



Facticidade e Validade na Construção do Discurso Jornalístico da Rádio Folha.¹

Clarissa Rodrigues FALBO²; Heitor Costa Lima da ROCHA³

Universidade Católica de Pernambuco, Recife, PE

Resumo

O presente trabalho busca verificar o grau de racionalidade pretendido na produção das notícias políticas do radiojornal *Folha Notícias (Rádio Folha FM)* e o nível presumido de consciência crítica do seu público-ouvinte. O conteúdo noticioso foi examinado na perspectiva da Teoria da Ação Comunicativa de Jürgen Habermas, por meio da dicotomia Facticidade/Validade. Argumentos dotados de validade são baseados na lógica, atingíveis pelo consenso social. Posicionamentos caracterizados pela Facticidade baseiam-se em pretensões de poder que vão determinar o direcionamento opinativo pela força. A estrutura argumentativa das notícias classificada segundo esses critérios determina em que medida o veículo presume o grau de apreciação crítica dos receptores a partir do material noticioso que lhes oferece.

Palavras-chave

Comunicação; Teorias do Jornalismo; Ciências Políticas.

Introdução

O presente estudo propõe-se ao exame da influência exercida através das informações veiculadas na sessão política do radiojornal *Folha Notícias – transmitido Rádio Folha (FM 96,7)* – sob a construção da consciência crítica e conseguinte estímulo ao exercício da cidadania por parte do público-ouvinte deste noticiário. Para a consecução do intento, partiu-se da perspectiva da *análise do discurso*, utilizando-se, enquanto marco teórico, a Teoria da Ação Comunicativa e a dicotomia argumentativa validade/facticidade estabelecida por Habermas.

Argumentos dotados de validade seriam aqueles sedimentados em premissas lógicas, atingíveis pelo consenso social e passíveis de validação através do confronto com contra-argumentos que igualmente detenham validade. Já nos argumentos caracterizados pela facticidade, a pretensão lógica cede lugar à demonstração de poder, a qual irá determinar o direcionamento opinativo não pela razão, mas pela força.

¹ Trabalho apresentado na Sessão Comunicação Audiovisual - Rádio, da Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Estudante do 4º período da Graduação em Comunicação Social/ Habilitação em Jornalismo do Centro de Ciências Sociais da Universidade Católica de Pernambuco; E-mail: clarissafalbo@gmail.com

³ Orientador do trabalho e Professor do Curso de Comunicação Social/ Habilitação em Jornalismo do Centro de Ciências Sociais da Universidade Católica de Pernambuco; E-mail: heitor@nlink.com.br



Habermas diferencia facticidade e validade a partir do modo de ação discursiva dos atores sociais orientados por estas duas possibilidades argumentativas:

“Para atores orientados pelo o sucesso todos os componentes da situação transformam-se em fatos, que eles valorizam à luz de suas próprias preferências, ao passo que os que agem orientados pelo entendimento dependem de uma compreensão da situação, negociada em comum, passando a interpretar fatos relevantes à luz de pretensões de validade reconhecidas intersubjetivamente.”(HABERMAS, 1997, p. 47)

A função social dos meios de comunicação não está restrita ao ato de manter os indivíduos informados acerca dos acontecimentos; a mídia e seus veículos são antes instrumentos para a construção de sentidos e interpretações dos fatos. Hall entende que os aparelhos midiáticos, ao passo que transmitem os acontecimentos, já definem o modo de como tais acontecimentos devem ser entendidos pelas pessoas:

“Os *mídia* definem para a maioria da população os acontecimentos significativos que estão a ter lugar, mas também oferecem interpretações poderosas acerca da forma de compreender estes acontecimentos. Implícitas nessas interpretações estão as orientações relativas aos acontecimentos e pessoas ou grupos nelas envolvidos.” (HALL et al., 1999, p. 228)

Ao considerar a realidade como ente em processo perene de construção através de estruturas sociais, as quais, por seu turno, também se criam e se modificam ao longo de tal processo, e não como um dado completo e acabado em si, percebe-se a fundamental importância da mídia enquanto mecanismo de elaboração, reprodução e transformação da realidade. Hackett considera que o mundo social e político não é uma realidade predeterminada e “dura” que os *mídia* refletem, considerando a necessidade daquele ser constituído socialmente. Para o estudioso, “longe de serem observadores desligados, os *mídia* ajudam ativamente a construir este mundo.” (HACKETT, 1999, p. 107)

A realidade, então, não seria algo naturalizado e imutável, mas a conformação de um construir coletivo, do qual poderiam e deveriam tomar parte todos os indivíduos que compõem a malha social e sobre o qual a mídia exerce significativa influência. Este processo coletivo de construção é instrumentalizado por ações cognitivas a serem procedidas por cada participante social, conforme enuncia Landowski:

