



Universidade Federal de Goiás
Faculdade de Informação e Comunicação
Programa de Pós-graduação em Comunicação

Edson Francisco Leite Junior

**O MÉTODO DE APURAÇÃO DE NOTÍCIAS NO GÊNERO OPINATIVO SOB
A ÓTICA DA OBJETIVIDADE: um estudo deontológico da coluna Giro, de O
Popular**

Goiânia

2019

TERMO DE CIÊNCIA E DE AUTORIZAÇÃO PARA DISPONIBILIZAR VERSÕES ELETRÔNICAS DE TESES E DISSERTAÇÕES NA BIBLIOTECA DIGITAL DA UFG

Na qualidade de titular dos direitos de autor, autorizo a Universidade Federal de Goiás (UFG) a disponibilizar, gratuitamente, por meio da Biblioteca Digital de Teses e Dissertações (BDTD/UFG), regulamentada pela Resolução CEPEC nº 832/2007, sem ressarcimento dos direitos autorais, de acordo com a Lei nº 9610/98, o documento conforme permissões assinaladas abaixo, para fins de leitura, impressão e/ou *download*, a título de divulgação da produção científica brasileira, a partir desta data.

1. Identificação do material bibliográfico: **Dissertação** **Tese**

2. Identificação da Tese ou Dissertação:

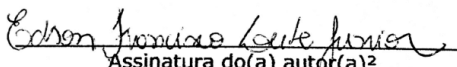
Nome completo do autor: Edson Francisco Leite Junior

Título do trabalho: O MÉTODO DE APURAÇÃO DE NOTÍCIAS NO GÊNERO OPINATIVO SOB A ÓTICA DA OBJETIVIDADE: um estudo deontológico da coluna Giro, de O Popular

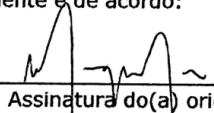
3. Informações de acesso ao documento:

Concorda com a liberação total do documento SIM NÃO¹

Havendo concordância com a disponibilização eletrônica, torna-se imprescindível o envio do(s) arquivo(s) em formato digital PDF da tese ou dissertação.


Assinatura do(a) autor(a)²

Ciente e de acordo:


Assinatura do(a) orientador(a)²

Data: 16 / 03 / 19

1 Neste caso o documento será embargado por até um ano a partir da data de defesa. A extensão deste prazo suscita justificativa junto à coordenação do curso. Os dados do documento não serão disponibilizados durante o período de embargo.

Casos de embargo:

- Solicitação de registro de patente
- Submissão de artigo em revista científica
- Publicação como capítulo de livro
- Publicação da dissertação/tese em livro

²A assinatura deve ser escaneada.



Universidade Federal de Goiás
Faculdade de Informação e Comunicação
Programa de Pós-graduação em Comunicação

Edson Francisco Leite Junior

**O MÉTODO DE APURAÇÃO DE NOTÍCIAS NO GÊNERO OPINATIVO SOB
A ÓTICA DA OBJETIVIDADE: um estudo deontológico da coluna Giro, de O
Popular**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Comunicação (PPGCOM), nível de mestrado, na Faculdade de Informação e Comunicação (FIC) da Universidade Federal de Goiás (UFG), para obtenção do título de Mestre em Comunicação.

Área de concentração: Comunicação, Cultura e Cidadania.

Linha de Pesquisa: Mídia e Cidadania

Orientador: Prof. Dr. Magno Medeiros

Goiânia

2019

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor, através do Programa de Geração Automática do Sistema de Bibliotecas da UFG.

Leite Junior, Edson Francisco
O MÉTODO DE APURAÇÃO DE NOTÍCIAS NO GÊNERO
OPINATIVO SOB A ÓTICA DA OBJETIVIDADE: [manuscrito] : um
estudo deontológico da coluna Giro, de O Popular / Edson Francisco
Leite Junior. - 2019.
204 f.

Orientador: Prof. Dr. Magno Medeiros.
Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal de Goiás,
Faculdade de Informação e Comunicação (FIC), Programa de Pós
Graduação em Comunicação, Goiânia, 2019.
Bibliografia. Anexos. Apêndice.

1. Gêneros jornalísticos. 2. Jornalismo Opinativo. 3. Objetividade.
4. Colunismo. 5. O Popular. I. Medeiros, Magno, orient. II. Título.

CDU 070

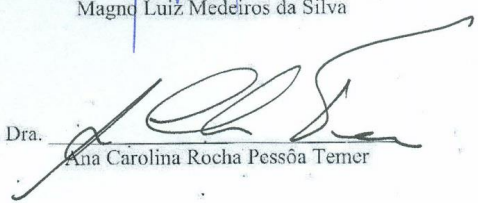


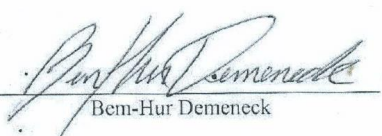
ATA 02/2019

ATA DE SESSÃO PÚBLICA DE DEFESA DE DISSERTAÇÃO

Aos dezenove dias do mês de fevereiro do ano de dois mil e dezenove, a partir das quatorze horas, via *webconferência*, no Centro de Eventos Professor Ricardo Freua Bufáical, realizou-se a sessão pública da Defesa de Dissertação de Mestrado de **EDSON FRANCISCO LEITE JUNIOR**, intitulada "O MÉTODO DE APURAÇÃO DE NOTÍCIAS NO GÊNERO OPINATIVO SOB A ÓTICA DA OBJETIVIDADE: um estudo deontológico da coluna Giro, de O Popular". A banca examinadora foi composta pelos professores doutores Magno Luiz Medeiros da Silva (orientador/FIC/UFG), Ana Carolina Rocha Pessoa Temer (FIC/UFG) e Ben-Hur Demeneck (UEPG). Após a arguição, os membros da banca se reuniram em sessão secreta para concluir a avaliação e definir o parecer final da dissertação, que foi APROVADO. Por fim, lavrou-se a presente ata, que segue assinada pelo Presidente e pelos demais membros da banca.

Prof. Dr.  (Presidente)
Magno Luiz Medeiros da Silva

Profa. Dra. 
Ana Carolina Rocha Pessoa Temer

Prof. Dr. 
Ben-Hur Demeneck

*Aos meus pais, Edson e Helena, e à minha
amada esposa, Cristina.*

AGRADECIMENTOS

Os desafios propostos por um mestrado não são fáceis. Todo o processo é doloroso, mas o resultado final, recompensador. Por saber disso, quando tomei a decisão de iniciá-lo, optei por dedicar-me integralmente a ele e sabia que essa atitude demandaria ajuda de muitas pessoas, que merecem todo o meu reconhecimento e gratidão.

Em primeiro lugar, agradeço aos meus pais, Edson Francisco Leite e Divina Helena de Camargo. Todo o suporte que sempre me deram foi fundamental para que eu chegasse até aqui. Não menos importante também foi o incentivo constante da minha esposa, Cristina Fazi Roriz, companheira de todas as horas e cúmplice de uma vida toda.

Devo agradecer também ao jornalista Caio Henrique Salgado e ao jornal *O Popular*, que permitiram que eu pudesse realizar minha pesquisa na redação em meio a um processo eleitoral, em que a rotina é ainda mais intensa. Obrigado pela disposição e interesse em contribuir com esse estudo!

Agradeço também ao meu orientador nessa pesquisa, professor Dr. Magno Medeiros, em quem me espelho. Das sugestões bibliográficas iniciais aos apontamentos durante o processo de qualificação e na execução do texto final da dissertação, sempre me ouviu com atenção, cordialidade e respeito necessários em uma relação de sucesso.

Também gostaria de agradecer a todos os professores ligados ao Programa de Pós-graduação em Comunicação (PPGCOM) da Faculdade de Comunicação e Informação (FIC) da Universidade Federal de Goiás (UFG). Em especial, agradeço a todos aqueles com quem convivi nas disciplinas cursadas e que vou listar logo a seguir.

Obrigado, professora Dra. Ana Carolina Temer. Seu trabalho é inspirador! Obrigado também aos professores Dr. Claudomilson Braga e Dra. Simone Tuzzo. A convivência com vocês me mostrou novos caminhos possíveis e me motivaram a buscar sempre a melhorar.

Agradeço ainda a professora Dra. Ângela Moraes. Devo muito do meu trabalho às suas sugestões em sala de aula, seja como seu aluno na disciplina Mídia, Discurso e

Poder, seja como seu estagiário na disciplina Teorias do Jornalismo, ministrada aos alunos da graduação.

Devo ainda o meu muito obrigado à professora Dra. Nélia del Bianco. Sempre crítica e atenta, me deu todos os puxões de orelha necessários para me manter no caminho certo em minha dissertação. Saiba que cada um deles foi extremamente importante para o meu amadurecimento intelectual.

Obrigado também aos professores Dr. Tiago Mainieri e Dr. Dalton Borges, que me mostraram a comunicação por uma nova perspectiva. E também agradeço ao professor Dr. Luiz Signates, que humildemente compartilha todo o seu conhecimento com todos aqueles interessados em aprender.

Não poderia ainda deixar de agradecer aos professores da graduação, os mestres Alfredo Lopes Costa e Salvio Juliano Peixoto Farias. Com eles, muito aprendi sobre o ofício e os desafios de ser professor universitário. Obrigado ainda às secretárias do PPGCOM, Annelise Vinhal e Tessa Lettieri, sempre dispostas a tornar questões burocráticas mais fáceis de serem resolvidas.

Devo ainda o meu agradecimento à Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), que me concedeu uma bolsa de estudos, um auxílio financeiro de grande valia para que minha dedicação exclusiva ao mestrado se tornasse possível.

Por fim, agradeço a todos os alunos da graduação em Jornalismo da UFG, com quem convivi – e muito aprendi – durante os estágios que realizei nas disciplinas Ética e Legislação da Comunicação e Teorias do Jornalismo. E também obrigado a todos os colegas do mestrado pelas contribuições constantes em sala de aula.

Chego ao fim desse ciclo com o sentimento de dever cumprido, mas com a certeza que ainda tenho muito a aprender e evoluir. Fica ainda a imensa vontade de permanecer na vida acadêmica e fazer da docência em ensino superior a minha profissão.

