

Os limites da (im)parcialidade jornalística: análise da revista mensal Brasileiros

André Mazini¹

Resumo

A postura editorial da revista Brasileiros, que se apresenta ao mercado como uma publicação que “torce” pelo país e opta por retratar questões de interesse nacional de forma “positiva”, levanta uma importante e atual discussão sobre os limites da (im)parcialidade e da objetividade jornalística, bem como os limites da intervenção autoral dos repórteres na produção das reportagens. Para fomentar essa discussão, este trabalho analisa a publicação a partir de seus posicionamentos editoriais e de revisão bibliográfica que subsidia a análise. O trabalho é parte de uma tese de doutorado em desenvolvimento na Universidade Federal da Grande Dourados (UFGD).

PALAVRAS-CHAVE: imprensa; imparcialidade; representações; jornalismo

Resumen

La línea editorial de la revista Brasileiros, que presenta a si misma al mercado como una publicación es hinchada del país y decide por retratar temas de interés nacional de manera “positiva”, plantea un debate importante y actual sobre los límites de la (im)parcialidad y la objetividad periodística, así como los límites de la intervención del autor en la elaboración de sus reportes. Para fomentar el debate, el presente trabajo analiza la publicación de sus colocaciones editoriales y revisión de la literatura que apoya el análisis. El trabajo es parte de una tesis doctoral en el desarrollo de la Universidad Federal da Grande Dourados.

PALABRAS CLAVES: prensa; imparcialidad; representaciones; periodismo

¹ Jornalista, mestre em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo e doutorando em História na Universidade Federal da Grande Dourados. É assessor de imprensa da UEMS e professor nos cursos de Comunicação Unigran (Dourados/MS).

Introdução

Mais do que noticiar acontecimentos sociais de interesse público, em vários momentos a imprensa, e a mídia de uma forma mais ampla, atua no sentido de construir representações culturais, incluindo nesse sentido, a construção de representações que tracejam a identidade nacional de um determinado povo. No Brasil, o período da Ditadura Militar foi o que, na história recente do Brasil, concentrou de forma mais explícita, tentativas de se construir uma imagem ideal do que é o “ser brasileiro” a partir da im-pressa. Todavia, o fim do Regime não encerrou a busca por esse tipo de representação pelos periódicos.

Neste trabalho, propomos a análise da revista Brasileiros, uma publicação recente no mercado editorial brasileiro que tem como uma de suas orientações editoriais apresentar personagens que, através de suas características e posicionamentos, personifiquem um perfil ideal da nacionalidade brasileira. Mais do que isso, a publicação rompe com o paradigma da imparcialidade – que, apesar de questionado na chamada pós-modernidade ainda é uma máxima na imprensa brasileira –, no momento em que se assume como “torcedora” do país, inclusive com o apoio explícito a personagens políticos ligados ao partido do governo.

Desde sua primeira edição, a Brasileiros nunca tomou para si os ideais de im-parcialidade, ou neutralidade jornalística, tão exaltado pela grande imprensa a partir do século XX, quando o jornalismo industrializa-se, influenciado fortemente pelo positivismo, como constata Medina (2008), e por outros pensamentos e paradigmas que conduziram a construção de uma sociedade pautada pelo consumo. Esta parcialidade assumida pela Revista manifesta-se de diferentes formas: na livre condução das narrativas – no que diz respeito ao uso de recursos estético-textuais dificilmente encontrados nos textos da imprensa regular diária –, na contemplação da presença do repórter/autor nas matérias e, principalmente nas manifestações de parcialidade direta da publicação, explicitada em seus editoriais e outros espaços em que percebe uma fala partindo da publicação (enquanto organização) para os leitores/anunciantes.

Para justificar sua postura editorial, em diversos momentos a revista fala de si mesma, explica posicionamentos e faz declarações de objetivos, o que a linguística chama de discurso de si, ou ethos discursivo.