“Semioticamente falando, porém, nada do que vai nos reter é dado *a priori*, nem a existência de um ‘campo social’, nem a realidade das ‘relações sociais’. Tudo o que faz sentido é construído e, por conseguinte, pressupõe



um *fazer* de ordem ‘cognitiva’, remetendo, nos sujeitos, ao que chamaremos sua ‘competência semiótica.’” (LANDOWSKI, 1992, p. 11)

Tal “Competência semiótica” é estabelecida, assim, a partir de idéias e de idéias compartilhadas, as quais constituem o que convencionou-se chamar de realidade. As idéias e os valores sociais a que estão atreladas findam por determinar, segundo Jessé Souza, a maneira de avaliar a realidade constituída, à medida que definem e diferenciam o importante do secundário, entranhando-se no cotidiano e nas práticas sociais e direcionando comportamentos individuais e coletivos. Souza pondera que, no tocante à reflexão metódica sobre o papel das idéias, existiriam basicamente duas atitudes coerentes:

“(…) podemos deixá-las irrefletidas e inconscientes – e essa é a atitude predominante não só do senso comum, mas da imensa maioria das abordagens científicas – ou enfrentarmos o difícil desafio de torná-las refletidas e conscientes de modo a perceber a influência delas na nossa vida.” (SOUZA, 2000, p. 160)

É a segunda atitude considerada por Souza que norteia este estudo; um esforço analítico para a reflexão acerca da maneira pela qual as idéias/mensagens transmitidas pela mídia corroboram para intermediar o processo de construção do real. Não se pode mais considerar que os meios de comunicação restringem-se tão somente a refletir a realidade como um espelho. Existe, segundo Hall, um complexo processo de escolha dos acontecimentos a serem noticiados, conforme categorias constituídas socialmente:

“Os *mídia* não relatam simplesmente de uma forma transparente acontecimentos que são só por si ‘naturalmente’ noticiáveis. ‘As notícias’ são o produto final de um processo complexo que se inicia numa escolha e seleção sistemática de acontecimentos e tópicos de acordo com um conjunto de categorias socialmente construídas”. (HALL et al., 1999, p. 224)

Para entender a forma como tal processo desenvolve-se, quais os agentes sociais nele efetivamente envolvidos e que interesses promove, esta análise centrou foco no conteúdo noticioso, produto final do processamento midiático e resultado da ação de numerosas forças sociais. Ainda para Hall, as notícias não seriam “criadas” pelos veículos da mídia, nem estariam limitadas a transmitir a ideologia da “classe dominante” por meio de um complô conspiratório:

“Na verdade, sugerimos que, num sentido crítico, os *mídia* não são freqüentemente os *primary definers* de acontecimentos noticiosos; mas a sua relação estruturada com o poder tem o efeito de os fazer representar não um



papel crucial mas secundário, ao reproduzir as definições daqueles que têm acesso privilegiado, como de direito, aos *mídia* como ‘fontes acreditadas’. Nesta perspectiva, no momento da produção jornalística, os *mídia* colocam-se numa posição de subordinação estruturada aos *primary definers*.” (HALL et al., 1999,p. 230)

A mídia não seria, então, o definidor primário das informações, mas antes o agente intermediador através do qual categorias sociais diversas, dotadas efetivamente de poder, veiculariam sua interpretação dos acontecimentos. Averiguar quais categorias ocupam a posição de definidores primários a partir da observação do conteúdo noticioso é também ponto fulcral deste estudo. A notícia é a enunciação discursiva estabelecida de acordo com os interesses destes definidores primários, elemento de suma importância, posto que entra em contato direto com os indivíduos, ajudando a conformar a opinião pública.

É no ato comunicativo que se estabelecem os mecanismos de influência e conformação da opinião pública e conseqüente construção do real. A mídia é orientada a transmitir as interpretações convenientes aos definidores primários detentores do poder através da utilização do que Charaudeau chamou “estratégias discursivas”:

“Comunicar, informar, tudo é escolha. Não somente escolha de conteúdos a transmitir, não somente escolha das formas adequadas para estar de acordo com as normas do bem falar e ter clareza, mas escolhas de efeitos de sentido para influenciar o outro, isto é, no fim das contas, escolha de *estratégias discursivas*.” (CHARAUDEAU , 2006, p. 39)

Neste contexto, a radiodifusão apresenta-se enquanto *corpus* ideal para o exame destes mecanismos na efetivação prática, devido à abrangência e alcance de que dispõe. Segundo Gisela Swetlana Ortriwano, o rádio seria indubitavelmente o veículo de comunicação de massa mais popular e de maior alcance público não só no Brasil, como em todo o mundo, constituindo-se, muitas vezes, no único a levar informação para populações das vastas regiões que não têm acesso a outros meios, seja por motivos geográficos, econômicos ou culturais.” (ORTRIWANO , 1985, p. 78)

São os atributos físicos e técnicos do veículo que o tornam sobremaneira aceitável pelas camadas populares e que possibilitam sua ampla penetração nas áreas mais distantes. A linguagem oral utilizada para transmitir a informação, a mobilidade do aparelho receptor, como também seu baixo custo representam algumas das características responsáveis pela larga popularização do meio, o qual sagrou-se veículo eminentemente voltado para as massas.