“O jornal é o jornal, o homem político é seu profeta. Ora, os profetas são profetas muito mais por aquilo que eles não dizem do que por aquilo que eles disseram. Não há nada mais infalível do que um profeta mudo”.

(Honoré de Balzac)

RESUMO

Este trabalho se propõe a investigar o método de apuração de notícias no gênero opinativo sob a ótica da objetividade e, para isso, será analisada a coluna Giro, do jornal O Popular, uma coluna política de notas por definição. Assim, entendendo a objetividade como método (KOVACK; ROSENSTIEL, 2004), os sentidos ligados à objetividade presentes no trabalho final do jornalista serão verificados. Então, se a objetividade está no método de busca pela verdade (DEMENECK, 2009) e como o método de apuração é fundamental para determinar a qualidade do jornalismo responsável, tido como ético, ela deve existir independente do gênero jornalístico. E para tanto, este trabalho utiliza a abordagem teórico-metodológica do *Newsmaking* em sua completude por analisar tanto o produto jornalístico (as marcas de objetividade presentes no texto) quanto o jornalista em ação (a descrição densa da cultura profissional e a deontologia da profissão). Dessa forma, a etnometodologia se mostra eficaz para expor os métodos de apuração no colunismo e para identificar os sentidos que remetem à objetividade no texto das colunas publicadas do dia imediatamente seguinte ao de observação direta, por meio de uma Análise de Discurso, embasada em Patrick Charaudeau (2015).

Palavras-chave: Gêneros jornalísticos; Jornalismo Opinativo; Objetividade; Colunismo; O Popular.

ABSTRACT

This paper intends to investigate the method of gathering news in the opinative journalism from the point of view of objectivity, and for this, the column Giro, from the newspaper O Popular, will be analyzed, a political column of notes by definition. Thus, understanding objectivity as a method (KOVACK; ROSENSTIEL, 2004), the senses linked to objectivity present in the journalist's final work will be verified. So, if the objectivity is in the method of search for the truth (DEMENECK, 2009) and how the method of calculation is fundamental to determine the quality of responsible journalism, considered as ethical, it must exist independently of the journalistic genre. This work uses the theoretical-methodological approach of Newsmaking in its completeness to analyze both the journalistic product (the marks of objectivity present in the text) and the journalist in action (the dense description of the professional culture and the deontology of the profession). In this way, ethnomethodology proves to be effective in exposing methods of verification in columns and can identify the meanings that refer to the objectivity in the text of the columns published the day immediately following the direct observation, through a Discourse Analysis based on Patrick Charaudeau (2015).

Keywords: Journalistic genres; Opinative Journalism; Objectivity; Political Column; O Popular.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	10
1. A COLUNA E O GÊNERO OPINATIVO	15
1.1. A opinião no jornalismo político	20
1.2. O Popular e a coluna Giro: o contexto sócio-histórico	32
1.3. Os jornalistas titulares da coluna Giro	37
1.4. Discurso dos colunistas da coluna Giro: proximidades e diferenças	39
2. OBJETIVIDADE JORNALÍSTICA: DO MITO AO MÉTODO	44
2.1. Raízes históricas da objetividade no jornalismo	45
2.2. A objetividade como mito	50
2.3. A objetividade como prática	55
2.4. A objetividade como método	56
3. ÉTICA, CIDADANIA E QUALIDADE DA INFORMAÇÃO	61
3.1. Ética e moral	62
3.2. Deontologia jornalística	64
3.3. Direitos humanos e direitos de cidadania	69
3.4. Jornalismo, ética e cidadania	75
4. A ABORDAGEM TEÓRICO-METODOLÓGICA DO NEWSMAKING .	78
4.1. A etnometodologia aliada ao jornalismo	81
4.2. As entrevistas em profundidade	84
4.3. A Análise de Discurso e os sentidos que levam à objetividade	86
5. O JORNALISMO OPINATIVO IMPRESSO EM ANÁLISE	91
5.1. O jornalista em ação	92
5.1.1. Um dia típico da coluna Giro	94
5.1.2. O jornalista e as fontes: a entrevista como método de apuração	96
5.1.3. O jornalista como um <i>gatekeeper</i> de opiniões	100
5.1.4. A tecnologia como ferramenta para apuração	103
5.2. O produto jornalístico: a coluna Giro publicada	105
5.2.1. O dispositivo de legibilidade da coluna Giro: o contexto gráfico .	105
5.2.2. Os valores-notícia e os sentidos que levam à objetividade	116
6. CONSIDERAÇÕES FINAIS	130
REFERÊNCIAS	136

APÊNDICE A – ENTREVISTA COM JARBAS RODRIGUES JR.	145
APÊNDICE B – 1ª ENTREVISTA COM CAIO HENRIQUE SALGADO	149
APÊNDICE C – 2ª ENTREVISTA COM CAIO HENRIQUE SALGADO	157
APÊNDICE D – 3ª ENTREVISTA COM CAIO HENRIQUE SALGADO	159
APÊNDICE E – DIÁRIO DE CAMPO (21/03/2018 - PRÉ-TESTE)	163
APÊNDICE F – DIÁRIO DE CAMPO (06/08/2018 - SEGUNDA-FEIRA)	170
APÊNDICE G – DIÁRIO DE CAMPO (14/08/2018 – TERÇA-FEIRA)	174
APÊNDICE H – DIÁRIO DE CAMPO (22/08/2018 – QUARTA-FEIRA)	178
APÊNDICE I – DIÁRIO DE CAMPO (30/08/2018 – QUINTA-FEIRA)	181
APÊNDICE J – DIÁRIO DE CAMPO (07/09/2018 – SEXTA-FEIRA)	184
APÊNDICE K – DIÁRIO DE CAMPO (10/09/2018 – SEGUNDA-FEIRA)	187
APÊNDICE L – DIÁRIO DE CAMPO (18/09/2018 – TERÇA-FEIRA)	189
APÊNDICE M – DIÁRIO DE CAMPO (26/09/2018 – QUARTA-FEIRA)	192
APÊNDICE N – DIÁRIO DE CAMPO (04/10/2018) – QUINTA-FEIRA)	194
ANEXO A – COLUNA GIRO (07/08/2018)	196
ANEXO B – COLUNA GIRO (15/08/2018)	197
ANEXO C – COLUNA GIRO (23/08/2018)	198
ANEXO D – COLUNA GIRO (31/08/2018)	199
ANEXO E – COLUNA GIRO (08/09/2018)	200
ANEXO F – COLUNA GIRO (11/09/2018)	201
ANEXO G – COLUNA GIRO (19/09/2018)	202
ANEXO H – COLUNA GIRO (27/09/2018)	203
ANEXO I – COLUNA GIRO (05/10/2018)	204

INTRODUÇÃO

Este trabalho se propõe a investigar o método de apuração de notícias no gênero opinativo sob a ótica da objetividade e, para isso, será analisada a coluna Giro, do jornal O Popular, hoje assinada pelo jornalista Caio Henrique Salgado. Assim, entendendo a objetividade como método (KOVACK; ROSENSTIEL, 2004), a intenção é procurar, tanto na rotina produtiva quanto no texto final do jornalista, as marcas da objetividade que podem estar presentes no colunismo político.

No entanto, cabe aqui destacar, a investigação das rotinas de produção em colunas de notas políticas no período eleitoral não é uma novidade. Em sua dissertação de mestrado, defendida na Universidade de Brasília (UNB) em 2011, Bárbara Cristina Arato de Almeida (2011), fez um estudo comparativo entre as colunas Giro, de *O Popular*, e Panorama Político, do jornal *O Globo*. Em seu trabalho, Bárbara chegou à conclusão de que a maioria das fontes dos jornalistas que assinam essas colunas são autoridades e assessores do governo.

Portanto, a relação entre o colunista e a fonte teria, na visão da autora, peso maior na edição das notas que o conteúdo das informações. Justamente por isso, para ela, as colunas não seguiriam à risca regras consideradas fundamentais para a prática jornalística, como as de checagem de informações. Isso nos dá margem para afirmar que, de fato, o método de apuração de notícias no gênero opinativo se dá de forma diferente que no gênero informativo.

Partindo desse estudo, este trabalho se propõe a dar um passo além a partir do momento em que não apenas se preocupa em descrever as rotinas produtivas de um colunista, mas procura entender o seu método de apuração de notícias, sob a ótica da objetividade, um dos conceitos fundamentais do jornalismo.

Assim, a busca pelos sentidos ligados à objetividade no trabalho final do colunista pode avaliar a eficácia do seu método de apuração e checagem e, conseqüentemente, por entender a objetividade como método (KOVACK; ROSENSTIEL, 2004), identificar como a objetividade no Jornalismo pode existir, independente do gênero jornalístico.

E é com esse diferencial que este presente trabalho também se volta para as colunas de notas políticas no período eleitoral. Dessa maneira, como representante desse formato em Goiás, este trabalho optou pela coluna Giro, escolha que se deu, principalmente, pela relevância sócio-histórica do veículo no Estado.

Cabe aqui destacar que o jornalista Caio é o titular da coluna Giro desde o final de janeiro de 2018, quando Jarbas Rodrigues Jr., seu antecessor, pediu demissão de O Popular. O desligamento de Jarbas do jornal se deu após 21 anos de trabalho (primeiro como repórter da editoria de Economia e, depois, por mais de 15 anos, como colunista titular da coluna Giro). Por isso, quando as pesquisas exploratórias para a realização deste trabalho foram iniciadas, o jornalista responsável por Giro era ainda Jarbas Rodrigues Jr.

De qualquer maneira, esse trabalho pretende se debruçar sobre a deontologia do jornalismo, a ética específica da profissão entendendo os valores que permeiam sua cultura profissional. E por entender que a ética não está nos códigos ou nos livros de ética, apesar de ditarem um caminho a se seguir, seria ingenuidade acreditar que eles são autodeterminantes uma vez que a ética está na práxis (BUCCI, 2000), o mesmo lugar em que a cidadania reside.

Onde há uma relação interativa e intencional de indivíduos que compartilham identitariamente um conjunto de valores, representações e de práticas entre si, há uma experiência de cidadania. Ela diz respeito à relação que os indivíduos estabelecem entre si e com a sociedade em geral. (RIBEIRO, 2016, p. 82)

E é justamente por entender que tanto ética quanto cidadania residem na prática é que este trabalho busca identificar o método de apuração de notícias no gênero opinativo, mais especificamente na coluna Giro, de O Popular, sempre sob a ótica da objetividade, aqui entendida como método (KOVACK; ROSENSTIEL, 2004).

