

Jornalismo de Ideologia: Uma Análise do Posicionamento do Jornal Gazeta do Povo na Abordagem do Projeto Tudo Aqui Paraná¹

João LEMOS²

Elza Aparecida de OLIVEIRA FILHA³

Universidade Positivo, Curitiba, PR

Resumo

O objetivo do texto é proporcionar uma reflexão sobre a necessidade de encarar o jornalismo como uma atividade na qual são manifestadas ideologias, valores e opiniões e não como um trabalho mecânico de simplesmente “reproduzir” a realidade. Conforme fica comprovado nas análises que aqui se faz a respeito do jornal paranaense *Gazeta do Povo*, o relato “objetivo”, “neutro” e “imparcial” é algo que não existe no jornalismo, embora sejam, contraditoriamente, conceitos defendidos pelos próprios veículos de comunicação. O jornalismo, fazendo jus ao trabalho crítico, ideológico e combativo que lhe deu origem há mais de três séculos, continua tendo o papel de informar os cidadãos pautado no compromisso de garantir-lhes um material que defende, honesta e claramente, determinado ponto de vista sobre os fenômenos sociais.

Palavras-chave: jornalismo; ideologia; objetividade; imparcialidade; privatização.

1. Introdução

Este artigo pretende demonstrar a maneira como o jornalismo não está livre da manifestação de ideologias como se pensa. Pelo contrário; ele é um campo fértil para aqueles que desejam compartilhar paixões e posicionamentos acerca de fatos sociais. Os resultados obtidos a partir da análise de doze matérias produzidas pelo jornal paranaense *Gazeta do Povo* sobre a possibilidade de aplicação da primeira Parceria Público-Privada (PPP) no Estado – o projeto Tudo Aqui Paraná - são comprovadores de que até mesmo um veículo que sempre afirmou ser imparcial encontra maneiras de exprimir suas aspirações.

Antes de chegar a esse ponto, o trabalho faz um breve panorama da metamorfose que o jornalismo sofreu ao longo dos séculos, desde a sua consolidação no período da

¹ Trabalho apresentado à Área 1, Jornalismo, do Intercom Junior, IX Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Acadêmico do Curso de Jornalismo da Universidade Positivo (UP), e-mail: joao.angelo@hotmail.com ou jangelo@up.com.br.

³ Professora orientadora do trabalho. Doutora em Ciências da Comunicação pela Unisinos (2006), mestre em Sociologia pela UFPR (2002), professora do curso de Jornalismo da Universidade Positivo (Curitiba/PR), ex-coordenadora do GT Jornalismo Impresso da Intercom (2009 a 2012).

Revolução Francesa, marcado pelo partidarismo escancarado, até o contorcionismo do impresso para sobreviver a uma suposta crise da imprensa escrita.

A partir daí, procurou-se determinar as principais características do nosso objeto de estudo - a *Gazeta do Povo* - com base no resgate de suas primeiras manifestações, que constam do início do século passado. A tese de que a *Gazeta do Povo* poderia, mais adequadamente, ser chamada de *Gazeta da Elite* fica evidente já nessa etapa do estudo, antes mesmo da análise quantitativa, principalmente por revelar a relação de compadrio que sempre existiu entre os donos do jornal e a camada mais privilegiada da sociedade curitibana.

Mas foi por meio da leitura crítica das matérias sobre o projeto Tudo Aqui Paraná e da sua categorização sistemática que se pôde apontar com mais propriedade a simpatia que o jornal tem pela privatização, uma prática conservadora e elitista. Para tanto, foi realizado, por exemplo, um cálculo do número de caracteres por matéria, a fim de definir de que modo a *Gazeta* deu mais visibilidade a um fato favorável ao projeto do governo do Estado do que a um desfavorável.

Dessa mesma análise, também se concluiu que a defesa de uma linha editorial construída há anos não ocorreu de forma transparente, mas implícita em técnicas de edição e diagramação. Ou seja, disfarçadas de objetividade e equilíbrio, as produções da *Gazeta* nutriam suas aspirações originais.

Com isso, o artigo visa a ampliar as discussões sobre a falta de objetividade, neutralidade e imparcialidade no discurso jornalístico e o modo como essa realidade está articulada às práticas que iniciaram a profissão, há mais de 300 anos. O questionamento que resulta dessa breve análise, portanto, é o seguinte: o jornalismo não estaria errando ao classificar a isenção (e todas as definições que se aproximam dela, como as citadas acima) como o princípio norteador da atividade?