A nação em Brasileiros

A apresentação de representações da identidade nacional brasileira é uma das marcas que distinguem a proposta jornalística da Revista Brasileiros. Em sua primeira edição (julho/2007), a publicação já explicita traços fundamentais de sua orientação editorial. O primeiro editorial começa com a seguinte apresentação, “Brasileiros revista mensal de reportagens, tem como foco o Brasil, seus grandes temas, seus grandes desafios e, principalmente, seus habitantes e suas histórias” (Brasileiros, Editorial, 1, julho de 2007, p. 7). Já nesta abertura, o idealizador da publicação, o fotojornalista Hélio Campos Melo, aponta para as prioridades da revista que vão se consolidar ao longo das edições: atenção a temáticas nacionais, ou eu que envolvam o país; e apresentação de personagens que, através de suas histórias, proponham um perfil tipicamente nacional.

A busca por personagens que caracterizem a identidade nacional brasileira pode ser verificada em dois grupos de pessoas constantemente retratados na publicação: as “pessoas comuns”, que comungam características do brasileiro anônimo, que vive fora do que Ricardo Kotsho, um dos responsáveis e idealizadores da Revista, classifica como “fora do mainstream”, por exemplo, o sertanejo, o interiorano, o personagem do cotidi-ano; e os “célebres”, personalidades conhecidas pelo grande público. A publicação estabelece critérios para que personagens desse último grupo (célebres) sejam escolhidos para figurar na revista. Conforme explica o editorial da edição nº 38 (setembro/2010), é personagem em potencial para Brasileiros, o célebre que “não se acha”.

Gente que não se acha

Há cenas que surpreendem pelo inusitado. Raí, personagem de capa da nossa última edição, disse que em São Paulo, onde mora e trabalha, trocou o carro pelo metrô para se livrar do corpo a corpo dos congestionamentos. E no metrô? A cena pouco usual de uma celebridade como ele ali não provoca congestionamentos de gente curiosa a sua volta? Ele respondeu que as pessoas acabam não acreditando muito naquilo que estão vendo. “Será mesmo o Raí?” – e que assim tudo acaba correndo normal e civilizadamente.

Um tempo depois, me deparei com a cena dessa página no Aeroporto de Congonhas, no começo da tarde de uma terça-feira. Um técnico de futebol – e não qualquer técnico -, mas o treinador da mítica, vencedora e polêmica Seleção Brasileira de Futebol, sozinho, sentado, esperando o avião. Mano Menezes, sem seguranças, sem assessores, nem jornalistas a sua volta. O ex-treinador do Sport Club Corinthians Paulista, no dia em que antecedeu a co-memoração do centenário do clube, sem o assédio de nenhum torcedor alvi-negro? É inusitado. É interessante, aproxima celebridades às pessoas comuns. Mostra como elas são. Mostra se são arrogantes, se são metidas, se são, como diz Felipe, meu filho, “daquelas que se acham”, ou se são pessoas de bem com a vida, simples, simpáticas, decentes. Posso garantir que, tanto Raí quanto Mano Menezes, fazem parte desse último grupo. Um grupo de gente que dá gosto de conhecer. Dá gosto de conviver.

Assim como Miguel Nicolelis, um dos entrevistados dessa edição. Um brasileiro batalhador, vencedor e carregado de bom humor. Um brasileiro genial, no sentido exato da palavra, ele é um premiado neurocientista com trânsito e respeito internacional de dar orgulho. Nicolelis, que também está longe de “se achar”, é um palmeirense fanático, faz parte do recém-formado conselho editorial da Brasileiros e vai estreitar uma coluna na revista nos próximos meses. E tudo isso, é claro, muito nos orgulha.

Outro personagem digno de nota, de orgulho e de ser capa da revista é o doutor Drauzio Varella. Entrevistado pelo nosso repórter especial, o são-paulino como eu, Ricardo Kotscho, Drauzio também é pé quente. Logo depois da entrevista, Kotscho foi indicado como finalista do Prêmio Comunique-se, como Melhor Repórter de Mídia Impressa pela revista Brasileiros.