Essa investigação será importante para identificar de que forma jornalismo, ética e cidadania se correlacionam, para assim, compreender melhor como o jornalismo opera para a construção ou desconstrução dos próprios conceitos de cidadania e ética. Até porque, a chave para entender os conceitos de jornalismo, cidadania e ética está na práxis e um jornalismo ético e responsável é fundamental para termos uma cidadania cada vez mais forte e presente em nosso país.

Assim, quando, por princípio ético, o jornalismo defende a liberdade, a verdade, a justiça, a pluralidade de opiniões e dos pontos de vista, e, além disso, atua como vigilante dos atos do governo, ele está à serviço da cidadania. Agora, quando, no caminho inverso, o jornalismo atua de forma irresponsável, sem uma apuração rigorosa dos fatos e se curva a interesses escusos, interesses esses outros que não o bem comum,

o jornalismo acaba por fornecer um desserviço à sociedade e não honra com seu compromisso primeiro de dar ao cidadão o direito à informação.

E tudo isso justifica trabalhos como este, uma vez que contribuem, cada vez mais, com a cobrança de um jornalismo de qualidade, uma vez que o debate ético sempre deve pautar a sociedade para o fortalecimento da cidadania. E é a ética que, no jornalismo, garante a promoção da cidadania. Afinal, jornalismo, cidadania e ética são uma tríade que, quando separada, causa um grande desequilíbrio e traz grandes prejuízos para toda a sociedade.

Até porque “desde as cavernas, os homens se comunicam para se congregarem politicamente”, (MELO, 2002). E a invenção da imprensa, historicamente, propiciou a liberdade de expressão e opinião. O problema é que, em diversos momentos da história, a imprensa esteve ligada a grupos ou partidos políticos, o que a torna, por vezes, em instrumento de manipulação.

Além disso, é importante também frisar aqui que este trabalho está inserido no aporte teórico-metodológico do *Newsmaking*, a teoria construcionista da notícia, que “problematiza a ideia do jornalismo como um espelho inerte no qual se refletiria a sociedade. Nessa perspectiva teórica, a forma como a notícia é produzida influi no seu resultado” (TEMER; NERY, 2004, p. 62).

E, de fato, a Teoria do Espelho é uma teoria superada, apesar de sua importância histórica por ter sido “a primeira metodologia utilizada na tentativa de compreender porque as notícias são como são, ainda no século XIX” (PENA, 2005, p. 125). Sob forte influência do positivismo, pensava-se que ao trazer para o jornalismo o rigor do método científico evitaria-se a subjetividade.

Por essa teoria, o jornalista é um mediador desinteressado, cuja missão é observar a realidade e emitir um relato equilibrado e honesto sobre suas observações, com o cuidado de não apresentar opiniões pessoais. Seu dever é informar, e informar significa buscar a verdade acima de qualquer outra coisa. Mas, para isso, ele precisa entregar-se à objetividade, cujo princípio básico é a separação entre fatos e opiniões. (PENA, 2005, p. 125)

Acreditar que substituir os comentários por fatos seria uma forma de fazer com que a palavra escrita reflita a realidade é, no mínimo, ingenuidade. Não existem meios possíveis de retratar fielmente a realidade social: esse é um processo que sempre vai haver algum tipo de mediação. Além disso, os pressupostos dessa teoria

impossibilitariam alguns gêneros jornalísticos, como o jornalismo opinativo, por exemplo.

A práxis jornalística nos traz evidências de que a realidade, no jornalismo, é socialmente construída, embasada em alguns critérios de noticiabilidade (valores-notícia) e não simplesmente um reflexo perfeito e verossímil do real. Além disso, ao ajudar a construir a realidade – e isso impossibilita a ideia de um simples reflexo do real –, o jornalismo cria formas próprias de ver, perceber e (re)construir o mundo.

Partindo desse pressuposto, este trabalho pretende debruçar sobre a rotina produtiva da coluna Giro, através da etnometodologia, com a intenção de compreender o método de apuração do jornalista titular da coluna e quais são os critérios objetivos que ele utiliza durante essa apuração.

A pesquisa centrada na análise das rotinas produtivas dá atenção aos níveis mais baixos das operações produtivas, as rotinas de trabalho: - a organização social e profissional dos jornalistas, a disponibilização e uso dos equipamentos, a acessibilidade às fontes e outras questões administrativas -, mas, em geral, não se aprofundam nas questões de planificação econômica e programação política. (TEMER; NERY, 2004, p. 62)

Dessa forma, trabalhos que se debruçam sobre a deontologia dos jornalistas, sobre sua cultura profissional, acabam, conseqüentemente, contribuindo, cada vez mais, com o debate ético e com a construção de um jornalismo de maior qualidade. E se a objetividade está no método de busca pela verdade (KOVACH; ROSENSTIEL, 2003; DEMENECK, 2009) e como o método de apuração é fundamental para determinar a qualidade do jornalismo responsável, tido como ético, ela deveria, em tese, existir independente do gênero jornalístico.

Além disso, cabe destacar aqui também que “a opinião jornalística é um segmento extremamente delicado, por diversas razões. Delas, as mais significativas dizem respeito aos compromissos com a ética profissional, com a sociedade e com o veículo ao qual o profissional está ligado” (TEIXEIRA, 2002, p. 22).

E tendo isso em mente, Adolfo Martins (2002) chega a afirmar que o ponto em comum entre a opinião e a ética é o próprio jornalista. Até porque, segundo José Antônio Teixeira (2002), é justamente a capacidade de ver, ouvir e pesquisar que

fundamenta o trabalho jornalístico, o que só comprova a ideia de que não há “fato jornalístico sem o relato jornalístico” (BUCCI, 2003, p. 9).

Assim, “entender os fatos é, quase sempre, entender o discurso que eles procuram articular por meio dos relatos jornalísticos. Indo mais longe, pode-se dizer que não há fato que não aconteça como relato. Nessa perspectiva, ser é dar-se a ver” (BUCCI, 2003, p.10). E, por isso, ao discurso jornalístico cabe hierarquizar os sentidos e os valores, preconizar condutas e modos de falar e, “ainda mais, cabe-lhe separar o que é dizível e o que é indizível” (BUCCI, 2003, p. 12).

1. A COLUNA E O GÊNERO OPINATIVO

Para iniciar a discussão teórica deste trabalho, primeiramente, é preciso situar a coluna dentro da teoria dos gêneros jornalísticos, que, para Felipe Pena (2005), se trata, basicamente, de ordenações e classificações. José Marques de Melo (1985) defende o estudo do tema alegando que ele é fundamental para a configuração da identidade do próprio jornalismo enquanto objeto científico. Já Manuel Chaparro (2000) define gêneros como formas de discurso. “Na visão pragmática, formas de dizer, para fazer – o que explica, no jornalismo, a importância da eficácia” (CHAPARRO, 2000, p 114).

Do ponto de vista histórico, é sabido que “a definição de gêneros vem desde a Grécia Antiga, há quase três mil anos, com a classificação proposta por Platão, baseada nas relações entre literatura e realidade, dividindo o discurso em mimético, expositivo ou misto” (PENA, 2005, p. 66). Já no jornalismo, ainda segundo Felipe Pena (2005), a primeira tentativa de classificação foi feita por Samuel Buckley no início do século XVIII, separando o conteúdo jornalístico em notícias e comentários.

É nesse momento da história, que, segundo Pierre Bourdieu (1997, p. 104), o jornalismo se firma enquanto campo – “em torno da oposição entre os jornais que ofereciam antes de tudo ‘notícias’, de preferência ‘sensacionais’ ou, melhor, ‘sensacionalistas’, e jornais que propunham análises e ‘comentários’”, aproveitando-se do momento sócio-histórico em que a filosofia positivista criava raízes em todos os campos da sociedade.

Ao fazer essa distinção, até então inédita, Buckley, segundo Chaparro (2000, p. 113), “não levantou qualquer barreira entre opinião e informação, ainda que tivesse pensado em fazê-lo. O que ele separou foram dois tipos de texto, um com estrutura formal argumentativa, outro com estrutura formal narrativa”. Assim, para Chaparro (2000), nos conteúdos, tanto a opinião quanto a informação permanecem na intencionalidade do jornalista ao escrever, independente da estrutura formal que apresenta.

O resultado disso, segundo Manuel Chaparro (2000, p. 97), é que “mesmo que sem tal intenção, Buckley introduziu o conceito da objetividade, tornando-se o primeiro jornalista a preocupar-se com o relato preciso dos fatos, tratando as notícias como notícias, sem comentários”. E o autor lembra ainda que “no policiamento da opinião, que os crentes da objetividade fazem, é claramente identificável um viés moralista,

como se a opinião, por si só, tornasse suspeita a informação” (CHAPARRO, 2000, p. 113).

No entanto, de fato, a decisão de separar a opinião da informação no jornal tem reflexos até hoje no jornalismo, uma vez que “no campo da teoria, sobre a experiência criada por Buckley, a cultura jornalística criou o paradigma que até hoje divide o jornalismo em Opinião e Informação” (CHAPARRO, 2000, p. 99).

A rigor, talvez não se trate de um paradigma, ao menos na significação científica do termo e no sentido que Kuhn lhe atribui, ao propor a teoria de revoluções científicas. Embora a dicotomia Opinião/Informação se tenha transformado, pela tradição, em espécie de matriz que há quase três séculos regula convicções conceituais que organizam e explicam o jornalismo, o modelo de Buckley, enquanto descoberta, nem pretensão científica teve. Já o contexto da justificação, engendrado pelos pensadores do jornalismo, acabou por criar uma lei que produziu especialistas, encheu livros e consolidou raízes, tanto das redações como nos meios acadêmicos. Além do mais, o termo paradigma migrou da cultura científica para o espaço do senso comum, como sinônimo de modelo padrão. E isso também legitima o seu uso aqui. (CHAPARRO, 2000, p. 100)

Não há dúvidas que a oposição entre Opinião e Informação no jornalismo é central na teoria dos gêneros jornalísticos. No entanto, Manuel Chaparro (2000, p 100) pondera que quando se separa o jornalismo dessa forma, acaba-se por superficializar a discussão e “torna cínica a sua prática profissional” ao se alicerçar sobre um falso paradigma. O jornalismo, na visão do autor, não se divide entre opinião e informação, mas, pelo contrário, se constrói com o híbrido de ambas.

