesmo! Deu no jornal pela manhã"; ou "fulano ficou importante. Ele apareceu numa reportagem do jornal".

Já as condições de produção em sentido estrito de um produto jornalístico compreendem fatores diversos, entre os quais ressaltamos algumas formas de controle da interpretação das empresas jornalísticas.

Segundo Orlandi (1996, p. 93), "face à imprevisibilidade da relação do sujeito com o sentido, toda formação social tem formas de controle da interpretação, que são historicamente determinadas". Dentre os controles econômicos da mídia, a publicidade é, em grande parte dos casos, a principal delas, visto que um veículo de comunicação dificilmente se posicionará contra seu anunciante em alguma de suas matérias. Além disso, constantemente reportagens são reduzidas ou cortadas de uma edição para que haja mais espaço para as propagandas. Existe, inclusive, dentro de alguns jornais, um lugar privilegiado hierarquicamente à área comercial, o que determina a submissão da pauta editorial às determinações comerciais. Isso acontece porque a publicidade é quase sempre a maior fonte de renda de um jornal, chegando a ocupar mais da metade de sua receita.

Outras importantes formas de controle atuam ao longo da produção de um jornal ou telejornal. Destacamos os principais processos presentes nesses veículos: a pauta, a elaboração da matéria e a edição.

Normalmente, a seleção dos assuntos que serão abordados em uma edição é feita na chamada "reunião de pauta". Para Maria Otilia Bocchini (1982), a seleção de notícias é o melhor instrumento pelo qual uma empresa jornalística se manifesta ideologicamente.

Bourdieu (1997), em uma abordagem sociológica da televisão, analisa a importância do tempo na TV. Alguns minutos na televisão são preciosos, inclusive no que se refere às propagandas nela veiculadas. No jornal impresso, como observamos na pesquisa anterior, a seleção já é feita em meio a um universo amplo de assuntos a serem abordados. Na TV, o espaço para a publicação é muito menor, ou seja, é preciso uma seleção ainda maior porque poucas notícias podem ser publicadas.

Discursivamente, podemos entender estes mecanismos como o esquecimento número 2 do qual trata Pêcheux (1981), ou seja, a concepção de que a enunciação sempre poderia ser feita de outra maneira, como indicam as famílias parafrásticas que se formam ao longo de um discurso.

Assim, temos que a seleção das notícias sempre poderia ser outra, o que é apagado para o grande público, produzindo um efeito de unicidade, de que a edição só poderia ter sido realizada daquela forma e, se não o fosse, seria porque a empresa jornalística em questão é "tendenciosa". Entretanto, uma vez que o esquecimento é estruturante do discurso, estes efeitos são necessários para o próprio funcionamento da linguagem nos sujeitos e na produção dos sentidos (Orlandi, 1999).

Feita a seleção dos assuntos que serão abordados na edição de um jornal ou

telejornal, a pauta é elaborada com os principais pontos a serem apresentados pelo jornalista. Nela estão relatadas as informações principais que o repórter precisará para compor sua matéria, o direcionamento que deverá ser dado ao assunto, os horários das entrevistas, etc.

O que temos dito até então sobre a importância da seleção de assuntos na construção das notícias pode ser visto também nos estudos de E. Guimarães (2001, pp. 14-15): “o acontecimento para o jornal, aquilo que é enunciável como notícia, não se dá por si, como evidência, mas é constituído pela própria prática do discurso jornalístico”.

Não existe, portanto, um só sentido, uma só constituição possível para uma notícia ou para uma edição. Entretanto, os jornalistas, muitas vezes, afirmam ter a objetividade como característica fundamental de seus relatos, silenciando a produção de sentidos aí existente.

Entendo aqui silêncio e silenciamento conforme Orlandi (1992) os define. Para o imaginário social, o silêncio costuma ser definido como um lugar de ausência de significados, caracterizando uma ideologia de apagamento do próprio silêncio nas sociedades contemporâneas, o que dificulta a apreensão de sentidos produzidos neste lugar de significação.