2. A origem ideológica do jornalismo

Ao longo da história do jornalismo, criou-se a ideia de que a produção de notícias acontece de forma objetiva e imparcial. Desde muito tempo, esses conceitos integram o conjunto de princípios básicos da profissão, defendidos, inclusive, por teóricos da área. Mas nem sempre foi assim. De acordo com Ciro Marcondes Filho, no livro *Jornalismo e*

Comunicação – A saga dos cães perdidos, o jornalismo praticado entre 1789 e 1830 era extremamente ideológico:

É a época da ebulição do jornalismo político-literário, em que as páginas impressas funcionam como caixa acústica de ressonância, programas político-partidários, plataformas de políticos, de todas as ideias. [...] É também característica do período a imprensa partidária, na qual os próprios jornalistas eram políticos e o jornal, seu porta-voz (MARCONDES FILHO, 2002, p. 11-12).

O momento histórico ao qual o autor se refere corresponde ao Primeiro Jornalismo, cujos valores dominantes eram a razão, a verdade, a transparência, o questionamento da autoridade, a crítica política e a confiança no progresso. Apesar de os jornais desse período não constituírem a primeira manifestação do jornalismo⁴, eles ainda eram produzidos de maneira muito autêntica, sem interferências externas, evidenciando que o coração do jornalismo não é a objetividade e a imparcialidade, mas a defesa de uma ideologia respaldada na responsabilidade social.

Isso é corroborado quando analisamos o contexto do nascimento do jornalismo. Durante a Revolução Francesa, momento em que ele foi sistematizado e consolidado, a sociedade agia para combater o absolutismo herdado da Idade Média e lutar pelos direitos dos cidadãos franceses. Desse modo, a origem da atividade jornalística, explica Marcondes Filho, “está associada também à ‘desconstrução’ do poder instituído em torno da Igreja e da Universidade” (MARCONDES FILHO, 2002, p.10). Ou seja, ao combate ao monopólio da informação.

Apesar disso, a busca por uma sociedade melhor nem sempre foi o objetivo central do trabalho dos profissionais da imprensa. A partir do Segundo Jornalismo (1830 a 1900), passou a ser explorada a ideia de neutralidade como estratégia de ampliação do público leitor, uma consequência da transformação do jornal em produto comercial.

A atividade que se iniciara com as discussões político-literárias aquecidas, emocionais, relativamente anárquicas, começava agora a se constituir como grande empresa capitalista: todo o romantismo da primeira fase será substituído por uma máquina de produção de notícias e de lucros com os jornais populares e sensacionalistas (MARCONDES FILHO, 2002, p. 13).

⁴ O primeiro periódico - *La Gazette* - foi fundado em 1631, por Théophraste Renaudot, na França. Sua publicação era semanal e continha anúncios de recrutamento e notícias de atualidade.

O auge do jornalismo de mercado se dá por volta de 1875, momento em que a publicidade se torna o sustentáculo das empresas jornalísticas, ocupando grande espaço nos periódicos em detrimento do conteúdo informativo. Alguns valores se mantêm, como a atualidade e o “furo de reportagem”, mas o grande filão do jornalismo passa a ser a imparcialidade e o entretenimento, em substituição ao espírito questionador de outrora.

O Terceiro Jornalismo, que vigorou de 1900 a 1960, acompanhou aquilo que Nietzsche chamava de decadência da modernidade e configurou o que Marcondes Filho classifica como “desintegração” e “enfraquecimento” da atividade. Aqui, o jornalismo passa a ser apenas um item a mais dentro dos grandes conglomerados, competindo com a indústria publicitária e de relações públicas. E a imparcialidade, é claro, continuou a ser entendida como o conceito que deveria nortear o processo de produção de notícias.

No último estágio de manifestação do jornalismo, que começa em 1970 e desemboca no presente, vigora o noticiário de persuasão, que se confunde com a propaganda, e a substituição de jornalistas por máquinas tecnológicas. Inicia-se a comunicação generalizada, em que

Os Estados, as grandes e pequenas empresas e as instituições passam a se equipar para promover, por si mesmas, a organização dos conteúdos que, depois, terão a mídia como passagem para então se massificarem. [...] Todos [os meios de comunicação] agora existem dentro de um campo maior, no qual a hegemonia é exercida pelas relações públicas generalizadas (BUCCI, 2000, p.194).