Maria Cristina Matta vislumbra no rádio um espaço onde ainda se preserva a luta pelo consenso, onde estão presentes, mesmo que de maneira desigual, as ofertas de sentido realizadas a partir do poder e as demandas provenientes dos setores subalternos. Tais peculiaridades permitiriam, assim, o restabelecimento da relevância analítica do rádio. Para a autora:

“(...) a relevância analítica a um meio como o rádio – desprestigiado desde outras perspectivas, não só por ser estatisticamente um meio de grande consumo em nível popular, se não porque, em sua competitiva relação com a televisão, ele deve ter se redefinido, ganhando um novo posto: não o de aparato que ‘convoca a ser ouvido’, mas, melhor, o que se ‘ajusta ao ouvinte’, o de meio que se deixa reger pela cotidianidade de seus receptores, definindo-se como acompanhante e criado.” (MATTA, 2005, p. 272)

A redefinição do veículo - de seus conteúdos e formatos, determinada pela concorrência com meios diversos dotados de maior grau tecnológico, findou por robustecer o impacto por ele produzido junto às camadas populares, sobretudo nos países em vias de desenvolvimento, cujos povos ainda não consolidaram cultura letrada sólida o suficiente para minimizar os efeitos do meio radiofônico. É Marshall McLuhan quem analisa o efeito explosivo do rádio sobre comunidades que ainda não assimilaram completamente “as letras”:

“As sociedades altamente letradas, que há muito subordinaram a vida familiar à ênfase individualista nos negócios e na política, têm conseguido absorver e neutralizar a implosão do rádio sem revolução. Mas o mesmo não acontece com as comunidades que ainda não possuem senão uma breve e superficial experiência de cultura letrada. Para estes, o rádio é absolutamente explosivo.” (McLUHAN, 2005, p. 145)

A margem de influencia exercida através do rádio, então, seria estabelecida de forma profunda, com lastro não apenas em fatores técnicos e racionais, mas também sedimentada por caracteres sensório-auditivos, lingüísticos e não-lingüísticos, componentes do processo intersubjetivo de construção de sentidos. Ricardo Haye enumera os elementos sensoriais presentes no discurso radiofônico, os quais corroboram para o intercâmbio e a negociação de sentidos entre sujeitos:

“Pode-se dizer, assim, que o discurso radiofônico é uma totalidade significativa (conteúdos + formas), apoiada exclusivamente em elementos sensoriais de caráter auditivo, distribuídos em séries informacionais lingüísticas, para-lingüísticas e não-lingüísticas e articuladas em audições e horários, tal como estabelece sua infra-estrutura material-temporal. E também que esse todo de significação constrói uma relação de inter-câmbio e negociação de sentidos entre sujeitos.” (HAYE, 2005, p.349)



O rádio, então, afeta as pessoas de forma direta, oferecendo, além da mensagem decifrável racionalmente, um sem-número de dados comunicativos não-expressos, o que faz do contato com este veículo uma experiência particular. McLuhan considera que as profundidades subliminares do rádio estão carregadas de ecos ressoantes, metáfora das antigas trombetas e tambores tribais. Para ele, tal circunstância seria “inerente à própria natureza deste meio, com seu poder de transformar a psique e a sociedade numa única câmara de eco.” (McLUHAN, 2005, p.145)

Foram estas peculiaridades do rádio enquanto meio de comunicação de massa, que determinaram sua imediata incorporação ao instrumental das estruturas políticas controladas pelos agentes detentores do poder. Largamente utilizado para a deflagração de ideologias e doutrinas, o veículo passou, segundo Maria Cristina Matta, a promover rupturas entre as representações radiofônicas do popular e o modo como se pensavam os setores populares. A autora entende que tais setores, excluídos do discurso radiofônico como sujeitos políticos e produtivos, tendem à pretensão de universalizar modos de vida e atitudes próprias de outros setores sociais, em detrimento de suas condições particulares.

Matta infere ainda que a classe popular reconhece “ seu caráter de setor utilizado por outros para exercer pressão, legitimar-se social e politicamente, vender informação.” (MATTA, 2005, p. 273) Assim, as camadas populares vislumbrariam no rádio “ a ilusão de um intercâmbio entre iguais” (MATTA, 2005, p. 274), o qual não é obtido mediante outros aparatos de representação social, muito menos através do veículo radiofônico, conforme se restará comprovado neste estudo.

