



O jornalismo argumentativo: A contribuição de Luiz Beltrão para o aprofundamento do debate comunicativo¹

Gabriel Nogueira Linhares Marquim²
Universidade Federal de Pernambuco, Recife, PE

RESUMO

O mundo de hoje atravessa profundas mudanças em todas as áreas, também no jornalismo, influenciado de forma particular pela fluidez das relações sociais. Moldado, atualmente, por uma lógica “breve, rápida e barata”, a comunicação distancia-se daquilo que deveria ser sua premissa. Este trabalho pretende discutir alguns desses conceitos, principalmente a contribuição oferecida por Luiz Beltrão nas questões do jornalismo argumentativo, preocupado com a socialização do conhecimento, o aprofundamento da democracia e o bem comum.

PALAVRAS-CHAVE: Teorias do jornalismo; Comunicação; Epistemologia.

Introdução

Os perseguidores da objetividade jornalística, apesar da tentativa de muitos teóricos de questioná-la, parecem ainda vencer a disputa e continuam influenciando fortemente o conceito de jornalismo e da informação, como se bastasse afirmar para ser verdade. O jornalismo é, hoje, essa busca histórica pelo lead, formando profissionais esmagados em textos curtos e leitores sem a possibilidade de um debate mais amplo e crítico.

As redações insistem em somar “dois com dois”, defendendo que essa tabuada é suficiente para explicar as intrincadas relações deste mundo atual. Não se trata, óbvio, de uma particularidade do jornalismo. São os tentáculos da sociedade líquida.

A vida líquida é uma vida precária, vivida em condições de incerteza constante. As preocupações mais intensas e obstinadas que assombram esse tipo de vida são os temores de ser pego tirando uma soneca, não conseguir acompanhar a rapidez dos eventos, ficar para trás, deixar passar as datas de vencimento, ficar sobrecarregado de bens agora indesejáveis, perder o momento que pede mudança e

¹ Trabalho apresentado no DT 01 – Jornalismo do XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 15 a 17 de junho de 2011.

² Mestrando do Curso de Jornalismo da UFPE, email: gmarquim@hotmail.com.



mudar de rumo antes de tomar um caminho sem volta. (BAUMAN, 2007, p. 8)

De fato, esse é o mundo atual: uma ânsia constante em fazer-se presente, atualizado para não ser descartado. De fato, ainda segundo Bauman (2011), este nosso tempo “traduz-se na crescente convicção de que a mudança é a nossa única permanência. E a incerteza, a nossa única certeza”. Assim o jornalismo: embaralhado com as transformações velozes do mundo, tateando no escuro um caminho que o faça permanecer.

Diariamente, são milhares de informações despejadas em nosso colo.

Na Índia, a sociedade Times Internet, filial multimídia do cotidiano Times of Índia, divulga todos os meses, para os telefones celulares de seus assinantes, mais de 30 milhões de informações sob a forma de SMS (Short Message Service), uma tecnologia que oferece comunicação rápida, breve e barata. (RAMONET, 2005)

Mais do que a quantidade, é este “rápida, breve e barata” que mais preocupa. Como informar e formar a população dentro dessa lógica? É suficiente narrar os acontecimentos sob o modelo do lead? Se levarmos em conta as definições de Jornalismo que abordaremos a seguir, veremos que essa atividade, imprescindível para o aprofundamento da democracia, precisa avaliar-se seriamente.

O jornalismo é o espaço onde os homens se reconhecem e dão sentidos uns aos outros e aos fatos que os circundam. O homem encontra-se a si mesmo e, mais do que isso, encontra outros homens. O jornalismo, porque comunicação, é esse fio que vincula dois ou mais pólos. Jornalismo é uma questão mesmo de vínculo; um encontra o outro; e, quando não há encontro, não há vínculo, não há comunicação, não há jornalismo.

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

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

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



1. A pirâmide de Beltrão

Para a maioria dos leitores e até jornalistas pode parecer normal o espaço de um jornal ser quase completamente preenchido com os ditames do lead, ou seja, narração “rápida, breve e barata”. Mas Beltrão (1980) traz um novo paradigma.

Para tanto, utiliza-se de uma figura geométrica: o triângulo retângulo. Nele, cada linha da figura representa um formato: informação, orientação e diversão. Com isso, ele defende o equilíbrio entre os três.

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

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

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

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

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

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



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

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

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

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

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

2. O dever da argumentação

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

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



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

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

Está claro que não queremos simplesmente a verdade – queremos ir além, queremos verdades novas. Não nos contentamos com ‘dois mais dois é igual a quatro’ embora essa afirmativa seja verdadeira. (...) A mera verdade não basta; procuramos soluções para os problemas. (POPPER, 1982, p. 255)

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

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

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

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

Tomando-se o modelo atual de jornalismo, baseado na informação rápida, seria possível atender à proposta de Popper de trazer a discussão de idéias e, segundo ele,



debate de “teorias ousadas”? Não parece que, defendendo isso, os jornais se transformariam em leituras duras e enfadonhas?