E não só isso, fumante inveterado, Kotscho, depois da entrevista, parou de fumar. O doutor Drauzio não é fácil! (Brasileiros, Editorial, 38, setembro de 2010, p. 15)

Em sua busca por personagens, partindo da identificação dos perfis “típicos”, Brasileiros manifesta seu principal movimento na constituição de uma proposta de identificação nacional. Ao analisar o editorial acima citado, Montipó (2012, p. 31) defende que através de eleição dos entrevistados mencionados, a equipe busca mostrar um país diversificado e com “gente de bem”.

Em Brasileiros, a atenção dispensada aos personagens é, sem dúvida, uma das características que, com mais propriedade, caracterizam sua identidade editorial. Muitas reportagens são construídas inteiramente como perfis, trazendo como elemento central o personagem e, ao redor dele, dispõem-se os fatos noticiosos. Os perfis

podem, também, ser dispostos episodicamente no decorrer das narrativas, seja trazendo dados informativos complementares com auxílio de um personagem, seja como adereço estético narrativo cumprindo a função de pausa, arejamento, em meio a trechos carregados de informações técnicas, objetivas, ou dados estatísticos. Na escolha das reportagens analisadas por esta pesquisa houve uma preocupação em selecionar matérias que não fossem inteiramente perfis, mas reportagens que enfocassem temas utilizando o auxílio de histórias de vida na composição dos argumentos reportivos.

Esta busca por personagens que carreguem em si a marca de uma identidade nacional, de uma brasilidade, pode ser mais claramente observada se no primeiro editorial.

Este é seu primeiro número e o início de um trabalho em que a saga dos personagens deste país plural será o alvo de nossos repórteres. Qualquer morador do Brasil, qualquer brasileiro fora do País, qualquer um que tenha uma boa história para contar nos interessa. Celebre ou anônimo, bonito ou feio, rico ou pobre, alegre ou triste, morador dos Jardins, de Ipanema ou dos gro-tões, conservador ou revolucionário. Nós iremos atrás de cada um deles para trazer o Brasil até você. (Brasileiros, Editorial, 1, julho de 2007, p. 7)

Otimismo/Complacência

Nas edições de Brasileiros é possível identificar certo “otimismo” nas abordagens jornalísticas, o que pode ser visualizado na escolha das pautas, dos personagens e das narrativas que os representam. De periodicidade mensal, Brasileiros não carrega em si o compromisso com a velocidade da notícia, sua distinção está nas abordagens mais analíticas dos temas que apresenta, nas reportagens escritas com suporte de um texto esteticamente mais sofisticado e nos perfis onde a atenção recai sobre um personagem específico. Este perfil permite que a publicação seja, de fato, mais “simpática” com as temáticas nacionais, sem que isso a desqualifique jornalisticamente.

No editorial da revista nº 27, publicada em outubro de 2009, Brasileiros assume essa postura por meio do diretor Hélio Campos Mello. “Não é por acaso que esta revista se chama Brasileiros. Escolhemos esse nome, em fevereiro de 2007, porque defendíamos - e defendemos - o direito de olhar para o País com mais carinho” (Brasileiros, Editorial, 27, outubro de 2009, p. 9).

A postura positiva em relação ao Brasil rende à Brasileiros críticas de que a publicação teria um comportamento tendencioso devido às relações ideológicas e financeiras que mantém com o governo. O jornalista Percival Puggina ao analisar a edição de março de 2009 (período do governo Lula) em seu blog, critica:

“A publicação é um dos mais evidentes exemplares de jornalismo chapa branca dos meios de comunicação brasileiros. Não por acaso integra sua diretoria de redação o ex-secretário de imprensa de Lula, o petista histórico Ricardo Kotscho. Por acaso ainda menor, dos oito anunciantes que a publicação ostenta em suas 100 páginas, quatro são do governo, a saber: o Ministério da Educação, a Infraero, a Caixa Econômica e o Banco do Brasil” (acesado em 16/04/2013) ¹