Resultados e Discussão

Esta pesquisa aplicará os conceitos de validade e factividade para determinar a natureza dos argumentos apresentados ao público-ouvinte do rádio-noticiário *Folha Notícias* e, por conseguinte, descobrir em que intensidade o veículo presume o grau de apreciação crítica de seus receptores; presunção esta esboçada no tipo de discurso oferecido através das notícias de cunho político-institucional. Conforme se observe válido ou esvaziado de sentido pela influencia dos meios de controle sistêmicos dinheiro e poder, no conteúdo noticioso, poder-se-á, ainda, inferir o nível de estímulo, promovido



pela emissora, ao exercício da cidadania por meio do impulso à participação do público no debate político.

Foram recolhidas gravações do programa Folha Notícias, transmitido pela Rádio Folha, durante os meses de agosto / setembro de 2007 e março / abril de 2008 para análise das notícias de polícia institucional veiculadas. Ficha de Registro padrão foi elaborada para a apreensão das 06 (seis) variáveis a serem observadas e quantificadas, devendo o examinador, ao ouvir a transmissão da notícia veiculada, proceder ao preenchimento da ficha correspondente.

As variáveis examinadas foram o veículo em que foi transmitida a notícia; o ano da veiculação da mesma; o tipo de notícia - se passível ou não de controvérsia significativa; o tipo de argumento utilizado no discurso noticioso - se baseado na facticidade ou na validade; o número de versões apresentadas; dados referentes ao conteúdo da notícia, divididos nos seguintes subitens: fonte, a qual se atribuiu a informação; ator, sujeito da ação noticiada; nível da cobertura jornalística apresentado e posicionamento do discurso, se governista ou oposicionista. Registrou-se, ainda, o enquadramento de governo e oposição determinado por cada discurso noticioso analisado.

A coleta de dados procedida resultou no registro, análise, quantificação e apreciação qualitativa de 242 notícias transmitidas na sessão política do programa *Folha Notícias*. Em 94 (noventa e quatro) edições do noticiário, veiculadas durante os meses de agosto e setembro de 2007 e março e abril de 2008, pela *Rádio Folha (FM 96,7)*, foi possível a observação de processo de construção da realidade, do debate político e da formação da opinião pública na cidade do Recife, por intermédio deste veículo.

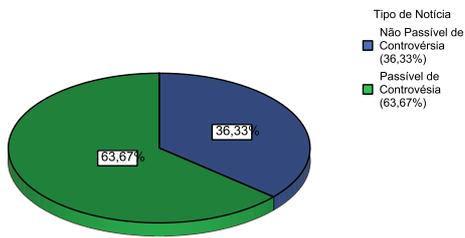
Após o registro, procedeu-se ao entabulamento dos dados coletados no aplicativo Package for the Social Sciences – SPSS, software escolhido para análise dos dados. Para Isabel Ferin Cunha, O SPSS seria o aplicativo de tratamento de dados ideal para pesquisas na área de comunicação social, posto que “(...) não obstante a natureza quantitativa dos dados obtidos, a sua base é qualitativa na medida em que resulta de uma construção teórica do pesquisador, materializada na construção das variáveis” (CUNHA in LAGO e BENETTI, 2007, p. 170). Através de gráficos gerados pelo aplicativo, foi possível chegar-se às observações apresentadas neste trabalho.