Apesar de essa nova realidade do trabalho do repórter ter alterado drasticamente a sua forma de produzir, há um elemento que continuou a ser cultuado pela categoria e também pela sociedade: a transparência. A ideia de que a notícia deve ser um relato fiel, isento e imparcial dos fatos não deixou de fazer parte do cotidiano das redações.

Mas, diante da concorrência com a televisão, o jornalismo impresso seguiu outro caminho: o da abordagem declaradamente analítica e opinativa dos fenômenos sociais. Essa mudança, no entanto, que parecia ser o resgate esperançoso da essência do jornalismo, em nada se aproxima da luta contra o poder organizada pelos progressistas da Revolução Francesa. Isso porque a adequação na forma de fabricar notícia tem muito mais a ver com a sobrevivência em um mercado cada vez mais competitivo do que com qualquer engajamento por uma sociedade melhor, como veremos adiante.

3. Gazeta do “Povo” ou da “Elite”?

O jornal paranaense *Gazeta do Povo* surgiu em um momento no qual, segundo a escala evolutiva do jornalismo⁵ a notícia firmou-se como um elemento mercadológico dentro das grandes corporações, tornando-se refém dos interesses das empresas e da publicidade. E, aqui, a imparcialidade continuou a ser cultuada. Prova disso é que, na primeira edição da *Gazeta do Povo*, posta para circular em 3 de fevereiro de 1919, havia uma grande preocupação em divulgar à população sua postura “independente” e “apolítica”.

Este jornal, como já declarou o seu diretor em boletim profusamente distribuído, é um jornal imparcial. Destina-se à defesa dos interesses gerais da sociedade, a chamar a atenção de todos e de cada um para os assuntos que, direta, ou indiretamente, nos interessam (*Gazeta do Povo*, 3 de fev. 1919, p.2 apud CORREIA DOS SANTOS, 2011, p. 27).

O “boletim profusamente distribuído” trata-se do manifesto de fundação da *Gazeta*, elaborado pelo advogado Benjamin Lins, um dos fundadores do jornal. Nesse documento, Lins ainda afirma que “não quer pertencer a nenhum dos grupos políticos que militam no Estado” e que “o jornal será escoimado de vícios políticos, viverá por si, de si, para o povo” (OLIVEIRA FILHA, 2007, p.38).

Mas, apesar de declarar-se livre de influências, a primeira publicação do diário trazia um texto claramente a favor da vitória do candidato Ruy Barbosa à Presidência da República, afirmando, entre outras coisas, que “ninguém o iguala em merecimentos” e que “ninguém é tão venerado pelas multidões e tem prestado a este país tão elevados serviços” quanto ele. Isso reforça a ideia de que, desde a sua origem, a *Gazeta do Povo* burla uma das tão proferidas regras principais do jornalismo, que é o de nunca tomar partido, e a sua própria lei de atuação, expressa no manifesto de Benjamim Lins.

Paradoxalmente, podemos dizer, portanto, que a *Gazeta* fez apenas aquilo que, como já vimos, está no cerne do jornalismo: a defesa de uma ideologia. Ao longo da sua história, ela construiu, por meio de uma linha editorial, um perfil explicitamente ligado à ala conservadora da sociedade, o que, em parte, pode ser justificado pelo seu próprio processo

⁵ Aqui, optou-se por considerar a evolução do jornalismo em nível mundial, uma vez que, para estabelecer uma escala cronológica da imprensa brasileira, seria necessário realizar um estudo mais específico e detalhado, do qual este artigo prescinde.

de implantação. Plácido e Silva, que dirigiu o jornal até 1962, revelou em 1949, que a origem da *Gazeta* está relacionada a “importantes e ricas famílias locais que compraram cotas de uma sociedade limitada para montar a gráfica” (OLIVEIRA FILHA, 2007, p. 38).

Esse fato repercutiu já na primeira edição do periódico, que inclui textos contrários aos impostos cobrados da elite da época. Oliveira Filha reproduz o que saiu na publicação do aniversário de 73 anos do jornal, de 2 de fevereiro de 1992, confirmando a simbiose existente entre a *Gazeta do Povo* e a nata da sociedade.