¹Disponível em <http://observatoriodepiratininga.blogspot.com.br/2009/03/vitoria-de-maria-benevides-e-do.html>

A proximidade com o governo nunca chegou a ser negada pela publicação. Em alguns momentos, personalidades ou ações do governo são citadas, como no editorial da Revista em outubro de 2009, época em que o Brasil recebia sua confirmação como sede das Olimpíadas de 2016. O editorial segue abaixo:

Defendemos o direito de torcer a favor dele [Brasil], e não contra ele. Defendemos a dispensa da obrigação elitista de sermos “inteligentemente” irônicos, autodepreciativos e carregados de soberba ao criticar o País. Podem nos dispensar dessa obrigação. Trocamos tudo isso por torcer e, principalmente, por trabalhar para que o Brasil cresça sob todos os aspectos. Os econômicos, os sociais e os éticos.

Defendemos que o Brasil precisa gostar mais do Brasil. E isso, é óbvio, não significa ignorar o que há de errado nele. E a realidade do dia a dia nos mostra que muito há de errado. Muito há por fazer. Muito há por melhorar. Mas isso não significa que não se possa comemorar o que há de bom. O que foi feito e o que está em andamento. Nós não nos furtamos da crítica. É da nossa essência. É da nossa função. Mas fugimos da prática do linchamento oportunista, calhorda e metido a besta. Assim como fugimos da pieguice. Ou pelo menos do excesso dela.

Desde nossa primeira edição, em julho de 2007, defendemos o direito de demonstrar paixão e emoção no que fazemos e na maneira como olhamos para o Brasil. E, como já estava registrado no nosso número 1, isso passa bem longe de qualquer tipo de ufanismo.

Por tudo isso, trazer as Olimpíadas para o Rio nos encheu de emoção. A vitória conseguida na Dinamarca provocou alegria e entusiasmo. O discurso do presidente da República foi de encher os olhos. Tanto a redação quanto sua interpretação. Pura emoção. Os vídeos feitos por Fernando Meirelles e seus parceiros foram de absoluta e notória competência. Todo o trabalho foi de emocionar.

Agora, a hora, mais do que nunca, é de mãos à obra. Há muito que planejar, muito que trabalhar. A nossa imagem lá fora nunca foi tão positiva. Precisamos melhorá-la aqui dentro e, para isso, é preciso, de um lado, trabalho e, de outro, boa vontade. O Brasil precisa gostar mais do Brasil.

Entre as várias entrevistas que foram feitas nos momentos em que antecederam o anúncio da escolha do Rio como sede das Olimpíadas de 2016, uma chamou a atenção. Um jornalista de língua inglesa, perguntado pela repórter brasileira sobre qual seria a cidade escolhida, respondeu de imediato: Rio de Janeiro. Por quê? Well everybody loves Brazil! (Brasileiros, Editorial, 27, outubro de 2009, p. 9)

Se a proximidade de Kotsho com o PT é pública, especialmente devido à atuação do jornalista como secretário de imprensa da presidência entre 2003 e 2004, Hélio Campos Mello também tem um histórico antigo de aproximação com o partido. Foi de Mello, em 1978, a primeira fotografia de Lula que estampou uma capa de revista, na IstoÉ. O fato é lembrado por Mello no editorial 41 (dezembro de 2010), quando ele diz: “Fotógrafo na IstoÉ, convivi bastante com o personagem (Lula) até 1980. Muito me impressionou seu poder de negociação e de liderança – o que nele hoje é óbvio -, mas também suas outras qualidades, entre elas um senso de humor resistente às maiores intempéries”. (Brasileiros, Editorial, 41, dezembro de 2010, p. 16).