Por um lado, o silêncio pode ser entendido como a “'respiração’ (o fôlego) da significação; um lugar de recuo necessário para que se possa significar, para que o sentido faça sentido”, abrindo espaço “para o que permite o movimento do sujeito” (*ibidem*, p. 13), sendo o silêncio uma condição para a significação. Portanto, existe também uma opacidade, uma não-transparência no silêncio.

Entretanto, segundo afirma Orlandi (*ibidem*, pp. 11-12), o silenciamento já não é silêncio, e sim pôr em silêncio, e seu estudo “nos mostra que há um processo de produção de sentidos silenciados que nos faz entender uma dimensão do não-dito absolutamente distinta da que se tem estudado sob a rubrica do “implícito”.

Uma série de silenciamentos é produzida pela mídia, todos eles constitutivos do dizer, mas apagados na interpretação. Um deles é referente aos conceitos de objetividade e imparcialidade que produzem efeitos de transparência da linguagem e da mídia. Sobre estes efeitos, Orlandi (1995, p. 36) afirma que eles são “'mitos como o da linguagem como transmissão de informação ou o da linguagem como comunicação; mitos que definem a linguagem para o discurso social, para o senso comum”.

O apagamento da autoria nos jornais teve uma discussão importante nas primeiras décadas do século XX, principalmente nas escolas americanas. Os estudos jornalísticos produzidos neste período difundiram para grande parte do mundo os conceitos de objetividade e imparcialidade. Foram criados padrões para a apuração das informações e construção dos textos.

Porém, com os estudos mais recentes, temos observado que estas técnicas não garantem a neutralidade das publicações, como pretendiam seus elaboradores. Na verdade, o que se criou foi um mito, como dito anteriormente. Neste caso, o mito nos impede de lermos uma notícia com a crítica necessária para compreender que

“entre o **fato** e a **versão** que dele publica qualquer veículo de comunicação de massa há a mediação de um jornalista (não raro, de vários jornalistas), que carrega consigo toda uma formação cultural, todo um **background** pessoal, eventualmente opiniões muito firmes a respeito do próprio fato que está testemunhando, o que o leva a ver o fato de maneira distinta de outro companheiro com formação, **background** e opiniões diversas” (Rossi, 1985, p. 10).

Em Lustosa (1996), encontramos uma outra discussão sobre este assunto, sob a denominação de *mito da imparcialidade*. Para ele, a imparcialidade é um mito criado para preservar o discurso e os interesses do próprio veículo. Valorizando este mito, a imprensa é capaz de apresentar sua opinião, de acordo com suas escolhas políticas ou ideológicas, fazendo com que esta parcialidade transpareça a seu público como se fosse a única verdade existente.

Neste processo de produção de sentidos de transparência, de real, vemos o efeito de evidência próprio do dispositivo ideológico no qual se dá a interpretação do sujeito.

"Esse efeito é o que nega a interpretação no momento mesmo em que ela se dá (...). O gesto do sujeito comum é determinado pelo dispositivo ideológico. Sem esquecer que determinar significa ser constitutivo então relação causa/efeito, muito menos mecânica. (...) Na mediação do dispositivo ideológico, o sujeito está sob efeito do apagamento da alteridade (exterioridade, historicidade): daí a ilusão do sentido lá, de sua evidência" (Orlandi, 1996, p. 84).

E estes gestos de interpretação são constitutivos tanto da leitura quanto da produção de um texto.

Continuando a análise do processo de elaboração da notícia, depois da pauta passa-se à elaboração da matéria. O repórter vai a campo com as indicações do pouteiro (o jornalista que é encarregado de elaborar as pautas) e apura as informações, colhe imagens e depoimentos, realiza as entrevistas, para depois elaborar a matéria final.

Depois da reportagem pronta, os editores selecionam os textos e imagens a serem publicados e modificam as produções dos jornalistas de forma a melhor adequá-las à linha editorial. Há aí um grande controle na produção dos sentidos de uma notícia.