Benjamim Lins e Plácido e Silva ao deflagrarem a saída deste jornal procuraram antecipadamente o apoio das classes conservadoras do Paraná, que na época era formada pelos proprietários dos grandes engenhos de erva-mate e industriais da madeira (*Gazeta do Povo*, 1992 apud OLIVEIRA FILHA, 2007, p. 39).

Por meio da elaboração de uma espécie de radiografia do atual público leitor da *Gazeta do Povo*, Alexandre Correia dos Santos (2011) mostra como o diário alimentou o conservadorismo no decorrer do tempo. De acordo com suas pesquisas, 78% dos leitores da *Gazeta* pertencem às classes A e B, contra 22% de leitores dos segmentos C, D e E.

Como o próprio autor reconhece, “esses números indicam forte tendência do jornal de ficar à margem do que Sant’anna (2007, p.55) chama de ‘jornal popular’” (2011, p.45). Além disso, os dados comprovam a inexistência de objetividade e imparcialidade no material produzido pela *Gazeta*, evidenciando que, por meio de coberturas tendenciosas, da utilização de linguagens específicas e, até mesmo, da diagramação das edições, o jornal tem o apoio das elites, ao mesmo tempo em que as apoia. É o que se comprova nos próximos tópicos deste estudo.

4. A cobertura do projeto Tudo Aqui Paraná

Terminadas essas reflexões iniciais, cabe agora retratar a postura que a *Gazeta do Povo* assumiu ao realizar a cobertura da primeira Parceria Público-Privada (PPP) no Paraná, cujo projeto ainda não saiu do papel. O Tudo Aqui Paraná, que foi lançado pelo secretário do Estado de Planejamento Urbano e Coordenação Geral, Cássio Taniguchi, e prevê investimento de quase R\$ 3 bilhões, recebeu um tratamento todo especial em várias edições do diário curitibano. A seguir, os números levantados pela pesquisa.

4.1 Análise quantitativa

Ao todo, 12 reportagens sobre o Tudo Aqui produzidas pela *Gazeta* de 21 de março a 8 de maio de 2013 foram analisadas, das quais sete têm como gancho algum fato negativo ao projeto e cinco apresentam ganchos positivos. Embora prevaleçam matérias que evidenciam pontos desfavoráveis, isso não quer dizer que o jornal seja contrário à PPP. Afinal, desde o início de março, quando os questionamentos sobre a iniciativa tomaram corpo, o Tudo Aqui ganhou a mídia justamente devido às polêmicas levantadas pela oposição, que condena o valor estimado para a sua concretização e a forma como ele está sendo conduzido. Mesmo assim, quase a metade do material produzido pela *Gazeta do Povo* destaca elementos que pesariam a favor do projeto.

Prova disso, por exemplo, é o fato de os textos ocuparem posições bem particulares nas edições. Das sete matérias identificadas como “desfavoráveis” ao Tudo Aqui, cinco foram publicadas no lado direito da parte inferior da página. O texto *TC nega ter dado aval para projeto de R\$ 3 bi*, assinado por Angieli Maros, por exemplo, encontra-se perdido em meio a anúncios publicitários, abaixo da coluna da jornalista Rosana Félix. Apesar de aparecerem na parte superior da página, as outras duas matérias dessa categoria não ocupam uma posição privilegiada e não representam atrativo visual para o leitor.

Os cinco textos de conteúdo conveniente ao Tudo Aqui, por sua vez, localizam-se todos na parte superior da página⁶ tendo suas manchetes como as primeiras a serem percebidas pelo leitor. Aquelas que não preenchem todo o espaço superior foram rigorosamente diagramadas no canto esquerdo, atentando para aquilo que Luiz Costa Pereira Junior chama de “mapa da zona ótica” (2006, p.103). Em seu livro *Guia para edição jornalística*, ele cita uma pesquisa realizada pelo Instituto Poynter, de St. Petersburg, da Flórida, que conclui que a trajetória de leitura tem como “zona ótima primária a entrada do olhar pelo alto, à esquerda” (2006, p.104).

O destaque, no entanto, vai para a reportagem de 8 de maio, do jornalista Guilherme Voitch, intitulada *Governo vai alterar edital do Tudo Aqui*. Apesar de não haver elementos declaradamente favoráveis ao projeto, aproveitou-se um fato de pouca relevância -

⁶ A reportagem *Governo faz audiência pública para buscar destravar Tudo Aqui*, de 5 de maio, ficou embaixo apenas da coluna fixa de Celso Nascimento, o mais prestigiado articulista político do jornal.

mudanças pontuais que não interferiam em nada no conceito da proposta - para fazê-lo disputar espaço na página com apenas uma propaganda. Ou seja, a matéria, cheia de recursos visuais, como *box* que destacam a ideia central do programa, constitui a única informação jornalística daquela página da editoria de *Vida Pública*.