Chaparro (2000, p. 110) acredita que “face à dinâmica e ao grau de complicação das interações que o jornalismo viabiliza no mundo atual, já não é possível explicar e entender a ação discursiva do jornalismo pela dicotomia Opinião/Informação”. E isso ocorre por que “os gêneros jornalísticos não têm fronteiras rígidas e, por vezes, é difícil classificar uma determinada peça, consideradas estrategicamente, todas as peças jornalísticas são notícias, se aportarem em informação nova” (SOUSA, 2005, p. 168).

“Por isso, podemos dizer que os gêneros são como os grupos sociais e os seres humanos que os usam: mutáveis, variáveis, dinâmicos, às vezes até mesmo contraditórios e irregulares” (ALVES FILHO, 2011, p. 20). Assim, essa natureza híbrida que hoje pode ser encontrada no jornalismo contribui com a ideia de que “os gêneros passaram a ser vistos como formas de organizar dinamicamente a comunicação humana e de expressar diversos significados de modo recorrente” (ALVES FILHO, 2011, p. 21).

Mesmo assim, “não se pode negar que a classificação dos textos tem suas utilidades” (ALVES FILHO, 2011, p. 23). Até porque não podemos desprezar a primeira separação no Jornalismo, proposta por Buckley, da qual deriva todas as demais. Por isso, ao realizar a classificação dos gêneros jornalísticos, José Marques de Melo (1985), por exemplo, pontua que o relato jornalístico assume duas modalidades: a descrição e a versão dos fatos. “O jornalismo articula-se portanto em função de dois núcleos de interesse: a informação (saber o que passa) e a opinião (saber o que pensa sobre o que passa)” (MARQUES DE MELO, 1985, p. 47).

É por não ter a ingenuidade de admitir o contrário que as instituições jornalísticas, como condição da própria sobrevivência social, necessitam estabelecer as fronteiras entre a descrição e a avaliação do real. Reside aí a bifurcação que identificamos no bojo do relato jornalístico e que chamaremos, para utilizar as expressões correntes, de jornalismo informativo e de jornalismo opinativo. (MARQUES DE MELO, 1985, p. 48)

Para Felipe Pena (2005, p. 51), “a notícia nunca esteve tão carregada de opiniões”, o que é ainda mais um indício do processo de hibridização ao qual o jornalismo tem se sujeitado nos últimos anos. E o que motiva a presença da opinião nas notícias, segundo o autor, é que o jornalismo está preocupado em ouvir sempre os dois lados - ou mais - da história, atendendo ao critério de objetividade.

Patrick Charaudeau (2015, p. 121) acredita que a opinião “depende de um cálculo de probabilidade, que leva o sujeito a tomar uma atitude intelectual de aceitação ou não da verossimilhança”, assemelhando-se à crença na binariedade do a favor ou contra. Essa seria uma forma mais fácil do ser humano enxergar e se posicionar diante da realidade.

No entanto, o autor acredita que a opinião difere da crença pelo simples fato de que para crer, não é necessário um cálculo de probabilidade alicerçado na verossimilhança e na credibilidade. A crença se dá sem questionamentos, a opinião é dada após uma reflexão lógica.

Agora, do outro lado da moeda está a informação. Se recorrermos a Dominique Wolton (2010), vamos descobrir que existem três grandes categorias de informação: oral, imagem e texto, que podem estar presentes nos mais diversos suportes. No caso do jornal impresso, encontraremos apenas duas: imagem e texto, com predominância do texto.

Além disso, Wolton (2010, p. 17) separa ainda a informação em três tipos: “a informação-notícia ligada à imprensa; a informação-serviço, em plena expansão

mundial graças à internet; e a informação-conhecimento, sempre ligada ao desenvolvimento”. Com isso, o que o autor quer dizer é que informar é diferente de comunicar, que, por sua vez, exige uma relação.

Assim, “não há, portanto, comunicação sem um mínimo de tempo, de respeito e de confiança mútua” (WOLTON, 2010, p. 20), o que significa que o jornalismo impresso, para ser comunicação, precisa de credibilidade e estar ciente que vive em função de um leitor, “que nunca foi passivo, está cada vez mais ativo para resistir ao fluxo de informações” (WOLTON, 2010, p. 18).

Para Patrick Charaudeau (2015), a informação depende da linguagem. Segundo o autor, “informar é possuir um poder que o outro ignora (‘saber’), ter a aptidão que permite transmiti-lo a esse outro (‘poder dizer’), ser legitimado nessa atividade de transmissão (‘poder de dizer’)” (CHARAUDEAU, 2015, p. 63).

Comunicar, informar, tudo é escolha. Não somente escolha de conteúdos a transmitir, não somente escolha das formas adequadas para estar de acordo com as normas do bem falar e ter clareza, mas escolha de efeitos de sentido para influenciar o outro, isto é, no fim das contas, escolha de estratégias discursivas. [...] O informador é obrigado a reconhecer que está permanentemente engajado num jogo em que ora é o erro que domina, ora a mentira, ora os dois, a menos que seja tão somente a ignorância. (CHARAUDEAU, 2015, p. 39)

Assim, ao definir o jornalismo de opinião, Adolfo Martins (2002, p. 6) destaca a relação entre o jornalista e seu público, uma vez que se trata de um “jornalismo analítico, adjetivo, questionador, proposicional, formador de opinião. É o jornalismo que estimula o debate, na medida em que os detentores de seu espaço, nos diversos veículos de mídia, analisam e opinam sobre os mais diferentes temas”. Assim, é o jornalismo opinativo aquele que mais fomenta as reações e contrarreações, sendo o palco principal para o contraditório.

No raiar do século XXI, torna-se consenso ter chegado no tempo consagrado como a Era da Informação. O jornalismo de opinião servirá para consolidar junto à sociedade legítimas opiniões antagônicas sobre as mais diversas questões. É o exercício do contraponto. É a prática do contraditório que pode servir de guia indispensável para formação da nova doxa. O jornalismo de opinião será o filtro da massa de informações que o cidadão século XXI receberá em bombardeios seguidos via jornal, revista, televisão, rádio, internet, fax ou vídeo-link. E em todos os campos: política, economia, cultura, esportes e tantos mais. (TEIXEIRA, 2002, p. 22)

Essa constatação pode ser explicada pelo fato de que, hoje, o leitor, cidadão consumidor de informação, está cada vez mais exigente e não se contenta apenas com a reportagem convencional, principalmente na editoria de política, que é onde a coluna

Giro está inserida dentro de O Popular. E um público exigente, portanto, tem obrigado os jornalistas especializados nessa área a procurarem não apenas informar os fatos, mas interpretá-los para o público leitor dos jornais.

A interpretação é “uma das características básicas do jornalismo, o que vale dizer uma atitude de ofício do agente da informação de atualidade” (BELTRÃO, 1980, p. 47). Assim, a interpretação jornalística consiste na análise preliminar a qual os jornalistas submetem os dados que recolhem a uma seleção crítica.

Se o jornalista ultrapassa os limites da busca do sentido das diferentes forças que atuam em uma situação, configurada em suas origens e em suas possíveis projeções, se submete os dados colhidos e o sentido encontrado a uma escala de valores própria, pessoal, estará em pleno domínio da opinião. Se, por outro lado, menospreza, camufla ou subtrai aspectos essenciais à exata compreensão do acontecimento ou destaca, apenas, aqueles de natureza impactual e facilmente perceptíveis, estará no campo da informação mutilada, superficial e/ou sensacionalista. (BELTRÃO, 1980, p. 48)

E, quanto à interpretação, Luiz Beltrão (1980) ainda distingue o jornalismo em dois tipos: o extensivo e intensivo. No extensivo, a informação é predominante e não há preocupação com a análise dos fatos. Já o jornalismo intensivo é exercido a base da reflexão. Nessa última distinção, a opinião e o comentário são incluídas por Beltrão (1980).

Mas, cabe ressaltar que, segundo John Hohenberg (1962), há várias formas dos jornalistas interpretarem os fatos. “A interpretação pode ser incluída no corpo da notícia ou ser objeto de um subtítulo. Se está incluída na notícia, o método mais simples consiste em relatar primeiro os fatos e, em certa altura, dizer o que eles significam” (HOHENBERG, 1962, p. 424).

Para a escola espanhola de jornalismo, “a função qualitativa de maior relevância no jornalismo é a de atribuir valor às coisas. Sem intervenção valorativa não há ação jornalística” (CHAPARRO, 2000, p. 102). E é por isso que José Luis Martínez Albertos (1993), ao definir o que é notícia, enfatiza claramente esse caráter valorativo presente no jornalismo.

Para Albertos (1993, p. 288), “notícia é um fato verdadeiro, inédito ou atual, de interesse geral, que se comunica a um público que pode ser considerado massivo, uma vez que tenha sido colhido, interpretado e valorado pelos sujeitos promotores que controlam o meio utilizado para a difusão”. Ele acredita também que

A função valorativa é absolutamente própria e específica, em todos os níveis, do exercício do jornalismo: no plano do recolhimento das notícias (tarefa peculiar dos repórteres), no plano da análise e organização das notícias

(tarefa peculiar dos redatores) e no plano do ajuizamento e comentário dessas mesmas notícias (tarefa peculiar dos editores). (ALBERTOS, 1993, p. 46)

Para Chaparro (2000), Albertos é o estudioso da disciplina de gêneros jornalísticos que melhor analisa a questão da separação do jornalismo entre opinião e informação. Na verdade, ele “quase o rejeita, com a sua proposta de inserir, com valorização acentuada, os gêneros interpretativos entre os informativos e os opinativos” (CHAPARRO, 2000, p. 103). Assim, o gênero informativo teria a intenção apenas de relatar enquanto o opinativo de persuadir. No meio disso estaria o gênero interpretativo, com a missão de analisar os fatos.