01

Tipo de Notícia

Passível ou não de Controvérsia Significativa

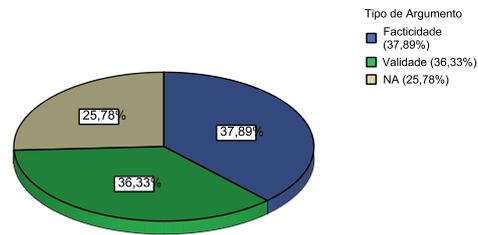


Folha Notícias - Rádio Folha PE
Dados 2007 / 2008

02

Tipo de Argumento

Facticidade, Validade ou NA

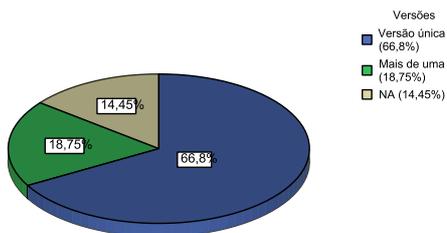


Folha Notícias - Rádio Folha PE
Dados 2007 / 2008

03

Versões

Versão única, mais de uma versão ou NA

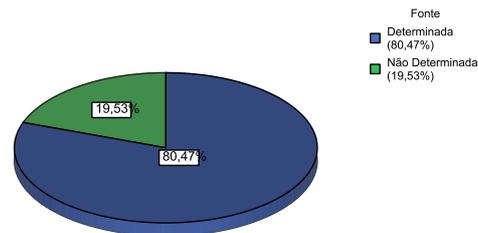


Folha Notícias - Rádio Folha PE
Dados 2007 / 2008

04

Fonte

Determinada ou Não-determinada

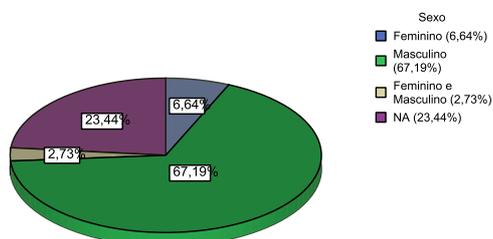


Folha Notícias - Rádio Folha PE
Dados 2007 / 2008

05

Sexo da Fonte

Masculino, Feminino ou NA

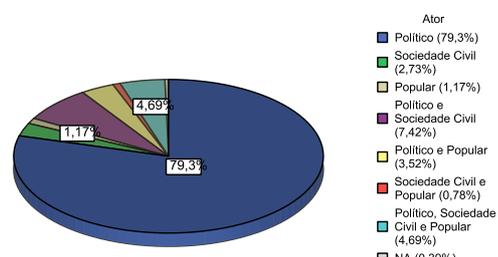


Folha Notícias - Rádio Folha PE
Dados 2007 / 2008

06

Ator

Político, Sociedade Civil, Popular ou NA



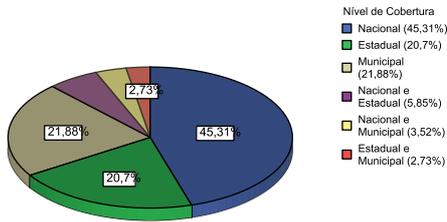
Folha Notícias - Rádio Folha PE
Dados 2007 / 2008



07

Nível de Cobertura

Nacional, Estadual ou Municipal

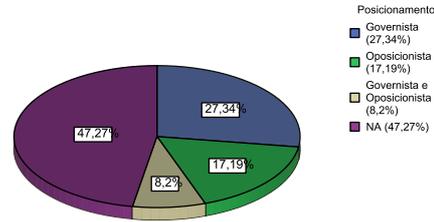


Folha Notícias - Rádio Folha PE
Dados 2007 / 2008

08

Posicionamento

Governista, Opositorista ou NA

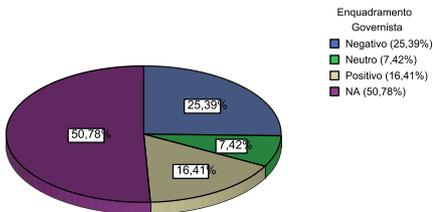


Folha Notícias - Rádio Folha PE
Dados 2007 / 2008

09

Enquadramento do Governo

Negativo, Positivo, Neutro ou NA

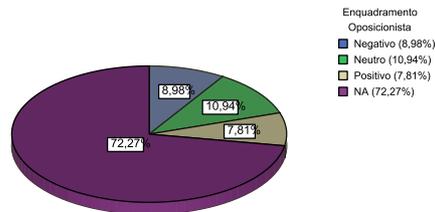


Folha Notícias - Rádio Folha PE
Dados 2007 / 2008

10

Enquadramento da Oposição

Negativo, Positivo, Neutro ou NA



Folha Notícias - Rádio Folha PE
Dados 2007 / 2008

A primeira variável a ser considerada é indicada pela rotulação “Tipo de Notícia”. Por intermédio da quantificação das duas freqüências estabelecidas para esta variável (notícias passíveis ou não passíveis de controvérsia significativa), objetivou-se qualificar o nível em que o debate político é estimulado pelo conteúdo noticioso oferecido ao público do radiojornal em exame.

O percentual de notícias passíveis de controvérsia significativa ultrapassa em muito o das notícias da categoria oposta, fato que, considerado isoladamente, poderia representar o fomento à discussão, suscitada pela controvérsia presente nas informações oferecidas. Todavia, o dado tem de ser analisado de forma holística. A apreciação combinada desta variável com as categorias “Tipo de Argumento” e “Versões” comprovará que tal conclusão não se sustenta mediante o aprofundamento da análise.



A segunda variável examinada é denominada “Tipo de Argumento”. O conteúdo do discurso noticioso é classificado aqui conforme sejam os argumentos que o compõem dotados de Validade ou Facticidade. Por meio desta quantificação, pretendeu-se observar em que medida está a qualidade discursiva do debate apresentado; se as notícias representam impulso ao uso da lógica e racionalidade para a compreensão das informações oferecidas, ou se tais informações são meramente assimiladas pelos receptores por temor ou submissão.