Do mesmo modo, o tamanho dos textos também é bastante divergente. Das sete abordagens negativas, seis não passam de notas curtas, com pouca contextualização. Das matérias classificadas como positivas, todavia, quatro foram consideradas longas e bem ampliadas, com vários intertítulos e informações retrospectivas.

Abaixo, uma tabela com dados numéricos, para efeito de comparação:

Conteúdo	Nº de caracteres	Nº de caracteres/matéria
Positivo	15.984	3.197
Negativo	11.638	1.663

Além disso, percebeu-se que as notícias que informam fatos favoráveis ao projeto vieram todas acompanhadas de fotografia, a maioria delas de personagens polêmicos envolvidos no caso, como o líder da oposição, deputado Tadeu Veneri (PT). Apesar de a legenda dessas imagens remeterem a alguma controvérsia do Tudo Aqui, é fácil acreditar que elas foram utilizadas como instrumento de apelo visual, estimulando as pessoas a lerem a matéria, que destacava elementos não necessariamente contrários à iniciativa.

O mesmo fenômeno não foi identificado no outro grupo de textos. Entre as sete notícias de conteúdo negativo, apenas três exploraram o poder da fotografia, que, de acordo com o *Manual da Redação da Folha de S. Paulo*, “deve ser entendida como uma possibilidade complementar e suplementar à informação textual” (2011, p. 32).

4.2 Análise qualitativa

A atribuição dos conceitos de “positivo” e “negativo” às notícias foi embasada naquilo que Milton José Pinto (2002) chama de contexto situacional imediato, em que são levados em consideração os elementos que remetem para o aqui e o agora da situação vivida. Sendo assim, por meio da identificação do conteúdo central das matérias, que

representa o “gancho jornalístico”, os textos foram divididos entre favoráveis e desfavoráveis ao projeto Tudo Aqui Paraná.

A decisão do juiz Roger Vinícius de Oliveira, em abril, de negar o pedido da oposição para obter mais detalhes sobre o processo de licitação, por exemplo, é um acontecimento benéfico ao projeto, pois impediu a descoberta de pormenores que poderiam depor contra ele. Do mesmo modo, a notícia de que o Tribunal de Contas (TC) havia negado ter dado aval para a aplicação do Tudo Aqui, contrariando o que disse o líder do governo na Assembleia Legislativa, deputado Ademar Traiano (PSDB), é um fato que pode significar um desrespeito às regras por parte dos responsáveis pelo programa. Por esse motivo, a matéria de 23 de março foi categorizada como “negativa”.

As análises, portanto, limitaram-se ao próprio acontecimento e às consequências que ele geraria ao Tudo Aqui. Para decidir quais matérias poderiam ser classificadas como “positivas” e “negativas”, não foram feitas interpretações rigorosas sobre a forma como a *Gazeta* conduziu suas enunciações, por meio de recursos implícitos na linguagem, por exemplo. O que se pensou foi, em primeiro lugar, definir do que, exatamente, tratavam aqueles relatos e o que eles representavam para o projeto para, aí sim, entender qual foi o posicionamento do jornal, conforme todas as técnicas de produção e edição comentadas no tópico anterior.

Da leitura das matérias, concluiu-se que, embora elas tenham sido escritas por meio de uma linguagem disfarçada de objetividade e equilíbrio, ficou bastante claro que o seu processo de edição esteve sempre articulado à linha editorial do jornal. Isso quer dizer que, nas etapas posteriores de produção, prevaleceu a autoridade institucional, identificada, principalmente, na diagramação das páginas, como já foi visto na análise quantitativa.

Apesar disso, há textos em que reconhecemos um esforço do próprio repórter em minimizar algumas informações desfavoráveis ao Tudo Aqui. Em *Explicações sobre o “Tudo Aqui” será em reunião aberta, diz Valdir Rossoni*, de 3 de abril, por exemplo, os fatos estão fora de contexto e sem ligação direta com o que antecipava a manchete. Ou seja, a matéria não esclarece o que motivou o secretário Cássio Taniguchi a dar explicações sobre o projeto e nem encadeia os acontecimentos em questão com outros antecedentes - a não ser para afirmar que o pedido da oposição, de ter acesso a mais dados sobre o programa, foi vetado pela base governista nas últimas semanas.