Montipó destaca que, na mesma edição 41, “a seção Colaboradores traz uma foto de Hélio Campos Mello, Lula e Ricardo Kotscho abraçados. A foto marca a entrevista realizada pela equipe no final do governo Lula, um balanço dos oito anos na presidência”. O texto publicado junto à foto sintetiza a ligação dos três personagens, vinculados pelo trabalho desde a década de 1970:

Kotscho nasceu em 16 de março de 1948. Hélio – muito mais jovem, como defende – nasceu um dia depois. Em 1978 – em cobertura para a IstoÉ –, se conheceram nas históricas greves do ABC Paulista, que projetariam Lula em todo o País. Em 2004, um novo encontro dos três personagens: diretor de redação da IstoÉ, Hélio, foi à Brasília acompanhar um dia de atividades do novo presidente. Na ocasião, Kotscho era secretário de Imprensa e Divulgação de Lula. Um novo encontro dos três surge nesta edição de Brasileiros onde – desde 2007, Kotscho e Hélio refazem a dupla repórter/fotógrafo. (Brasileiros, Colaboradores, 41, dezembro de 2010, p. 28)

Nos trechos acima é possível verificar que a proximidade dos responsáveis pela Brasileiros com o então governo instituído não é camuflada. Pelo contrário, desde o primeiro editorial, a Revista assume sua “positividade” em relação às abordagens sobre temas nacionais e é justamente nesse contexto, optando por “torcer” pelo Brasil (Brasileiros, outubro de 2009). Assim, a Revista constrói suas representações narrativas, apoiadas em uma estética textual diferenciada, bem como por uma postura de criação autoral por parte dos jornalistas que escrevem para a publicação.

Em dezembro de 2012, o Brasil acompanhava os desdobramentos escrito da operação Porto Seguro da Polícia Federal, que denunciou um esquema de corrupção cuja prota-gonista, Rosemary de Noronha, era pessoa de alta confiança do ex-presidente Lula. Na ocasião, pela primeira vez um editorial, manifesta de forma direta uma crítica ao governo, ou mais especificamente à pessoa do ex-presidente Lula. Em sua manifestação, de Hélio Campos Mello questiona o silêncio de Lula, que durante as investigações não saiu à pública para posicionar-se ou dar explicações sobre o caso. Ocorre que, ao longo do editorial, com leve tom de crítica, o texto firma posicionamentos políticos da Revista, que explicita apoio político aos governos Lula e Dilma Roussef, como pode ser visto no trecho abaixo.

Brasileiros apoiou o governo Lula em seus dois mandatos. Declaramos nosso voto em Dilma Roussef e justificamos (em editorial de outubro de 2010) pela necessidade “da continuidade de um trabalho e de um gerenciamento que permitiu o crescimento na área econômica e social e que trouxe o respeito pelo Brasil no resto do mundo”. Duas edições depois (em dezembro de 2010) a Brasileiros chegou às bancas com a capa Valeu, Lula, na qual o presidente, em ritmo de despedida, fazia um balanço de seu governo e dizia: “Eu briguei a vida inteira para ser presidente... Agora acabou... Graças a Deus acabou bem.”

Brasileiros continua apoiando o governo Dilma Roussef. E reconhece cada conquista do governo Lula (...). Não por acaso, o ex-presidente é convocado a debater saídas para a crise econômica mundial nos mais diversos palcos. As mudanças promovidas pelo ex-torneiro mecânico não se limitaram a diminuir o abismo social a dar passos decisivos para que um dia o Brasil seja uma sociedade mais igualitária. O respeito e a preservação das instituições foi outro aspecto notável, em um governo abalado pelo escândalo do mensalão, o repasse de verbas a partidos da base aliada. Se não fosse assim, o mensalão petista jamais seria investigado, a exemplo do que ocorreu com outros episódios do passado recente. E não chegaria, portanto, a julgamento no Supremo Tribunal Federal. (Edição 65, dez/2012)

No mesmo editorial, Mello argumenta que a falta de posicionamento do ex-presidente daria “munição às forças de direita que vêm se aglutinando em nosso país” (grifo nosso). Retomando a reflexão apresentada anteriormente sobre o ethos discursivo, percebemos que a fixação da postura editorial, neste caso, se dá a partir de uma oposição ao outro, que, nesse caso, se mostra como as “forças de direita”.