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

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

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

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

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

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

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

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



Um morador do sertão pernambucano conseguirá julgar as informações de que o Hamas³ não reconhece a existência do Estado de Israel? Se um único cidadão não é capaz, significa que esse argumento já não se sustenta de todo. É óbvio que seria impossível, com o pouco de tempo de que dispõe um telejornal, dar conta de todo o grande número de informações e orientar as pessoas sobre cada uma delas.

Mas daí precipitar-se e levantar como conclusão a supremacia da narração e a exclusão do argumento é, no mínimo, apressado.

Bonner segue sua explanação reconhecendo que os apresentadores do *JN* têm suas opiniões sobre “todos os assuntos” e as revelam em conversas informais, entre amigos e nos bastidores, “mas outra coisa é impor essa opinião ao público telespectador sem que ele tenha pedido”.

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

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

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

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

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

³ Grupo radical político palestino e movimento militar. O Hamas prega o fim do Estado de Israel e a sua substituição por um Estado palestino que ocuparia a área onde hoje estão Israel, Faixa de Gaza e a Cisjordânia.



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

3. A relação entre argumentação e fatores político-econômicos

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

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

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

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

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

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

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



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

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

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

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

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

Através dessas e de outras práticas, os donos dos jornais sentiram-se acuados e findaram reduzindo o espaço opinativo para dar maior amplitude à informação, à narração. É nesse momento, inclusive, que Samuel Buckley separa notícias de comentários no *Daily Courant*.

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



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

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

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

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

A dificuldade, retomando Marques de Melo, é, também, o fator econômico. Para manter qualquer veículo de comunicação, atualmente, faz-se necessário um grande investimento de capital. O empresário que quer manter seu jornal, rádio ou televisão (quando não os três ao mesmo tempo), precisa contar com a publicidade de outras empresas e grupos. Assim, é imprescindível medir até onde chegará o grau de crítica e liberdade de comentaristas.

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

A censura acabou depois da promulgação da Constituição de 1988, mas os seus tentáculos permanecem atingindo e interferindo no fazer jornalístico, mas de uma forma cautelosa e silenciosa, com maestria praticamente insuspeitável. Dá-se, portanto, a falsa idéia de que o jornal não sofreu nenhuma pressão externa e, assim, sai no dia seguinte



com narração muito bem separada da argumentação e, essa última, perdendo espaço e “asfixiada” em duas ou algumas páginas.

4. Sobre a atualidade

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

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

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

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

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

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

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



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

Caso contrário, o jornalismo transforma-se em um mero amontoado de notícias passadas. Melo (2003), ao contrário, defende que a atividade diária dos jornais deve ser capaz de mobilizar as idéias, questionar os acontecimentos.

É efêmera a forma, a exterioridade, o envoltório; mas a influência, a sugestão que ficam desses esforços aparentemente perdidos e esquecidos constituem uma ação persistente e eficaz como nenhuma, que convence, que apaixona, que destrói, que reedifica; que forma, em uma palavra, a consciência dos povos. (RODO, 1919, p. 204)

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

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

5. A argumentação como interpretação

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

Isso fica evidente pela linha discursiva que traçamos até o momento. Se o jornalismo abrange o que aconteceu e o que poderá acontecer, a narração e a argumentação, significa que, esse último, acima de tudo, está dentro do aspecto de uma



enunciação interpretada. Para opinar, para debater idéias e, sendo mais simples, para argumentar, o jornal precisa interpretar.

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

A importância da argumentação, portanto, está em destrinchar o emaranhado laço de relações sociais, interpretando e dando a conhecer a realidade. Não se trata de “mastigar” os fatos para fazer o leitor engolir, mas, ao contrário, oferecer chaves de leitura. Já que quem deve fazer a interpretação final, para Aguiar (1972), “legitimamente”, é o público.

Assim, a argumentação é o lugar por excelência da análise, do discernimento, do julgamento, feito com responsabilidade e rigor ético.

Para Mainar (1906), o jornalismo é “a história que passa”, assim, sua vocação interpretativa difere sobremaneira da análise histórica ou filosófica.

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

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

É bem verdade que o jornal diário está repleto de acontecimentos correntes, como o desabamento de uma casa, um assassinato ou o pronunciamento do presidente do país. Em cada fato, a argumentação pode retirar de pequenos pontos a tese que vai aprofundar os sentidos do acontecido. Obviamente, é impossível, como já constatamos, equilibrar, cartesianamente, informação e opinião.

Porém, mais do que nunca, o grande diferencial dos jornais impressos é (ou deveria ser) a possibilidade de alargar o conhecimento sobre aquilo que já se soube no



dia anterior. Afinal, dificilmente alguém que compre o jornal hoje não tenha, antes, escutado rádio, assistido à televisão ou lido as notícias na internet.

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

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

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

Referências bibliográficas

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

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

BAUMAN, Z. **A face humana da sociologia**. Estadão.com.br. Disponível em <http://www.estadao.com.br/estadaodehoje/20110430/not_imp712848,0.php>. Acesso em: 30 de abril de 2011.

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

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

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

_____, L. **Jornalismo opinativo**. Porto Alegre: Sulina, ARI, 1980.

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



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

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

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

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

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

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

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

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

RAMONET, Ignacio. **Mídias em crise**. Le Monde Diplomatique. Disponível em: <http://diplo.uol.com.br/2005-01_a1046>. Acesso em: Janeiro de 2005.

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