De acordo com a Teoria Organizacional⁷, esse fenômeno pode ser motivado tanto pela submissão dos repórteres aos ditames da empresa, como também pela ação dos editores, que frequentemente interferem nos textos que chegam até eles, modificando, entre outras coisas, a ordem das informações (de modo a colocar as mais convenientes ao jornal no *lead*, por exemplo).

Além disso, até mesmo o fato de a maioria das matérias negativas ao Tudo Aqui se mostrarem descontextualizadas pode ser encarado como uma consequência das exigências vindas da hierarquia da empresa. Ou seja, o repórter apenas apura as informações e as expõe dentro dos limites que foram determinados para aquele assunto. No caso da matéria citada acima, por exemplo, foram disponibilizados não mais que 870 caracteres.

O teórico Perseu Abramo (2003), contudo, acredita que, quando acontece, a descontextualização de fato se materializa em todas as etapas da produção jornalística, desde o planejamento da pauta, a busca das informações, a elaboração do texto até a sua apresentação. Para ele, que classifica esse processo como um dos chamados padrões de manipulação da grande imprensa, por vezes

O todo real é estilizado, despedaçado, fragmentado em milhões de minúsculos fatos particularizados, na maior parte dos casos desconectados entre si, despojados de seus vínculos com o geral, desligados de seus antecedentes e de seus consequentes no processo em que ocorrem, ou reconectados e revinculados de forma arbitrária e que não corresponde aos vínculos reais, mas a outros ficcionais e artificialmente inventados (ABRAMO, 2003, p.27).

Não é necessário lembrar que jornalismo objetivo é mito. O que existe são informações objetivas. Eugênio Bucci ensina que dizer que “o presidente da República entrou em reunião com quatro de seus ministros no Palácio do Planalto há dez minutos” (2000, p.92), por exemplo, é fazer um relato objetivo, ou seja, fornecer, enquanto sujeito pesquisador, a descrição exata do objeto estudado. Essa, todavia, constitui uma informação vazia e, por isso, não pode ser chamada de jornalismo. Para torná-la notícia, seria necessário acrescentar complementos e dados correlatos, momento em que, aí sim, manifesta-se a subjetividade do repórter.

⁷ Linha de estudo proposta por Warren Breed, em 1955, a Teoria Organizacional defende que o trabalho jornalístico sofre interferências de acordo com a organização da empresa na qual ele é desempenhado. Em suas pesquisas, Breed identificou, por exemplo, mecanismos de punição e recompensa nas redações, além de estratégias de transgressão por parte dos jornalistas. Esses condicionantes refletem no material que é produzido diariamente nas redações.

Se, para haver jornalismo, é preciso contextualizar e se essa contextualização vem sempre acompanhada dos valores pessoais de quem a realiza, então ficou mais uma vez comprovado que jornalismo é, sim, opinião e defesa de ideologias. E, conforme afirma Perseu Abramo, essa atitude, que, em muitos casos, configura uma manipulação da informação, parte mais de motivações políticas do que econômicas.

Tendo isso em mente, parece contraditório dizer que a *Gazeta do Povo* foi tendenciosa ao mesmo tempo em que, nas matérias negativas ao projeto Tudo Aqui, falhou no trabalho de contextualizar. Mas é justamente por essa falha – provavelmente intencional, uma vez que na categoria de matérias positivas ela não aconteceu – que o jornal assumiu sua postura parcial. Ou seja, a simples divulgação de informações sem complementos, que, de acordo com Bucci, representa uma atitude objetiva, não esconde a tendência da *Gazeta* de manifestar seu apoio aos políticos que idealizaram o Tudo Aqui.

5. Considerações finais

Por que motivo, exatamente, a *Gazeta do Povo* defenderia a efetivação do projeto Tudo Aqui Paraná? O programa do governo estadual é o primeiro estudo concreto de implantação de uma Parceria Público-Privada para a prestação de serviços ao cidadão. Não cabe aqui entrar em detalhes sobre as inúmeras utilidades do projeto, mas, sim, ressaltar que ele prevê a contratação de uma empresa privada, no valor de R\$ 3 bilhões (pagos pelo Estado), para fazer a administração das estruturas de atendimento à população durante os próximos 25 anos.