Na edição anterior à acima citada (em novembro de 2012), no entanto, a Revista fazia valer seu apoio ao PT. O contexto é o final da eleição prefeito de São Paulo (cidade on-de fica a sede da publicação). Fernando Haddad, recém-eleito, aparece na capa em foto ampliada beijando sua esposa, com o título: “Algo de novo na política: o beijo da vitória do casal Haddad promete mais afeto e mais transparência para São Paulo”. Novamente, Brasileiros fixa bandeira ao lado do PT e manifesta seu contradiscurso, criticando o então adversário político de Haddad, José Serra. “Os eleitores querem menos hipocrisia e mais competência. Essa expectativa de mudança é simbolizada por Fernando Haddad e o gesto protagonizado por ele e por sua mulher, Ana Estela, na foto de nossa capa, afetuoso e pouco usual, expressa e reforça a esperança” (Revista Brasileiros, editorial, nov/2010).

Outro momento em que a postura editorial da publicação se confunde com sua orientação política partidária pode ser percebido na edição 39 (outubro/2010), em que o editorialista Hélio Campos Mello escreve: “Digo ao Felipe que votei em Dilma Rousseff, a candidata do Lula, e que vou repetir o voto no segundo turno. Explico a ele que assim o fiz porque espero que se dê continuidade a um trabalho e a um gerenciamento que permitiu o crescimento na área econômica e social” (Brasileiros, ed. 39, out/2010).

Essa postura, “simpática” ao Brasil, gera naturalmente um conflito no tocante à tradicionalmente tão defendida imparcialidade jornalística. Brasileiros busca dar uma resposta a esse conflito nos seus editoriais, seja quando explicitamente justifica seus posicionamentos, ou quando faz, ela própria, sua análise sobre qual é a postura ideal da imprensa. No primeiro editorial, publicado em julho de 2007, a Revista já faz a primeira grande defesa de sua postura editorial:

Como o País, Brasileiros é uma revista plural. Não é chapa branca - não está aqui para bajular este ou aquele governo -, nem é chapa preta - não tem como missão promover o apocalipse a qualquer custo e a qualquer prêmio. Brasileiros não terá pruridos nem para elogiar, nem para criticar.

(...) Brasileiros, uma revista que faz questão de ser influente, acredita na busca da eficiência e, principalmente, na possibilidade de ser competitivo sem ser predador. Também crê ser possível recuperar e lutar por valores como ética e justiça social, conceitos que foram banalizados e perderam significado.

Vamos fazer jornalismo sem preconceitos, sem arrogância, sem perder o humor e sem constrangimento em demonstrar paixão. E faremos isso com muito entusiasmo, mas sem pieguice e sem ufanismo. (Brasileiros, Editorial, 1, julho de 2007, p. 7, grifo nosso)

Ao longo de sua existência, Brasileiros defende seu “direito”, ou “liberdade” de ser simpática ao Brasil em suas pautas, ainda que para isso tenha que enfrentar desconfianças quanto à sua isenção nas abordagens.

Para justificar seu posicionamento ético nas mediações jornalísticas, em alguns momentos a publicação apresenta reflexões sobre a imprensa e o que entendo por “jornalismo ideal”. Na edição nº 66 (janeiro/2013), por exemplo, a Revista faz uma autocrítica da imprensa, dizendo que em determinados momentos “nós, jornalistas, confundimos nosso trabalho com o de policiais, ou com o de promotores públicos e trocamos, com indistigável prazer, os verbos pesquisar e entre-vistas, por investigar e interrogar. Medimos nossa eficiência apenas pelo nosso poder de destruição o que, ao meu ver, é bastante questionável. Jornalismo é mais que destruir” (Edição nº 66, jan/2013).