Toda esta produção está submissa aos chefes e diretores, de modo que uma série de jornalistas está aí envolvida, cada um deles carregando consigo formações discursivas diferentes. Estas autorias, entretanto, são apagadas para o leitor ou telespectador³, o que também faz parte da produção de efeitos de real, de transparência para a linguagem jornalística, como se o dizer pudesse ser apenas aquele, um relato literal do real.

Feitas estas primeiras considerações sobre jornais, telejornais, jornalistas e conceitos teóricos, vamos passar às especificidades de cada um dos veículos de comunicação que propus analisar nesta monografia.

Jornal Impresso e Telejornal

Analisando as condições de produção do jornal impresso, vale lembrar, primeiramente, que ele é um dos meios de comunicação jornalísticos mais antigos.

"Roma (...) teve, desde o final da República, as *Acta diurna*, verdadeiras folhas de notícias e de ecos da vida romana.

A China teve, desde o fim do século IX, um jornal da Corte de Pequim, *Kin Pau*, publicação mensal, depois hebdomadária, a partir de 1361, finalmente diária (1830)". (Albert & Terrou, 1970, p. 4)

³ Existem algumas exceções vistas nas colunas dos jornais impressos e nos comentários de jornalistas nos telejornais, mas que não analisaremos mais profundamente neste texto.

A imprensa teve participação expressiva em diversos momentos da história da humanidade, o que pode ser visto em relatos históricos e na literatura das mais diversas épocas. No Brasil, temos como exemplo o período da ditadura militar (1964-1984), durante o qual a censura do Regime trabalhou dentro das grandes empresas de comunicação. Como forma de resistência, Kucinski (2002) afirma que existiram 120 jornais alternativos durante os anos 70, sendo oito deles de circulação nacional.

A mídia impressa, portanto, possui em sua história participações em várias vertentes políticas. A participação em revoluções e em resistências a regimes ditatoriais é característica desta forma de comunicação, principalmente pelo baixo custo de produção e distribuição. No caso da televisão, a dificuldade para a produção de programas alternativos à grande mídia é maior, principalmente em decorrência do custo de produção e transmissão. Existem alguns programas com estas características, mas com audiência ainda pouco relevante.

Por outro lado, Kucinski (2002) aponta para um alto controle da imprensa hoje:

"no Brasil circulam cinco jornais de referência nacional que exercem papel crucial na definição da agenda nacional e são todos conservadores e geridos como propriedade familiar (...). Há mais três jornais de grande circulação ou importância, mas sem o mesmo impacto nacional, e igualmente conservadores (...). Esses oito jornais somam 40% da circulação de todos os diários brasileiros, de cerca de 8 milhões de exemplares" (p. 49).

Ainda sobre a importância histórica da imprensa, Albert & Terrou (1970, p. 1) afirmam que "de todos os objetos da pesquisa histórica, o jornal é, talvez, o que mantém as mais estreitas relações com o estado político, a situação econômica, a organização social e o nível cultural do país e da época dos quais constitui reflexo".

Certamente, o número de leitores da imprensa é muito menor do que o de telespectadores dos telejornais, mas a importância dos impressos é expressiva. Como exemplo, podemos citar a constante referência aos principais jornais do país em propagandas de partidos políticos (especialmente propagandas eleitorais), ou em telejornais e programas esportivos.

A televisão também tem uma história ligada ao controle político e econômico. Adolph Hitler, por exemplo, exigiu a difusão de aparelhos pela Alemanha durante seu governo (Prado, 1996); Assis Chateaubriand, empresário brasileiro que obteve a primeira emissora de televisão do país – PRF-3 TV, canal 3, inaugurada em 1950 – “via no veículo mais uma fonte de lucro e também de ampliação de seu poder” (*ibidem*, p. 13). Os militares, por sua vez, investiram no desenvolvimento da televisão brasileira, acreditando que o veículo era fundamental para o projeto que visavam desenvolver no país.