A maior incidência de argumentos classificados pela Facticidade, combinada com o percentual considerável de argumentos, em cujo conteúdo não cabe a análise qualitativa Validade/Facticidade, demonstra que, apesar das notícias serem passíveis de significativa controvérsia, os argumentos utilizados para dirimir tal controvérsia não podem ser apreciados racionalmente, senão acatados por imposição de força e poder. O estímulo à criticidade é apenas efetivado quando as informações oferecidas estão lastreadas por argumentação válida e passível de debate mediante contra-argumentos, os quais, inclusive, devem constar do *corpus* noticioso (*vide* análise da variável “Versão”).

Acerca da fatia de argumentos, aos quais não se aplica a dicotomia Validade/Facticidade (**freqüência N.A.**), faz-se pertinente esclarecimento. Notícias formuladas por argumentos meramente explicativos não corroboram para o aumento do grau de qualidade do debate político por não exigirem, em primeira instância, posicionamento cognitivo do receptor. Enunciados desta qualidade reservam ao público atitude de assimilação passiva do conteúdo “explicado”. Tais notícias podem, outrassim, camuflar pretensões de força e poder em enunciados aparentemente “didáticos”.

A qualidade do debate é relegada a segundo plano em benefício do discurso monolítico que a classe detentora do poder deseja veicular, amplificado pela mídia. A prevalência de Facticidade nas notícias colabora para o processo através do qual “A esfera pública se torna uma corte perante cujo público o prestígio é encenado – ao invés de nele desenvolver-se a crítica.” (HABERMAS, 1984, p. 235)

O rótulo “Versões” distingue a terceira variável observada, a qual se presta à quantificação das versões apresentadas para o embasamento de cada informação transmitida. O resultado do exame desta variável combina-se com as análises das classes anteriores para se qualificar o nível do debate político estabelecido e a gradação do estímulo à crítica. Impressiona a margem percentual das notícias que trazem versão



única dos acontecimentos transmitidos, uma vez que, quando estudada a variável “Tipo de Notícia”, a percentagem de notícias passíveis de controvérsia significativa mostrou-se prevalente. Ora, se a maioria das notícias é, por natureza, controversa, porque não ilustrá-las com versão e contraversão dos fatos noticiados, conferindo ao discurso Validade?

A análise das fontes é instrumentalizada por meio da quarta e quinta variáveis tratadas nesta pesquisa, sob a rotulação “Fontes” e “Sexo das Fontes” respectivamente. Tuchman observa que os jornalistas utilizam opiniões de outras pessoas como prova suplementar, acreditando que, ao inserir a opinião de alguém, eles deixam de participar na notícia, permitindo que os fatos falem por si. Entretanto, ao adicionar citações do discurso dos outros, “o repórter pode tirar as suas opiniões da notícia, conseguindo que outros digam o que ele próprio pensa.” (TUCHMAN, 1999, p. 82)

Houve, por parte do veículo observado, preocupação em creditar e identificar as fontes de informação, o que se confirma pela análise do **gráfico 04**, no qual a margem percentual de fontes determinadas ultrapassa a percentagem de incidência de fontes não-determinadas. Stuart Hall considera que a necessidade de assegurar que as informações dos *média* tenham fundamento em afirmações “objetivas” e “autorizadas” leva à prática do apelo às fontes ditas “dignas de crédito”. Isto significa o recurso constante a representantes dignos de crédito de instituições sociais importantes, tais como “membros de parlamento para assuntos políticos, patrões e dirigentes sindicais para questões industriais, etc.” (HALL et al., 1999, p. 229). A escolha das fontes seria, na verdade, mecanismo de transmissão da ideologia dominante e promotor da reprodução social.

No **gráfico 05**, cabe observar a disparidade entre os talhos correspondentes às fontes do gênero masculino e feminino - quando esta classificação é pertinente. A informação é majoritariamente advinda de fontes masculinas, em detrimento das femininas, demonstrando que o ranço machista e paternalista ainda está presentes na dinâmica social do nordeste brasileiro.

A sexta variável estudada serve à determinação dos atores, sujeitos das ações noticiadas, conforme **gráfico 06**. A estatística mostra os agentes políticos protagonizado a maioria das ações noticiadas, enquanto os membros da sociedade civil ocupam lugar



coadjuvante na cena social e aos populares é relegada a condição de meros figurantes. Habermas observa que a esfera pública assume, neste diapasão, funções de propaganda: “Quanto mais ela pode ser utilizada como meio de influir política e economicamente, tanto mais apolítica ela se torna no todo e tanto mais aparenta estar privatizada.” (HABERMAS, 1984, p. 207 e 208)

Para Luiz Beltrão, o debate político é interdito às classes populares, visto estarem essas “privadas dos meios e veículos de maior extensão, mas de manejo reservado às camadas privilegiadas.” (BELTRÃO, 2002, p. 62) Habermas acredita que a imprensa se torna manipulável à medida que se comercializa:

“Desde que a venda da parte redacional está em correlação com a venda da parte dos anúncios, a imprensa, que até então fora instituição de pessoas privadas enquanto público, torna-se instituição de determinados membros do público enquanto pessoas privadas – ou seja, pórtico de entrada de privilegiados interesses privados na esfera pública.” (HABERMAS, 1984, pp.217 e 218)

O “Nível da Cobertura” é a sétima variável mensurada, fornecendo em detalhes quantificados a divisão temática das notícias, conforme o posicionamento espacial dos acontecimentos e a localização geográfica do público por eles interessado. O prevailecimento de notícias voltadas à cobertura nacional aponta para a desregionalização do noticiário político. Na segunda etapa da pesquisa (março e abril de 2008), verificou-se a polarização ao noticiário municipal em detrimento do estadual. Tal fato foi reflexo da agenda eleitoral pela proximidade temporal ao escrutínio da Prefeitura e conseqüente especulação política e noticiosa em torno do pleito.

A oitava variável apreciada recebe a denominação “Posicionamento” e tem por escopo averiguar o espaço cedido, no conteúdo noticioso apresentado, ao governo ou à oposição. Segundo Hackett, a parcialidade noticiosa apresenta dois momentos não inteiramente consistentes: “Um é a falta de equilíbrio entre pontos de vista concorrentes; o outro é a ‘distorção’ tendenciosa e partidária da ‘realidade’.” (HACKETT, 1999, p. 103). Nesse contexto, o exame do posicionamento revela-se de suma valia para observar pormenorizadamente tais momentos.

Do recorte, pode se inferir que o veículo, na maior parte dos casos examinados, eximiu-se de estruturar o discurso, cedendo espaço, exclusivo ou compartilhado, a quaisquer hemisférios políticos. Ao comparar, porém, percentuais nos quais o posicionamento delineou-se governista ou oposicionista, nota-se que o fiel



pende à Situação. Foi apenas na porção de menor expressão do **gráfico 08** que se vislumbrou o posicionamento ideal, condição mínima para se cogitar qualquer pretensão de “objetividade”, em que tanto governo quanto oposição gozam de espaço argumentativo no discurso noticiado.

Em verdade, crer na existência de um “grau zero” das informações, no qual o balanço do jogo de interesses encontraria total equilíbrio, é postura ingênua e imprópria. Para Charaudeau: “As únicas informações que se aproximam do grau zero, entendido este como ausência de todo implícito e de todo valor de crença, o que seria característico da informação puramente factual, são aquelas que se encontram nas páginas de anúncios dos jornais” (CHARAUDEAU, 2006, p. 59).

Assim, interpretação diversa poderia ser conferida à conformação das frequências na variável “posicionamento”, quando, a partir das considerações de Charaudeau quanto à combinação das lógicas econômica e simbólica, passa-se a perceber o posicionamento argumentativo enquanto canal cedido pelo veículo à propaganda política dos partidos governistas e oposicionistas. O noticiário radiofônico poderia ser visto, então, como um espaço publicitário reservado à propaganda comercial política, a qual estaria exposta a esfera pública. Habermas assim qualifica esta modalidade publicitária:

“(...) propaganda mais que apenas comercial – já porque ela por si representa o fator mais importante nos cálculos econômico-empresariais dos jornais e revistas, também dos novos mídias, à medida que eles trabalham numa base comercial. No entanto, só na prática das *public relations* é que o anúncio econômico chega a ter consciência deste seu caráter político.” (HABERMAS, 1984, p. 226)

Os enquadramentos conferidos a governo e oposição através do discurso noticioso transmitido pelo radiojornal escolhido são a última classe deste estudo. O exame do **gráfico 09** aponta para a supremacia do enquadramento negativo do Governo. A análise do **gráfico 10**, por seu turno, sinaliza menor nível de rigor por parte do veículo estudado para com a oposição, uma vez que a frequência de enquadramentos neutros desta supera a de negativos. Todavia, o fato da seção referente às notícias em que não se aplica a classificação por enquadramentos (**frequência N.A.**) exceder as demais porções, nas quais a variável “Enquadramento” é mensurável, configuraria a postura do noticiário de tentar não se comprometer com qualquer pólo da disputa política.



Conclusão

Por meio do presente trabalho, verifica-se a superioridade quantitativa de argumentos de força e poder (Facticidade) na estrutura das notícias veiculadas pelo radiojornal estudado. Tal análise nos leva a concluir que a emissora pressupõe baixo o grau de criticidade de seu público-ouvinte, não oferecendo uma diversidade significativa de versões sobre os assuntos tratados, de maneira a estimular o debate político e o exercício da cidadania, por meio dos conteúdos noticiados. O desenvolvimento da consciência crítica dos receptores, por conseguinte, não é impulsionado de forma satisfatória pelo veículo observado.