Além disso, é possível “até ousar a dizer que dentro da opinião sempre permeia a interpretação e, na informação, quase sempre – no jornalismo contemporâneo – há o lugar da interpretação” (TEIXEIRA, 2002, p. 83). O que, mais uma vez, nos dá a ideia de que as fronteiras dos gêneros jornalísticos não são rígidas, promovendo assim uma hibridização intrínseca.

1.1. A opinião no jornalismo político

O noticiário sobre política e governo, segundo John Hohenberg (1962, p. 419), “constitui um dos maiores desafios à imprensa”. É por isso que, segundo Emanuel Barreto (2006, p. 12), “dentre os diversos segmentos midiáticos o jornalismo impresso tem especial importância e repercussão na área política, com laços historicamente firmados e legitimados”. Essa relevância se dá ainda porque o jornalismo cria um elo interdependente tanto entre jornalistas e agentes políticos, e também entre os leitores e os jornalistas.

Isso porque, “quem faz reportagem política forma opinião, ainda que não seja um colunista. E opinião leva a escolhas partidárias, a julgamentos técnicos ou éticos e a ações que, em última análise, influirão no destino de toda a sociedade” (RODRIGUES, 2002, p. 84). Por isso, um repórter especializado em política tem a responsabilidade de apresentar sempre novas informações, sempre tentando antecipar as consequências e desdobramentos de fatos que sejam de interesse do cidadão eleitor, o que numa coluna como a Giro, de O Popular, é bem mais acentuado.

Assim, “entre o leitor e o jornal se estabelece uma relação de expectativa e atendimento. O jornal preenche essa expectativa modificando/atualizado, dia após dia,

os seus conteúdos” (BARRETO, 2006, p. 13). Já o elo entre os jornalistas e os agentes políticos é convergente, uma vez que ambos acreditam “que a publicização de um acontecimento é a melhor maneira para que se demonstre que cada um cumpriu com o seu papel” (BARRETO, 2006, p. 13).

De um lado os atores políticos preocupados em publicizarem seus atos, de outro os jornalistas incumbidos de levar a informação aos cidadãos. Por isso, é preciso sensibilidade do jornalista para “conquistar a confiança das fontes e para garimpar as informações exclusivas sem se deixar enganar pelo estilo pessoal envolvente da grande maioria dos políticos” (RODRIGUES, 2002, p. 85).

No entanto, essa não é uma tarefa fácil. Primeiramente, porque é necessário bastante perspicácia para identificar o jogo de interesses e a luta de poder que é travada diariamente tanto entre os agentes políticos entre si quanto entre esses mesmos agentes e a própria imprensa. O jogo de palavras e de manipulação é utilizado pelos dois lados nessa história e, caso não haja uma conduta ética por parte do jornalista, quem sai prejudicado é o cidadão, que deixa de ter uma informação de qualidade.

Dessa maneira, “o novo paradigma institucional e a nova cidadania criam as demandas que levam à oferta, pelos veículos, deste novo jornalismo político que busca ser pluralista na oferta de informação, mas trata de enriquecê-la com análises, interpretações e opiniões” (CRUVINEL, 2006, p. 215). Com esse jornalismo plural e rigoroso – tanto em termos éticos quanto metodológicos -, o cidadão se emancipa e se torna capaz de formar a sua própria opinião.

E, vale destacar, “quando mais ativa a cidadania de um país, maior será a exigência em relação à imprensa em geral e ao jornalismo em particular” (CRUVINEL, 2006, p. 223). Essa exigência, portanto, faz com que não seja “recomendável que um repórter se aventure na editoria de Política sem um conhecimento consistente e acima da média em História Contemporânea, Política, Sociologia e Economia” (RODRIGUES, 2002, p. 85).

Até porque, dentro da redação, o repórter político talvez seja o mais assediado. “Na cobertura política, o repórter é sujeito a um intenso, sistemático e variado bombardeio de vaidade, *lobbies* e de tentativas de aliciamento ideológico ou financeiro” (RODRIGUES, 2002, p. 85). Daí a importância de uma postura ética e de um jogo de cintura que o credencia para transitar de forma autônoma no cenário político com a certeza de que faz mais jornalismo do que política.

Partindo para a coluna política, mais especificamente, ela é um dos tipos mais comuns de coluna na imprensa brasileira (MELO, 1985). Isso porque, de acordo com Murilo César Ramos (1994), jornalismo e política são dois conceitos inseparáveis. E “jornalismo, como tudo na vida, é sempre interesse, é disputa de poder” (RAMOS, 1994, p. 19).

Se a imprensa, no mercantilismo, foi encontrar suas origens nos chamados sistemas de correspondência comercial, nas cartas trocadas pelos negociantes de além-mar, numa antevisão em câmara lenta do jornalismo econômico em tempo real dos dias de hoje, ela encontraria sua maturidade quando se transformou na imprensa política, de opinião, central para o desenvolvimento da esfera pública sem a qual os burgueses não teriam arrombado as portas das cortes absolutistas. (RAMOS, 1994, p. 10)

Com isso tudo em mente, é preciso partir para a teoria dos gêneros com o objetivo de se compreender melhor onde se localiza a coluna, mais especificamente a de notas políticas. José Marques de Melo (1985) determina que a nota, a notícia, a reportagem e a entrevista se situam dentro do jornalismo informativo, enquanto que o editorial, o comentário, o artigo, a resenha, a coluna, a crônica, a caricatura e a carta pertencem ao jornalismo opinativo.

A palavra coluna, segundo o jornalista e pesquisador peruano Juan Gargurevich (1982), apresenta dois significados distintos na linguagem dos periodistas. A primeira se refere aos espaços nos quais se divide o texto na diagramação do jornal. A outra significa uma seção fixa no jornal, com certa periodicidade de aparição.

José Marques de Melo (1985), ao definir a coluna, se apropria da segunda concepção descrita por Gargurevich (1982), e aponta como traço comum a essa categoria a identificação de autoria e a emissão de opiniões “temporalmente contínuas, sincronizadas com o emergir e o repercutir dos acontecimentos” (MARQUES DE MELO, 1985, p. 49).

Gargurevich (1982) concorda com isso e ainda acrescenta que a coluna, de periodicidade fixa e fácil identificação, expressa opiniões pessoais sobre pessoas ou eventos determinados, servindo também como um complemento para as informações apresentadas no jornal.

A coluna tem então como outra característica básica o elemento pessoal; é distinta da redação do resto do jornal no sentido de dar maior ênfase à opinião pessoal. Normalmente, a coluna é usada para denotar reações pessoais a uma dada notícia, mesmo quando a opinião expressa é diferente

daquela explicitamente contida no editorial do jornal. (GARGUREVICH, 1982, p. 219, tradução nossa)¹

José Luis Martínez Albertos (1993, p. 372) define a coluna, assim como o comentário, como um “artigo de raciocínio, orientador, analítico, de julgamento, valorativo – de acordo com cada caso – com uma finalidade idêntica a do editorial”. Além disso, para o autor, pode haver colunismo sobre qualquer atividade humana que se apresente com uma certa continuidade no tempo e que seja capaz de atrair a atenção de um grande número de leitores.

Seguindo a tendência norte-americana, ainda segundo Albertos (1993), existe nos jornais modernos um deslocamento dos temas do editorial para as colunas que tratam de temas políticos nos níveis municipal, estadual e federal. E isso por conta do caráter pessoal e assinado da coluna, o que redime, pelo menos em parte, a responsabilidade do veículo de comunicação sobre o que publica.

Não é necessário que o colunista sempre adote uma posição diante dos fatos; pode, sem mais delongas, tentar explicá-los. Em todo caso, o que é característico do comentário é a predição mais ou menos profética sobre o desenvolvimento dos eventos. Diríamos que o editorialista adota posições ideológicas com validade atual, enquanto o colunista faz julgamentos para entender o curso futuro dos eventos. Do ponto de vista literário, o colunista tem mais espaço para se expressar sem a nobreza do editorial, usando expressões coloquiais ou mesmo rasgadas, mas sempre num tom decoroso. (ALBERTOS, 1993, p. 373)

Se voltarmos na história, mesmo não havendo um consenso sobre qual foi a primeira coluna em um jornal brasileiro, o jornal de humor Cabrião, de 1866, é apontado por David Emerich (1997, p. 18) como “uma espécie de ancestral do colunismo de notas. Fortemente anticlerical e crítico do poder e das ações administrativas do Império, Cabrião falava do dia-a-dia, da conjuntura e dos personagens políticos”. O nome do jornal, Cabrião, já é bem sugestivo: significa aquele que está sempre importunando.

¹ Citação original em espanhol: La columna tiene entonces como outra característica básica el elemento personal; es distinta a la redacción del resto del diario em el sentido de dar mayor énfasis a la opinión personal. Normalmente, la columna se utiliza para denotar reacciones personales ante una noticia determinada, aun cuando la opinión expuesta sea distinta de la contenida explicitamente em el editorial del diario. (GARGUREVICH, 1982, p. 219)

Mais de 150 anos depois, ainda encontramos semelhanças entre o conteúdo de Cabrião e o da coluna política atual, mais especificamente a coluna Giro, de O Popular. De fato, temas políticos prevalecem e ainda hoje têm espaço garantido nas colunas – Giro inclusa - os agentes políticos e as implicações das políticas públicas adotadas pelos governos e o poder em todas as esferas. Assim, os fatos políticos ainda desconhecidos, os porões da política e o que há por trás dos discursos dos agentes políticos é o que orienta o trabalho dos jornalistas que assinam uma coluna.

Ao descrever colunas sobre os bastidores da política, como é o caso da coluna Giro, que será analisada neste trabalho, Fraser Bond (1962, p. 243) afirma que, não raro, elas assombram “os leitores, pela exatidão com que prevê nomeações ainda não anunciadas e outros acontecimentos do governo”.