Quanto às condições de produção, outra característica importante é apresentada por Michel Pêcheux (1981). O autor diz que um orador experiente – no nosso caso, podemos considerar os jornalistas – pode se colocar no lugar de seu leitor:

“sua habilidade de imaginar, preceder o ouvinte é, às vezes, decisiva se ele sabe prever, em tempo hábil, onde este ouvinte o 'espera'. Esta antecipação *do que o outro vai pensar* parece constitutiva de qualquer discurso, através de variações que são definidas ao mesmo tempo pelo campo dos possíveis da patologia mental aplicada ao comportamento verbal e pelos modos de resposta que o funcionamento da instituição autoriza ao ouvinte” (Pêcheux, 1981, pp. 77-78).

A partir disto, Pêcheux apresenta as diversas imagens que decorrem das

representações dos sujeitos: a imagem que o sujeito-autor faz do sujeito-leitor e vice-versa, a imagem que o sujeito-autor faz do referente, a imagem que o sujeito-autor faz da imagem que o sujeito-leitor faz do sujeito-autor, e assim por diante. Estas imagens todas constituem parte importante do processo de interpretação de um discurso, ou seja, a interpretação – e, portanto, também a leitura – depende das imagens formuladas por autor e leitor e dos efeitos de sentido estabelecidos no discurso.

A imagem que um jornal tem do seu leitor é bastante diferente daquela que o telejornal tem de seu telespectador. Neste sentido, comparando os resultados que obtivemos nas pesquisas citadas anteriormente, em reportagens analisadas da *Folha de S. Paulo* e do *O Estado de S. Paulo* sobre economia, por exemplo, as informações apresentadas eram bastante específicas e se referiam às transações de bolsas de valores, mudanças no contexto econômico mundial, entre outras (Megid, 2004). Por outro lado, as reportagens sobre este mesmo tema no *Jornal Nacional* e no *Jornal da Record* quase sempre relacionavam as mudanças no cenário econômico às influências que isto causava nas atividades diárias da maior parte da população (Megid, 2005).

Para exemplificar estas diferenças, proponho uma breve análise de duas reportagens sobre a queda do preço da tarifa de energia elétrica publicadas no dia 01/07/2005 pela *Folha de S. Paulo* (FSP) e pelo *Jornal Nacional* (JN)⁴. Nelas, podemos observar como a reportagem da FSP privilegia os dados econômicos e as relações entre os números, enquanto o JN enfatiza, desde o início da reportagem, as relações do preço da energia elétrica e o dia-a-dia dos consumidores.

O início das reportagens, parte importante do discurso jornalístico como um todo, caracteriza esta distinção:

- FSP: *A tarifa de energia elétrica deverá ter redução de aproximadamente 2% para os consumidores residenciais da Eletropaulo, segundo cálculos preliminares feitos pela Aneel (Agência Nacional de Energia Elétrica).*
- JN: *Desperdício zero. Nada fica ligado à toa. É assim que a família do funcionário público Eliton Martineli tenta segurar a conta de luz.*

Outra observação interessante é a citação de alguns indicadores. O JN apresenta uma definição para o indicador IGP-M (“o índice que corrige os contratos de energia”), apresentando a sua função, o que não é feito na FSP (que pressupõe que o leitor já tenha este conhecimento prévio). Entretanto, a referência a este índice é feita de forma muito diferente daquela apresentada pela FSP no trecho que transcrevemos acima, em que o jornal apenas apresenta o significado da sigla Aneel.

Assim, podemos dizer que, por um lado, o jornal pressupõe que seu leitor fará uma reflexão mais demorada sobre os indicativos econômicos para estabelecer suas implicações na vida cotidiana. Por outro, que este leitor está interessado em saber destes dados e terá a formação necessária para realizar essa reflexão.

Já a TV, por sua própria dinamicidade, espera um telespectador que não fará essa reflexão mais prolongada e, portanto, já estabelece as relações. Além disso, lembrando que o alcance de um telejornal abrange pessoas das mais diversas formações, o que o faz construir uma imagem menos específica de seu interlocutor.