Apesar do alto percentual de notícias passíveis de controvérsia significativa, a simples ocorrência de matérias que não suscitam discussão já evidencia uma função naturalizadora do jornalismo, ao apresentar a realidade social como um dado da natureza e não um produto humano. Assim, não se pode inferir que o debate seja estimulado, uma vez que os argumentos apresentados são, em sua maioria, baseados em coações externas ao discernimento (facticidade) e o número de notícias nas quais se apresenta versão única dos fatos supera o das notícias que trazem mais de uma versão.

Enquanto a maior incidência de fontes determinadas denota a tentativa de assegurar uma postura objetiva por parte do veículo (tentativa esta que não assegura, apenas condiciona o alcance da objetividade), a superioridade de fontes oficiais da estrutura de poder do aparelho de estado e das grandes corporações do mercado evidencia o alinhamento com a ordem estabelecida. Da mesma maneira, a grande incidência de fontes masculinas comprova os resquícios de machismo na organização político-midiática da sociedade pernambucana. A participação minimizada de atores advindos das camadas populares e da sociedade civil no noticiário, por seu turno, aponta para a tentativa de exclusão dessas personagens da esfera pública refletida e reiterada pela mídia.

O pequeno número de matérias em que são contrapostos os argumentos e posicionamentos do Governo e da Oposição corrobora a idéia de que a produção jornalística esvazia sistematicamente o debate, para garantir a autonomização dos detentores de mandatos. Nesta questão, não se pode desprezar a possibilidade de uma ação intencional para desautorizar a esfera pública e o que ela representa de potencial de empoderamento da sociedade (os representados) na sua relação com os representantes políticos.



Conclui-se, pois, que o noticiário radiofônico estudado é utilizado como espaço publicitário para o jogo político estabelecido entre Governo e Oposição e não como fórum de fomento à cidadania e ao debate político validado pela racionalidade.

REFERÊNCIAS

BELTRÃO, L. *Folkcomunicação: um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressões de idéias*. Laguna: EDPUCRS, 2002.

CHARAUDEAU, P. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2006.

_____. *Problemas de análises das mídias*. In: MEDITSCH, E. (org.). **Teorias do Rádio: textos e contextos**. Santa Catarina: Editora Insular, vol. I. 2005.

CUNHA, I. F. *O SPSS e os estudos sobre os media e o jornalismo*. In: LAGO, Cláudia; BENETTI, Marcia. (Org.) *Metodologia de Pesquisa em Jornalismo*. Petrópolis: Editora Vozes, 2007.

HABERMAS, J. *Direito e democracia: entre facticidade e validade*. Rio de Janeiro: Edições Tempo Brasileiro, vol. I-II, 1997.

_____. *Mudança estrutural da esfera pública: Investigação quanto a uma categoria da sociedade burguesa*. 1. . Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.

HACKETT, R. *Declínio de um paradigma?: A Parcialidade e a Objectividade nos estudos dos medias noticiosos*. In: TRAQUINA, Nelson. *Jornalismo: questões, teorias e “estórias”*. Lisboa: Vega Editora, 1999.

HALL, S. et al. *A produção social das notícias: o “mugging” nos media*. In: TRAQUINA, Nelson. *Jornalismo: questões, teorias e “estórias”*. Lisboa: Vega Editora, 1999.

HAYE, R. *Sobre o discurso radiofônico*. In: MEDITSCH, E. (org.). **Teorias do Rádio: textos e contextos**. Santa Catarina: Editora Insular, vol. I. 2005.

LANDOWSKI, E. *A sociedade refletida: ensaios de sociossemiótica*. São Paulo: EDUC/ Pontes, 1992.

MATTA, M. C. *Rádio: memórias da recepção: aproximação à identidade dos setor populares*. In: MEDITSCH, E. (org.). **Teorias do Rádio: textos e contextos**. Santa Catarina: Editora Insular, vol. I. 2005.

McLUHAN, M. *Rádio: o tambor tribal*. In: MEDITSCH, E. (org.). **Teorias do Rádio: textos e contextos**. Santa Catarina: Editora Insular, vol. I. 2005.



ORTRIWANO, G. S. **A Informação no Rádio: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos**. 4 ed. São Paulo: Summus Editorial, 1985.

SOUZA, J. **A Modernidade Seletiva**. Brasília: Ed. Universidade de Brasília, 2000.

TUCHMAN, G. *A Objetividade como ritual estratégico: uma análise das noções de objetividade dos jornalistas*. In: TRAQUINA, Nelson. *Jornalismo: questões, teorias e “estórias”*. Lisboa: Vega Editora, 1999.