Todos gostam de ser levados aos bastidores para dar uma espiada no espetáculo, de um ângulo negado ao mortal comum. Isto é particularmente verídico quando o espetáculo é importante, tal como a alta política. A seu modo, essa coluna tem muito da mesma técnica da coluna de mexerico e muito do mesmo apelo, mas transcende aquela tagarelice, em significação. Na coluna política, os nomes triviais cedem lugar aos dos líderes de governo: políticos, congressistas e senadores, e os mexericos referem-se a assuntos nacionais e internacionais. (BOND, 1962, p. 243)

De fato, com um estilo mais livre e pessoal que o noticiário comum, “a coluna tem como espaço privilegiado os bastidores da notícia, descobrindo fatos que estão por acontecer, pinçando opiniões que ainda não se expressaram, ou exercendo um trabalho sutil de orientação da opinião pública” (MARQUES DE MELO, 1985, p. 105). Dessa forma, a coluna se apresenta como um mosaico, estruturado por unidades bem curtas de informação e de opinião.

Do ponto de vista estrutural, a coluna é um complexo de mini-informações. Fatos relatados com muita brevidade. Comentários rápidos sobre situações emergentes. Pontos de vista apreendidos de personalidades do mundo noticioso. Trata-se de uma colcha de retalhos, com unidades informativas e opinativas que se articulam. São pílulas, flashes, dicas. (MARQUES DE MELO, 1985, p. 106)

A vocação híbrida da coluna também é pontuada por Manuel Chaparro (200) e é o caráter que melhor a define. Além disso, o autor lembra que a coluna é um componente fundamental na identidade discursiva do jornalismo brasileiro. “Agrega

características que a tornam tão eficaz para a argumentação (comentário da actualidade) quanto para a narração (relato da actualidade)” (CHAPARRO, 2000, p. 88).

Para José Marques de Melo (1985, p. 105), a coluna ocupa-se do furo, sempre procurando “trazer fatos, ideias e julgamentos em primeira mão, antecipando-se à sua apropriação pelas outras seções do jornal”. Justamente por isso, o autor associa a coluna à “emergência de um tipo de jornalismo pessoal, intimamente vinculado à personalidade do seu redator” (MARQUES DE MELO, 1985, p. 105). Assim, “elas ocupam lugar e página fixos, facilitando a localização pelo leitor” (CRUVINEL, 2006, p. 215), sendo assinadas por nomes conhecidos e experientes.

Nas características da coluna, tem relevância especial a capacidade de potencializar a credibilidade dos conteúdos, pois, por ter autoria conhecida e especializada, a espécie agrega a respeitabilidade do autor à do jornal. É, também, provavelmente, a espécie que melhor estabelece, para o leitor, aquilo a que Tudorov chama de expectativa de horizonte, estimuladora da busca e da leitura de conteúdos. (CHAPARRO, 2000, p. 89)

Por isso, apesar de, aparentemente, apresentar um carácter informativo, com registros de acontecimentos que ocorrem no cotidiano, a coluna, na prática, de forma sutil, mas ostensiva, emite juízos de valor. Só que a coluna “não se limita a emitir uma simples opinião. Vai mais longe: conduz os que formam a opinião pública, veiculando versões dos fatos que lhes darão contorno definido” (MARQUES DE MELO, 1985, p. 106).

Assim, o colunista, na visão de José Marques de Melo (1985, p. 109), “extrapola a sua atuação profissional como jornalista. Deixa de ser um mero observador da realidade para registrá-la e valorá-la, assumindo o papel de promotor social”, uma vez que as colunas “são destinadas a oferecer elementos para a formação de opinião, o que mais tarde renderá a seus titulares o adjetivo um tanto superlativo de ‘formadores de opinião’” (CRUVINEL, 2006, p. 215).

Além disso, José Antônio Teixeira (2002, p. 22) acredita que o leitor espera encontrar em uma coluna “a verdadeira face exposta do autor. Seja para concordar ou para discordar, o que se espera é a versão da questão ou da situação, vista pelo ângulo do jornalista”.

Dessa forma, o relacionamento do colunista com as suas fontes requer bastante cuidado. Mas, no colunismo político, principalmente, trata-se de uma relação que geralmente é bastante estreita. Só que “o jornalista não deve estar ‘junto’ das fontes do poder, deve é ter acesso a elas” (CRUVINEL, 2006, p. 221). O que deve ser buscado, portanto, é o acesso à informação, não a intimidade com o agente político.

Afinal, o jornalismo político, especialmente o praticado nas colunas que se dedicam a analisar e interpretar o fato político, se vale “essencialmente da credibilidade de quem o pratica para assegurar o quanto possível aos leitores/cidadãos a confiança na informação que recebe, a certeza de que não existem nela interesses ocultos e tentativas de manipular sua vontade” (CRUVINEL, 2006, p. 220). No entanto, apesar da liberdade do colunista de escrever o que quer, sob sua assinatura, ser amplamente reconhecida, “também o é a liberdade do jornal de cortar, censurar ou eliminar a coluna quando sente que a ocasião exige tal atitude” (BOND, 1962, p. 245).

E, além disso, outro ponto que merece ser destacado é que existem três razões que explicam a existência do colunismo no jornalismo como parte dos mecanismos de reprodução social e de controle político na sociedade burguesa (MARQUES DE MELO, 1985). E elas serão detalhadas logo a seguir.

A primeira é que a coluna satisfaz o desejo do público leitor de participar do processo de tomada de decisões da sociedade, uma vez que a maioria não tem acesso aos círculos de poder, mas podem acompanhá-lo, por meio dos jornais, mesmo que à distância. Mas “trata-se de uma forma de participação artificial, abstrata. Participam sem fazer parte” (MARQUES DE MELO, 1985, p. 107).

A segunda função é a de “balão de ensaio” (MARQUES DE MELO, 1985, p. 107). Ou seja, planta-se notícias com a finalidade de avaliar as repercussões e a reação do público diante de insinuação de fatos. “Da reação do público, estimulada por essas informações sutis, depende muitas vezes a tomada de decisões empresariais, políticas. Passado o impacto, refeito do susto, o público as aceita com tranquilidade. Ou se as rejeita, fortemente, é o caso de adiá-los” (MARQUES DE MELO, 1985, p. 107).

A terceira função é a de alimentar a vaidade de pessoas importantes, oferecendo, simultaneamente, modelos de comportamento que aumentam o consumo e alimentam a esperança dos que pretendem ingressar no que José Marques de Melo (1985) chama de

paraíso burguês. Mas com uma ressalva: “o desvio do jornalismo de opinião em publicação da opinião privada é um atentado ético” (CRUVINEL, 2006, p. 229).

E, em meio a tudo o que já foi exposto, na sociedade atual, cada vez mais plural, os veículos de comunicação se viram em meio à necessidade de alcançar um universo cada vez maior de leitores-consumidores e se tornaram mais dependentes da receita publicitária para sobreviver (CRUVINEL, 2006). Por isso, hoje em dia, ao contrário de algumas décadas atrás, “a grande imprensa, de modo geral, tem a preocupação de separar nitidamente a informação da opinião na cobertura política” (MARTINS, 2005, p. 17).

Vender 150 mil exemplares significa dirigir-se para 450 mil leitores, aproximadamente – estima-se que um jornal seja lido, em média, por três pessoas. Como não existe um público partidarizado dessa envergadura, os jornais, na tentativa de conquistar e manter escalas de tiragens economicamente viáveis, foram obrigados a se voltar para um universo cada vez mais amplo. Em vez de cativar o leitor partidarizado, como no passado, a estratégia passou a ser atrair um público plural, composto por leitores com as mais variadas simpatias políticas e as mais diferentes visões de mundo. (MARTINS, 2005, p. 19)

Nessa perspectiva apresentada por Franklin Martins (2005), o fator econômico foi o que influenciou a mudança histórica no jornalismo que separou a opinião da informação. Nesse momento é que a objetividade aparece para o jornalismo enquanto método e estratégia para alcançar a credibilidade e, conseqüentemente, aumentar as vendas e os lucros dos veículos de comunicação.

E essa mudança estrutural teve enorme impacto na alma dos jornais: “eles tiveram de deixar claro para o leitor que vendem informação, e não opinião embrulhada em notícia. Daí a necessidade da isenção na cobertura jornalística, ou pelo menos da busca da isenção” (MARTINS, 2005, p. 19). Vem daí também essa crença de que o bom jornalista é aquele que é neutro, imparcial e que não apresenta sua própria opinião diante dos fatos.

É verdade que a objetividade qualifica o noticiário político. No entanto, o jornalismo especializado em política exige uma postura do profissional rumo à contextualização, à interpretação e à complementação de informações aparentemente banais. “Em primeiro lugar porque a política é uma atividade complexa, dificilmente

compreensível apenas pelo relato de suas ocorrências cotidianas” (CRUVINEL, 2006, p. 226).

Assim, os leitores interessados em política não se contentam mais apenas com o resultado de uma votação no Congresso, por exemplo. “Passaram a se interessar também pelas causas, pelo comportamento dos principais agentes políticos e pelas consequências da conduta de seus representantes. Passaram a exigir, em resumo, mais análise e interpretação da notícia” (CRUVINEL, 2006, p. 227). Por isso, é preciso diferenciar opinião de interpretação.

Interpretação e opinião não são a mesma coisa. São semelhantes, porque ambas buscam ir além do fato em si e dar uma explicação a ele. Mas também são muito diferentes. A opinião, no fundo, apenas se alimenta do fato para reafirmar um ponto de vista prévio. Já a interpretação é uma primeira leitura do acontecimento, é uma tentativa de juntar e relacionar seus vários fragmentos no momento em que ele está ocorrendo. A primeira fecha o foco em cima de uma explicação e quer passar certezas. A segunda, ao contrário, busca abrir o leque de possibilidades e sugerir linhas de raciocínio. Uma é taxativa, tem respostas definitivas; a outra é indagativa, no máximo tem ideias preliminares. (MARTINS, 2005, p. 22)

De fato, em países democráticos, a imprensa é a responsável por aproximar os cidadãos do poder e por fazer “a mediação entre o poder político e os cidadãos, fornecendo a estes últimos a informação, acompanhada de análise ou de opinião autorizada, que lhes dará elementos para a formação de sua própria opinião, e no conjunto, para a formação da chamada opinião pública” (CRUVINEL, 2006, p. 219).

Nesse contexto, o jornalismo, então, como afirma Franklin Martins (2005, p. 34), tem a missão de “informar a sociedade para que ela, bem informada, possa tomar suas próprias decisões da melhor maneira possível”. Para ele, os jornalistas tem uma espécie de contrato informal com a sociedade para que tenham o direito de divulgar o que apuram e/ou pensam, a chamada liberdade de imprensa.