Outra característica é a ordem em que um jornal impresso é lido ou que um telejornal é assistido. Em sua estrutura, os jornais impressos apresentam as principais notícias de sua edição na capa, conforme a classificação de seu editor. Nesta primeira página, há uma hierarquização importante dos assuntos tratados, sendo que o

⁴ Em anexo, estão a íntegra da reportagem da *Folha de S. Paulo* e a transcrição da matéria do *Jornal Nacional*.

quadrante superior é o mais valorizado, por ser aquele que fica exposto nas bancas de jornal, chamando a atenção dos consumidores (Megid, 2004).

Assim, há uma hierarquia estabelecida entre os assuntos apresentados em cada página do jornal. Entretanto, há uma flexibilidade pela qual o leitor pode estabelecer a ordem em que deseja ler as notícias – e esta ordem de leitura também é determinante do discurso –, começando pelos assuntos políticos, ou pelos esportes, cultura, pulando uma ou outra notícia, enfim, ele pode estabelecer a ordem que desejar, apesar do jornal propor a sua ordem de leitura através da seqüência das notícias e dos cadernos.

Já na televisão, esta flexibilização é bem menor. Um telejornal, na maioria dos casos, é iniciado com o que se chama de "escalada", ou seja, uma rápida apresentação dos principais assuntos que serão tratados naquela edição, também conforme a classificação de um editor. Mas, diferentemente do jornal impresso, a ordem de leitura das notícias de um telejornal não pode ser alterada. Se o telespectador perde uma notícia não terá como assisti-la posteriormente, a não ser que ele grave a edição, o que, certamente, não é habitual.

Por fim, uma característica importante da televisão faz com que o telejornal seja muito diferente do jornal impresso: a utilização da imagem como base essencial de sua produção e os efeitos da linguagem não-verbal em movimento na produção de um discurso. Retomando a discussão sobre a imparcialidade da mídia, referencio o estudo de Orlandi (1995) no qual a autora afirma que o não-verbal produz um efeito de transparência que "já é um efeito ideológico que se produz entre os diferentes sistemas significantes dentro de uma história social determinada" (p. 36), dando sustentação aos mitos discutidos anteriormente.

Bourdieu (1997) faz uma outra abordagem deste assunto, colocando a potencialidade do que ele define como efeito de real:

"A imagem tem a particularidade de poder produzir o que os críticos literários chamam *efeito de real*, ela pode fazer ver e fazer crer no que faz ver. Esse poder de evocação tem efeitos de mobilização. Ela pode fazer existir idéias ou representações, mas também grupos" (p. 28).

De fato, para a maioria das pessoas, mostrar é diferente de contar. Isto pode ser visto, por exemplo, em vários ditados populares, tais como "é preciso ver para crer", "só acredito vendo" e "pago pra ver" (Megid, 2005).

O jornal impresso reproduz estes efeitos de sentido de imparcialidade através da linguagem verbal, da isenção da primeira pessoa nas reportagens (com exceção das colunas e artigos assinados), entre outras características. Mas a linguagem não-verbal reforça estes efeitos no telejornal.

Conclusão

Com estas reflexões, apresentamos uma abordagem das diferenças entre as condições de produção dos jornais impressos e dos telejornais.

A história dos veículos, as características da linguagem utilizada, as imagens construídas no/pelo discurso e outras especificidades analisadas levam-nos a concluir diferentes formações discursivas postas nos meios impressos e televisivos, da mesma forma como as leituras que daí se depreendem são diferentes.

Assim, analisando os jornais e os telejornais, observamos que cada um deles se filia a formações discursivas diversas, ainda que elas não sejam opostas. Neste contexto, elementos importantes influenciam na construção e na leitura de seus

discursos. Estas observações desmistificam a credibilidade que é dada à mídia quando seus relatos são apreendidos pelos leitores como reais, fixos, tal como apregoa o discurso da imparcialidade propagado inclusive por importantes manuais de redação, a exemplo dos manuais da *Folha de S. Paulo* e da *Rede Globo*, utilizados não só nas redações dos noticiários, mas também nos meios escolares, como fonte de correção e adequação da linguagem, normalmente de forma descontextualizada⁵.