É aí que entram os interesses da *Gazeta*. A privatização é uma prática que corresponde ao posicionamento político do jornal, uma vez que beneficia as elites e alimenta o conservadorismo. Tanto é que, uma pequena nota encontrada durante os estudos para este trabalho, mais distante das polêmicas envolvendo o projeto Tudo Aqui, entusiasmava-se com a possibilidade de o governo firmar uma Parceria Público-Privada com uma empreiteira. A expectativa da *Gazeta* diante do fato provavelmente só não resultou em um ponto de exclamação na manchete *Vem uma PPP aí* porque não são permitidos sinais de pontuação em títulos jornalísticos.

Grande parte dos cidadãos, ao ler as notícias de um jornal de conteúdo generalista e que se auto intitula imparcial e independente, como é o caso da *Gazeta*, acredita estar recebendo informações equilibradas e que simplesmente refletem a realidade. Mas, apesar de a Teoria do Espelho⁸ ainda ser aceita até mesmo pela categoria dos jornalistas, é preciso dizer que, há muito tempo, foi evidenciada a inviabilidade do enunciado neutro.

O problema, portanto, não é o fato de um jornal ser favorável a determinados interesses da sociedade, mas, sim, o ato de enganar os leitores por meio da tentativa de mostrar imparcialidade e objetividade. Desse modo, acredita-se ser mais honrável para a empresa jornalística tornar clara sua linha editorial, demonstrando respeito ao leitor ao esclarecer que tipo de conteúdo ele encontrará naquele veículo.

Se a neutralidade que a *Gazeta* diz explorar é uma estratégia de ampliação do público leitor, ela não tem obtido bons resultados. Afinal, como já foi comentado, há uma desproporção significativa entre os segmentos que leem o diário, com predominância, é claro, das classes mais favorecidas da sociedade curitibana. Portanto, é hora de abandonar a ideia de produção dentro da lógica industrial e resgatar um pouco daquilo que de mais puro e primitivo há no jornalismo: a abordagem crítica dos fenômenos sociais e a atuação política sem receios.

Essa discussão não se esgota aqui. Ela é apenas mais uma contribuição para os debates sobre a atuação do mediador social mais importante do estado do Paraná: o jornal *Gazeta do Povo*. Na verdade, ainda existem pouquíssimos estudos sobre ele e a forma como seu discurso repercute na sociedade. Daí a importância de ampliar as análises que levam em conta o tipo de jornalismo que é praticado pela empresa e a maneira como os cidadãos reagem enquanto consumidores de informação.

Referências

ABRAMO, Perseu. **Padrões de manipulação na grande imprensa**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2003.

BUCCI, Eugênio. **Sobre ética e imprensa**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

⁸ A Teoria do Espelho constitui a primeira explicação sobre a natureza das notícias. Forjada no século XIX, essa abordagem sugere que o jornalismo é puro reflexo da realidade, sendo praticado por profissionais que representam mediadores sociais completamente desinteressados.

CORREIA DOS SANTOS, Alexandre. **A involução do jornalismo impresso e o jornalismo de região – caso Gazeta do Povo. Dissertação de Mestrado.** Curitiba: Universidade Tuiutu do Paraná, 2011.

GAZETA DO POVO, 3 de fev. 1919. In: CORREIA DOS SANTOS, Alexandre. **A involução do jornalismo impresso e o jornalismo de região – caso Gazeta do Povo.** Curitiba: Universidade Tuiutu do Paraná, 2011, p.27.

MANUAL DA REDAÇÃO – FOLHA DE S.PAULO. São Paulo: Publifolha, 2001.

PINTO, Milton José. **Comunicação e discurso – Introdução à análise de discursos.** São Paulo: Hacker Editores, 2002.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Jornalismo e Comunicação - A saga dos cães perdidos.** São Paulo: Hacker Editores, 2002.

OLIVEIRA FILHA, Elza Aparecida de. **Olhares sobre uma cobertura: a eleição de 2002 para o governo do Paraná em três jornais locais.** Curitiba: Instituto Cultural de Jornalistas do Paraná, 2007.

PEREIRA JR, Luiz Costa. **Guia para edição jornalística.** Petrópolis: Editora Vozes, 2006.