A contrapartida exigida é que o objetivo de todo e qualquer trabalho do jornalista seja o de manter a sociedade bem informada. “No fundo, o direito do jornalista à liberdade de imprensa é apenas um reflexo do direito de a sociedade ser bem informada. Essa é a questão básica que norteia a relação do jornalista com a sociedade” (MARTINS, 2005, p. 34).

Assim, a lealdade do jornalista é com a sociedade como um todo e não com a opinião pública, que pode ser definida como “a opinião predominante na sociedade (ou em seu segmento mais ativo e participativo) em um determinado momento” (MARTINS, 2005, p. 35). Afinal, “é o contrato de comunicação midiático que gera um espaço público de informação e é em seu próprio quadro que se constrói a opinião pública” (CHARAUDEAU, 2015, p. 115).

Então, encarando a opinião pública como um produto coletivo, ela “não constitui uma opinião unânime com a qual cada membro do público está de acordo, não sendo também forçadamente a opinião da maioria” (BLUMER, 1978, p. 184). Por isso, Franklin Martins (2005) alerta que o jornalista deve tomar muito cuidado com a opinião pública em seu trabalho.

Trate-a com respeito, mas não a reverencie como deusa. No fundo, ela não passa de uma velha senhora, volúvel, irrequieta e temperamental, um tanto quanto excêntrica, e muito mandona. Tem bom coração e bons valores, mas é um perigo com sua mania de simplificar as coisas e pronunciar verdades absolutas e definitivas sobre tudo. (MARTINS, 2005, p. 35)

Por fim, vale destacar que é desejável que as colunas políticas se tornem cada vez mais interpretativas. “Análise e interpretação são, portanto, uma das faces do ato de informar, sujeitas inclusive a maior rigor ético porque envolvem a subjetividade do jornalista em sua avaliação e na seleção dos aspectos a destacar” (CRUVINEL, 2006, p. 228). Esse seria um fator importante para o fortalecimento da cidadania.

Também nesse sentido, Albertos (1993) aponta que a coluna não está apenas a serviço da opinião, com preocupação de alcançar certo grau de persuasão, mas é também uma forma expressiva que serve para atingir os objetivos da interpretação jornalística – “uma atitude psicológica cujo objetivo imediato não é persuadir, mas analisar” (ALBERTOS, 1993, p. 374).

Partindo desse princípio, Albertos (1993) acredita que a coluna pode, então, ser de dois tipos: coluna de análise (interpretativa) e coluna de comentário (opinativa). Segundo ele, o colunista-analista faz uma explicação objetiva dos fatos noticiados, amparado em dados precisos com o objetivo de interpretá-los corretamente. Já o colunista-comentarista julga subjetivamente os acontecimentos e manifesta de maneira explícita sua opinião.

Assim, o relato interpretativo em uma coluna é então, segundo Albertos (1993, p. 375), o resultado da soma de quatro ingredientes: “acontecimento principal, antecedentes e circunstâncias atuais, reações e interpretações que os especialistas fazem do assunto noticioso e análise valorativa, ou previsão das expectativas na forma de uma conclusão ou valoração objetiva do acontecimento”.

Consequentemente, “a verdadeira coluna de análise deve ser um texto informativo – no nível da interpretação e explicação jornalística -, mas jamais um texto persuasivo ou de opinião, um texto apoiado fundamentalmente nos critérios subjetivos da escrita” (ALBERTOS, 1993, p. 375). No entanto, pelo caráter híbrido que a coluna apresenta, ela deve ser enquadrada sempre no gênero opinativo, apesar de, por inúmeras vezes, também apresentar características interpretativas.

Assim, com toda essa responsabilidade social atribuída ao jornalista-colunista, no relacionamento do colunista com as fontes, a busca pelo acesso à informação - e não a intimidade com o agente político - é algo que deve estar presente na rotina profissional jornalista por meio de um método eficiente de apuração de notícias. E sempre lembrando que “o processamento da informação é um dos mais delicados pontos do campo jornalístico. A notícia bem apurada tecnicamente e mal processada torna-se deficiente” (TEIXEIRA, 2002, p. 40).

Compactuando com essa ideia, para Vivaldo de Sousa, num mundo ideal, (2006) a cobertura política não deveria ser baseada apenas em declarações. No entanto, o que o autor parece esquecer é que, na política, declarações também podem ser fatos. Até porque são raras as reuniões em que os jornalistas têm livre acesso e a consequência disso é que os jornalistas acabam muito dependentes das fontes e suas respectivas versões.

Normalmente, o jornalista reconta as negociações a partir do relato de terceiros, participantes ou não dessas reuniões, e, muitas vezes, com o uso do *off* – instrumento essencial para obter as informações de bastidores. Informações necessárias para uma relato mais próximo da verdade. (SOUSA, 2006, p. 202)

Ou seja, a notícia se torna, assim, o resultado “das interferências e inserções negociadas entre os atores políticos e o jornal/jornalista a partir do que foi apurado, declarado, constatado e afinal transposto à publicação” (BARRETO, 2006, p. 12).

Dessa maneira, a notícia seria “uma coprodução das fontes (em geral funcionários públicos) e dos jornalistas” (COOK, 2011, p. 240).

De fato, “os governos são a principal fonte de notícias e têm, assim, na mídia o parceiro primordial para se legitimarem socialmente, após/além das eleições. A associação é tão estreita que parece ter uma agenda conjunta” (MELO, 2002). No entanto, é importante frisar, a recorrente predominância das vozes oficiais no jornalismo político se dá, principalmente, porque esses atores políticos gozam de uma suposta autoridade capaz de fornecer a imprensa a possibilidade de construção de um “relato defensável” (COOK, 2011, p. 219).

Para Timothy Cook (2011, p. 203), “o jornalismo deve ser considerado não só como uma instituição, mas também como instituição política; em outras palavras, os jornalistas são atores políticos”. E isso nos dá margem para interpretar o conceito de ator político, sugerido por Cook (2011) como um agente que exerce qualquer papel na política, seja um agente público, eleito ou nomeado para um determinado cargo, seja o jornalista político, que se torna um mediador entre os agentes públicos e os cidadãos, ao mesmo tempo informando e formando opinião, ou até mesmo o cidadão, um ator político que se torna ativo ao exercer o seu poder do voto, por exemplo.

Assim, essa instituição política chamada jornalismo seria, então, mais próxima das instituições intermediárias, como partidos políticos e grupos interessados no poder, do que dos três poderes propriamente ditos (representados pelas três esferas: executivo, legislativo e judiciário), o que aproxima a definição de ator político à de ator social. Até porque, segundo Alain Touraine (1998, p.37), o ator social é alguém que, “engajado em relações concretas, profissionais, econômicas, mas também igualmente ligado à nacionalidade ou gênero, procura aumentar sua autonomia, controlar o tempo e as suas condições de trabalho ou de existência”.

Essa definição de ator social nos remete a Pierre Bourdieu (1998), que defende a existência de um *habitus* incorporado pelos agentes como esquemas de apreensão de uma estrutura objetiva. O *habitus*, por sua vez, “como indica a palavra, é um conhecimento adquirido e também um haver” (BOURDIEU, 1998, p. 61), que é construído dentro de um campo social onde os agentes ocupam determinadas posições segundo a distribuição dos diferentes tipos de capital (econômico e o cultural).

De qualquer forma, a especialização em jornalismo político “requer menos um saber técnico – ao contrário, por exemplo, do jornalismo econômico – e mais um saber plural – o que envolve obrigatoriamente conhecer a história do país” (SEABRA, 2006, p. 111).

Ou seja, o jornalista que cobre política, que necessita produzir ou editar notícias todos os dias sobre este tema para seu veículo de comunicação não pode desconhecer a história do país (da mais remota à atual) e a do mundo, pelo menos a contemporânea. (SEABRA, 2006, p. 111).

Apesar de tudo o que foi exposto acima, para José Marques de Melo (2008, p. 92), historicamente, “o jornalismo político deixou de ser engajado para assumir uma postura isenta”, tendo adotado cada vez mais um tom mais neutro. E isso seria o reflexo de uma cultura da objetividade, em que tanto o público quanto os jornalistas cobram uma postura isenta e imparcial diante dos fatos, em uma clara alusão à Teoria do Espelho.

Carolina Matos (2008, p. 316) complementa com essa ideia ao dizer que, após o processo de redemocratização, é crescente a preocupação do jornalismo brasileiro “em relação ao equilíbrio da reportagem política, apesar da persistência de práticas partidárias e do aumento das pressões comerciais, uma consequência do predomínio do atual modelo de jornalismo voltado para o mercado”.

No entanto, Roberto Seabra (2006) pontua que o jornalismo político tem três funções específicas: informar, formar opinião e fiscalizar. Só que o autor reconhece que, mesmo tendo esse caráter, o jornalismo político tem acompanhado, no decorrer dos anos, “o roteiro traçado pelos grupos dominantes que pretenderam assegurar o poder, ora aderindo a esse modelo, ora denunciando-o” (SEABRA, 2006, p. 138). E isso se torna cada dia mais preocupante à medida que

A política hoje, corroída pela perda de sentido que lhe dava o antigo Poder, entrou na esfera do espetáculo. Os *media*, as sondagens, a cosmética dos candidatos, os diversos cenários de comunicação intervêm no processo eleitoral como agentes tão ou mais ativos do que essa imprecisa opinião politizada, encarregada de traduzir um certo grau de consciência cívica ou de aferir a representatividade dos candidatos. (SODRÉ, 1991, p. 51)

1.2. O Popular e a coluna Giro: o contexto sócio-histórico

“O Jornal O Popular é o impresso de maior influência em Goiás e o primeiro que foi estruturado dentro de uma empresa que contou com aparato tecnológico condizente

com os grandes centros urbanos do país” (BORGES; CHAVEIRO, 2013). Sua história está intimamente ligada à história de Goiânia.