Diante das formas de controle analisadas, certamente a busca pela objetividade e pela imparcialidade não é possível a qualquer veículo de comunicação, tornando-se um mito, uma ilusão, como dito anteriormente.

Analisamos dois importantes meios de comunicação no contexto atual, vendo como diversos elementos de seus discursos produzem diferentes efeitos de sentido. Com isso, não quero sobrepor um ao outro, mas mostrar como as leituras de cada um se diferem, ao mesmo tempo em que são partes importantes da formação dos indivíduos que os lêem. Entretanto, ressalto a necessidade da prática reflexiva e crítica na elaboração e na leitura dos meios de comunicação, bem como em propostas pedagógicas que os envolvam, partindo do pressuposto da não-existência da imparcialidade.

Tais perspectivas são de extrema relevância no ambiente escolar, uma vez que se pretende a formação de cidadãos críticos e reflexivos do mundo em que está inserido. A leitura crítica da mídia deve permear as mais diversas disciplinas, sejam elas exatas, biológicas ou humanas. É essencial saber que o que é dito em cada veículo de comunicação poderia sê-lo de outra forma. O que está escrito em um jornal não se repete em outro. Além disso, quem lê uma notícia não produz a mesma leitura que uma outra pessoa. São pequenas ou grandes diferenças na constituição do texto (constituído por linguagem verbal e não-verbal) e dos leitores que determinam a produção dos sentidos.

Não temos a pretensão de fechar este debate, tampouco de abri-lo. Mas queremos movimentar esta discussão sobre a relevância de uma leitura crítica da mídia, a começar pelo próprio professor, percebendo-a de outra maneira, na perspectiva do discurso. É desta forma que se faz possível a percepção da imparcialidade e neutralidade não como um objetivo, mas como um mito, e do político da linguagem, principalmente do político da mídia.

⁵ A questão dos manuais de redação e de sua utilização em contextos escolares não é tema de debate mais profundo neste artigo. Porém, vale ressaltar que tais materiais podem ser utilizados em sala de aula de forma produtiva, desde que este seja um estudo acima de tudo contextualizado e crítico, não se restringindo às regras gramaticais, ortográficas e de estilo ali apresentadas, assemelhando-se ao papel da própria gramática normativa.

Bibliografia

- ALBERT, P., TERROU, F. *História da Imprensa*. Martins Fontes, São Paulo, 1970.
- BOCCHINI, M. O. Omissão da América Latina em quatro jornais paulistanos. In: *Ideologia, cultura e comunicação social no Brasil*. José Marques de Melo (org.). Cortez Editora, São Bernardo do Campo, 1982.
- BOURDIEU, P. *Sobre a televisão*. Tradução, Maria Lúcia Machado. Rio de Janeiro, Jorge Zahar Editor, 1997.
- GUIMARÃES, E. (org). *Produção e Circulação do conhecimento*. Campinas, Pontes, 2001.
- KUCINSKI, B. Do discurso da ditadura à ditadura do discurso. In: *Cadernos Dipló. Le Monde diplomatique*. Nº 3 – janeiro de 2002. São Paulo, Editora Unesp. pp. 46-49.
- LUSTOSA, Elcias. *O texto da notícia*. Brasília, Editora UnB, 1996.
- MEGID, C. M. As questões sociais no governo Lula: uma análise contrastiva do *Jornal Nacional* e do *Jornal da Record*. In: *X Seminário de Teses em Andamento*, 2004, Campinas.
- _____. As questões sociais no governo Lula: uma análise contrastiva dos discursos do *Jornal Nacional* e do *Jornal da Record*. In: *2º SePeG - Seminário de Pesquisas da Graduação*, 2005, Campinas.
- ORLANDI, E. P. *Análise de discurso: princípios e procedimentos*. Campinas, Pontes, 1999.
- _____. *As formas do silêncio*. Campinas, Editora da Unicamp, 1992.
- _____. Efeitos do verbal sobre o não-verbal. In: *Rua*. Campinas, 1: 35-47, 1995.
- _____. *Interpretação: autoria, leitura e efeitos do trabalho simbólico*. Petrópolis, Vozes, 1996.
- PÊCHEUX, M. Análise Automática do Discurso (AAD-69). In: GADET, F. & HAK, Tony. *Por uma análise automática do discurso: uma introdução a Michel Pêcheux*. Trad. Bethânia S. Mariani [et al.]. Campinas, Editora da UNICAMP, 1981.
- _____. *Semântica e discurso: uma crítica à afirmação do óbvio*. Tradução de Eni Pulcinelli Orlandi [et al.]. Campinas, Editora da UNICAMP, 1998.
- PRADO, F. (1996). *Ponto eletrônico: dicas para fazer telejornalismo com qualidade*. São Paulo: Publisher.
- ROSSI, Clóvis. *O que é jornalismo*. Editora Brasiliense, São Paulo, 5ª edição, 1985.