O editorial citado acima não foi a primeira manifestação de Brasileiros a respeito da própria imprensa. Na edição de setembro de 2011, o editorial propõe mais uma análise sobre a prática jornalística. Com título “exemplos de jornalismo: bons e maus”, o editorial faz referência à morte do então diretor do jornal O Globo, Rodolfo Fernandes, a quem classifica como um “bom exemplo de jornalista”, por seu perfil “equilibrado” à frente do jornal. Em contrapartida, a Revista cita a Veja como um “mau exemplo” de jornalismo estabelecendo assim polos de argumentação do que considera certo e errado em Jornalismo.

“A outra perda para o jornalismo foi proporcionada pela revista Veja em uma de suas edições do mês de agosto. A matéria de capa sobre José Dirceu – nos moldes da The News of the World, aquela publicação britânica que teve suas atividades encerradas por uso de grampos ilegais – mostra os riscos de se misturar jornalismo com arrogância, e ainda acrescentar aqueles dotes reservados a quem exerce as profissões de policial, delegado e juiz. Veja publicou imagens internas de um hotel onde o político tem um es-critório. Imagens obtidas e publicadas de maneira bem pouco ortodoxas. De se lamentar” (Edição nº 50, set/2011)

A oposição à Veja é também um caminho para compreensão da identidade editorial de Brasileiros. Sua orientação de pautas e abordagens caminha em direções bastante opostas às da revista semanal da editora Abril. No primeiro editorial de Brasileiros já é possível identificar uma declaração de oposição de postura da Revista em relação a publicações como a própria Veja. Na ocasião, Mello escreve: “Defendemos a dispensa da obrigação elitista de sermos “inteligentemente” irônicos, autodepreciativos e carregados de soberba ao criticar o País”. A “ironia” citada por Mello é justamente uma das características que marcam a publicação da editora Abril. Patrícia Ceolin Nascimento ao analisar as construções discursivas de Veja no livro *Jornalismo em Revistas no Brasil*, pontua: “Em relação às edições da revista Veja que fazem parte do corpus, pudemos pontuar, de início, alguns recursos discursivos que se repetem nas reportagens, como a ironia” (NASCIMENTO, 2002, p. 81). Além da ironia, Nascimento cita ainda como características de Veja, o constante uso, em seus discursos, de metáforas, formas opinativas (adjetivos e verbos, principalmente) e ainda, o que a autora classifica como “a busca pela verossimilhança, por meio do que poderíamos chamar de vozes comprobatórias de veracidade, conforme o propósito jornalístico” (idem).

Em “A ironia como estratégia discursiva da Revista Veja”, Márcia Benetti reforça a tese de que a ironia é utilizada como um poderoso recurso utilizado pela revista semanal na formação de opinião. Para Benetti, além

de lutar para definir uma agenda pública e os critérios de relevância do conhecimento, Veja, ao usar a ironia, exercita o poder de dizer: “isto é imoral, grotesco ou simplesmente ridículo; e você, leitor, evidentemente não pensa (não pode pensar) diferente de nós, pois pensar diferente de nós tornaria você imoral, grotesco ou ridículo” (BENETTI, 2007, p. 42).

Ao adotar uma postura alternativa Brasileiros usa do contraste com outros veículos de comunicação para reforçar suas próprias orientações editoriais. Além da Veja, caso cita-do no último parágrafo, na edição número 36 (julho de 2010), um editorial faz uma crítica à Rede Globo que, na ocasião, mantinha em sua grade um programa cujo título também era “Brasileiros”. Diz o editorial: “leitores da Brasileiros nos perguntam o que um programa da Globo com o nome Brasileiros tem a ver com nossa revista. Nada, é nossa resposta. E isso pode? Perguntam eles. Não. Não pode. É como se, sem pedir licença, o seu vizinho entrasse no seu jardim. E, além disso, com arrogância, pisasse na grama, nas plantas e nas flores que você vem cuidando com carinho. Trata-se, portanto, de falta de educação e de uso indevido da marca. E o que se pode fazer? É a outra pergunta. Bem, com relação à falta de educação, nada” (Brasileiros, ed. 33, julho de 2010). A mesma “arrogância” citada pelo editorial em referência à Rede Globo, é mencionada pela Revista em outros momentos em que a publicação elabora o discurso daquilo que “não quer ser”. Exemplo disso podemos encontrar na edição 11, de junho de 2010, quando o mesmo Hélio Campos Mello escreve: “Quando Brasileiros estava em processo de gestação, antes ainda de ter seu número zero lançado, lembro de uma conversa com Nirlando Beirão sobre o que seria e o que não seria essa revista. Falamos que ela não seria nem arrogante nem preconceituosa” (Brasileiros, ed. 11, junho de 2010).

Considerações Finais

Como o trabalho está relacionado a uma pesquisa de doutorado ainda em desenvolvimento, torna-se prematuro apontar conclusões definitivas da análise que vem sendo feita. Todavia, é possível verificar que o posicionamento editorial da publicação, a coloca no centro de uma discussão ética que confronta os limites da (im)parcialidade e da objetividade jornalística, bem como os limites da intervenção autoral dos repórteres na tessitura das reportagens.

Tem ganhado força, especialmente na academia, o entendimento de que a tríade verdade, objetividade e imparcialidade, que serviu de alicerce para formatação do jornalismo industrial a partir do século XX, já não é suficiente para sustentar a legitimidade da prática jornalística contemporânea, todavia tem se mostrado necessário o agendamento de uma discussão qualificada a respeito dos limites dessa parcialidade assumida, principalmente seus limites éticos.

REFERÊNCIAS

BARBOSA, Jefferson Rodrigues. Imprensa e Nacionalismo: contexto e influência da cultura. Política de extrema direita brasileira em jornais, livros e revistas na década de 1930. Revista Urutágua – acadêmica multidisciplinar, DCS/UEM, n° 19, Maringá. 2009.

BRITO, Leonardo. A Imprensa Nacionalista no Brasil - O Periódico 'O Semanário' (1956 - 1964). Jundiaí: Paco Editorial. 2007.

CAVALCANTI, Jaurance Rodrigues. Considerações sobre o ethos do sujeito jornalista. IN: MOTTA, Ana Raquel; SALGADO, Luciana. Ethos discursivo. (pp. 11-29) São Paulo: Contexto, 2008.

DUCROT, Oswald. Le dire et Le dit. Minuit. Paris, 1984

MAINGUENEAU, Dominique. A propósito do ethos. IN: MOTTA, Ana Raquel; SALGADO, Luciana (organizadores). Ethos discursivo. (pp. 11-29) São Paulo: Contexto, 2008.

MAINGUENEAU, Dominique. Novas tendências em análise do discurso. (trad. de Freda Indursky). Campinas, SP: Pontes: Editora da Universidade Estadual de Campinas, 3ª ed. 1997.

MARRATZU, Priamo. Nacionalismo e homogeneidade cultural: a importância dos media. [On line, disponível em <http://bocc.ubi.pt/pag/marratzu-priamo-nacionalismo-homogeneidade-cultural.pdf>]. 2006.

MEDINA, Cremilda. Ciência e jornalismo. Da herança positivista ao diálogo dos afetos. São Paulo: Summus, 2008.

MONTIPÓ, Criselli. Narrativa Jornalística e diversidade sociocultural: a tessitura das reportagens na Revista Brasileiros. Dissertação de mestrado apresentada no Programa de Pós-graduação em Jornalismo da UFSC. Florianópolis/SC, 2012.

RINGOOT, Roselyne. Por que e como estudar o discurso no contexto dos estudos sobre o jornalismo? IN Comunicação e Espaço Público. Publicação do Programa de Pós-graduação da Faculdade de Comunicação. UNB, ano – IX - n° 1 e 2 (2006). Brasília: , 2006

WOLF, Mauro. Teorias da Comunicação, 4ª ed. Lisboa: Editorial Presença, 1994

Revistas consultadas

Todas as edições de Brasileiros, de julho de 2007 a julho de 2012