ANEXO

Folha de São Paulo – Data: 01/07/2005

Luz deve cair até 2% para residências em SP

A tarifa de energia elétrica deverá ter redução de aproximadamente 2% para os consumidores residenciais da Eletropaulo, segundo cálculos preliminares feitos pela Aneel (Agência Nacional de Energia Elétrica).

Para consumidores industriais, o reajuste deverá ser de até 16%. O reajuste médio deverá ser de aproximadamente 7%.

Os números finais serão fechados hoje e poderão ficar um pouco menores. O reajuste vale a partir de segunda-feira. A empresa atende a aproximadamente 16 milhões de consumidores em 24 municípios da região metropolitana de São Paulo. O reajuste preliminar calculado pela agência foi, na verdade, ainda menor: 2,25% de aumento médio, podendo ficar em até 2,10% ou menos, dependendo do fechamento do IGP-M de junho. Os consumidores residenciais teriam redução de 7,68% na tarifa, e a indústria teria reajuste limitado a 10,96%.

Na prática, o aumento será maior porque as concessionárias estão autorizadas a repassar para o consumidor o impacto do aumento da carga tributária, provocado pela elevação da alíquota do PIS e da Cofins.

A alíquota do PIS aumentou de 0,65% para 1,65% no final de 2002; a da Cofins, passou de 3% para 7,6% no final de 2003. Além disso, a base de cálculo do tributo foi modificada em abril de 2004.

Todos esses fatores implicaram aumento da tributação, e esse custo está sendo repassado para o consumidor. O impacto estimado do aumento da carga tributária é de 5,2 pontos percentuais.

Jornal Nacional – Data: 01.07.2005

Conta de luz mais barata

Desperdício zero. Nada fica ligado à toa. É assim que a família do funcionário público Eliton Martineli tenta segurar a conta de luz.

"Trocamos as lâmpadas incandescentes por lâmpadas fluorescentes justamente para economizar. E assim mesmo a conta é um absurdo todos os meses", diz Eliton.

A partir da próxima semana a ajuda para pagar a luz vai vir de onde o consumidor menos espera: da própria conta. É a primeira vez na história que a tarifa de energia para as residências vai ficar mais barata em São Paulo.

O índice varia de acordo com o consumo. Para famílias que estão na média de 200 quilowatts o reajuste vai ser negativo em 1,21%. Enquanto a inflação dos últimos 12 meses passou dos 7%. Em 2004 o reajuste foi de 14,64% para uma inflação de 5,87% no período.

A queda era para ser ainda maior, segundo a Aneel. A tarifa deveria ficar 7,8% menor, não fosse a cobrança de dois tributos, o PIS e a Confins.

Os preços caíram tanto porque as distribuidoras compram a energia de Itaipu, que é cotada em dólar. Com a desvalorização da moeda americana, ela ficou mais barata.

Além disso, o índice que corrige os contratos de energia, o IGP-M, teve queda nos últimos meses - o que vai se refletir na inflação do futuro, diz o coordenador da pesquisa de preços da USP.

"Isso é muito bom porque esse é um dos grandes itens de pressão sobre os índices de preço ao consumidor", aponta Paulo Pichetti, coordenador da Fipe.