“Fundado em 3 de abril de 1938, em Goiânia – Goiás, pelos irmãos Jaime Câmara (1909-1989), Joaquim Câmara Filho (1989-1955) e Vicente Rebouças Câmara (1898-1973)” (ALMEIDA, 2011, p. 52), *O Popular*, inicialmente, era um jornal com circulação semanal, mas logo em seguida, passou a circular duas vezes por semana: aos domingos e quintas feiras. Foi somente em dezembro de 1944 que se tornou um jornal diário (BORGES, 2013).

o nome foi escolhido por Jaime Câmara em homenagem ao idealismo do irmão, Câmara Filho, e à Tipografia Popular, um dos seus alicerces. [...] desde o início houve uma clara divisão de funções na empresa J. Câmara & Irmãos, repetida em *O Popular*: Joaquim Câmara Filho, que ocupava cargos no Estado, garantia o apoio político necessário, além de assumir a direção geral do Jornal, enquanto Jaime Câmara cuidava da administração e Vicente Rebouças Câmara da parte comercial. A primeira edição teve uma tiragem de três mil exemplares, bastante ousada para a população de uma cidade em construção. O preço de banca do número inaugural do periódico foi de \$500 réis (que equivaliam a cinquenta centavos). (BORGES, 2013, p. 143)

“Durante os cinco primeiros meses de existência, o Jornal *O Popular* era composto no mesmo sistema de impressão desenvolvido por Gutenberg” (BORGES, 2013, p. 146). No entanto, já em setembro de 1938, chegou a Goiás a primeira máquina de compor os tipos, a Linotipo, desenvolvida no final do século XIX, e importada da Alemanha pela família Câmara.

E esse investimento foi uma forte demonstração de poder econômico, uma vez que *O Popular* foi “a primeira empresa privada de Goiás a adquirir uma máquina que compunha em linha. Até então, somente a Imprensa Oficial possuía tal equipamento” (BORGES, 2013, p. 146). Isso, favorecia a circulação de mais páginas, uma vez que a Linotipo tornava o processo de impressão mais rápido.

Entretanto, as oito páginas do periódico foram apenas para a edição especial. Até o início da década de 1950, ele foi impresso com quatro páginas, passando para seis em 1952 e, depois disso, tendo suas páginas aumentadas gradativamente. Além disso, até a década de 1950, a derradeira edição do Jornal encerrava-se na véspera do Natal, que só voltava a circular no dia 01 do ano subsequente. (BORGES, 2013, p. 147)

Em seus anos iniciais, *O Popular* enfrentou uma forte concorrência. “A Folha de Goiaz era o jornal mais lido, vendido e popular de Goiânia, numa proporção de vendagem de dez contra três de *O Popular*” (BORGES, 2013, p. 144). No entanto, a gráfica de *O Popular*, segundo Rosana Borges (2013), foi por anos a única da capital, o

que foi fundamental - além do apoio político - para as finanças do jornal, que era moderno para a época, tendo sido pioneiro na introdução de fotografias em impressos.

A forte ligação de O Popular com a política local e nacional, principalmente em um período de censura (o Estado Novo), explica também a sobrevivência dele. De acordo com Rosana Borges (2013, p. 147), “os redatores de O Popular não economizavam adjetivos enaltecendo às figuras de Vargas e Ludovico, característica bem típica do jornalismo opinativo”.

No início, o grande foco era o projeto político varguista e ludoviciano e tudo o que lhes dizia respeito: imagem pessoal e política; necessidades de efetivação da Marcha para o Oeste; Goiânia, suas simbologias e materialidades; redes de transporte e comunicação; melhorias infraestruturais e tecnológicas; desenvolvimento do Centro Oeste, de Goiás e dos municípios goianos; educação e cultura; colônias agrícolas; povos tradicionais do Cerrado, incluindo os indígenas; produção agrícola, pecuária, industrial e mineral e, claro, política regional e nacional. Ao foliar os primeiros anos do Jornal, a impressão que se tem é a de um órgão oficioso a serviço do Estado em escala nacional, regional e local: datas de aniversários, eventos, discursos, cartas, telegramas, telégrafos, notícias publicadas em outros veículos jornalísticos, falas esporádicas e ações diversas, com muita facilidade, viravam manchete, mesmo quando não se tinha conteúdo para tanto. Por vezes, a publicação na íntegra de textos ou comunicados oficiais tornava-se a própria notícia, sem nenhum outro aporte. (BORGES, 2013, p. 147)

Mas Rosana Borges (2013, p. 155) pondera que, “como a vida de um jornal impresso está vinculada à factualidade e ao lugar, O Popular não se edificou apenas noticiando os feitos dos líderes políticos aos quais os irmãos Câmara estavam relacionados”. O cotidiano também estava bastante presente nas páginas do jornal, com espaço ainda “para o humor, para a literatura e para as primeiras segmentações, expressas na coluna Mocinhas e Mulheres, que existia no periódico desde o início da década de 1940 e que sumiu após 1955” (BORGES, 2013, p. 155).

“A partir de 1955, há uma repaginação de conteúdo e formato” de O Popular, segundo Rosana Borges (2013, p. 158). E os investimentos em tecnologia não pararam por aí. Já “na década de 1970, O Popular fez parte de um restrito grupo de jornais brasileiros que adotou o sistema de impressão off-set, inovador no quantitativo de impressos por hora e na forma eletrônica de composição” (BORGES, 2013, p. 160).

Nos anos 80, houve um novo investimento, mas com a aquisição de “impressoras Goss Community a cores, que aumentou a capacidade de impressão da gráfica para 47 mil exemplares de O Popular a cada hora” (BORGES, 2013, p. 161).

Em 1996, o projeto gráfico do jornal foi reformulado e passou a contar com uma versão eletrônica, disponibilizada aos assinantes no site www.opopular.com.br. No raiar do novo século, todos os processos de redação e editoração já estavam informatizados e digitais, o que não só

proporcionou uma adequação tecnológica, como também reordenou a organização e os fluxos do trabalho, agora em rede. Atualmente, a OJC faz parte do seletor cardápio de clientes da ATEX, empresa que ostenta o título de maior provedora mundial de soluções tecnológicas e industriais para o jornalismo impresso, sendo que O Popular foi o terceiro jornal no mundo a utilizar um sistema completo que interliga a produção de notícias com o conteúdo web. (BORGES, 2013, p. 161)

Dados de 2015 divulgados no portal da Associação Nacional de Jornais (ANJ) coloca o jornal O Popular como o 47º jornal com maior tiragem no Brasil, com uma média de circulação de 17.685 exemplares. Em Goiás, apenas o jornal Daqui (também do Grupo Jaime Câmara e que reproduz rotineiramente matérias editadas de O Popular) está à frente, na quinta posição com uma média de circulação bem maior: 153.049 exemplares.

Atualmente, em seu mídia kit, o jornal, que pertence ao Grupo Jaime Câmara, afirma que possui mais de 430 mil leitores, sendo que 54% são da classe AB e 19% da classe C1, que dá indícios de que se trata de um jornal que é feito para a elite. Outro ponto destacado pelo mídia kit do jornal é que 70% dos leitores têm idade entre 20 e 54 anos e que 55% não lêem outros títulos goianos, ou seja, são leitores exclusivos de O Popular. O tempo médio estimado de leitura do jornal é de 22 minutos.

Além disso, O Popular é o único jornal *quality paper* – no sentido contrário ao de imprensa popular - de Goiás auditado pelo Instituto Verificador de Circulação (IVC). Produzido em formato Berliner, possui 1.900 pontos de vendas em 175 municípios. Com 80 anos de mercado, 85% da sua circulação é de assinantes.

Dados esses números e o contexto sócio-histórico do jornal O Popular, é preciso destacar o poder simbólico – “esse poder invisível o qual só pode ser exercido com a cumplicidade daqueles que não querem saber que lhe estão sujeitos ou mesmo que exercem” (BOURDIEU, 1998, p. 7) – que o veículo de comunicação em questão o detém desde sua criação até os dias atuais.

Robert Park (2008, p. 72) é ainda mais específico ao dizer que o poder da imprensa cria “um desejo coletivo e um poder político o qual, à medida que mobiliza a comunidade, tende a finalizar a discussão”. Assim, para o autor

O poder da imprensa é a influência que os jornais exercem na formação da opinião pública mobilizando a comunidade para a ação política. É óbvio que a imprensa tem sido por toda a parte um instrumento importante na formulação de progresso político e tem desempenhado um papel importante no processo de várias maneiras e em vários estágios. (PARK, 2008, p. 71)

Mas, vale frisar, “o poder simbólico é um poder de construção da realidade” (BOURDIEU, 1998, p. 9), e não há dúvidas de que o jornal O Popular contribuiu historicamente, como já foi exposto anteriormente – e ainda contribui – para a construção da realidade goiana, o que deu a ele um capital simbólico que os demais jornais goianos não possuem. E não há como negar que, não só em Goiás, mas em todo o Brasil, “a grande imprensa comercial contribuiu para o avanço da democracia na últimas duas décadas” (MATOS, 2008, p. 298), principalmente.

Também não podemos esquecer que os jornalistas também contribuíram de diferentes maneiras nesse processo, “seja assumindo um papel de responsabilidade social, adotando uma leitura profissional progressista ou ainda se engajando na militância democrática” (MATOS, 2008, p. 302).

Mas para entender o que representa a coluna Giro no contexto sócio-histórico de Goiás é preciso voltar novamente na história do jornal O Popular. A coluna Giro só ganhou vida em 1973, após a repaginação do jornal liderada pelo jornalista Hélio Rocha (ALMEIDA, 2011). Desde então, já assinaram a coluna, além de Hélio Rocha, os jornalistas Ivan Mendonça e Jarbas Rodrigues Jr. (responsável pela coluna de 2003 até janeiro de 2018). Atualmente, é assinada por Caio Henrique Salgado.

Em geral, a coluna Giro – e isso independe de quem a assina – apresenta uma linguagem híbrida, ora meramente informativa, ora interpretativa. O tom de provocação, ou melhor, a opinião de fato, se faz mais presente nos títulos das notas apresentadas. Além disso, uma estratégia muito utilizada na coluna é o uso das aspas. Elas se fazem necessárias para apresentar as falas de autoridades, como que se dissesse para o leitor que o que está dito entre as aspas é de responsabilidade da fonte, não do jornalista nem do jornal.

A coluna Giro é publicada de domingo a domingo na página sete do jornal. No entanto, quem assina a publicação de segunda é um colunista substituto – Marcos Nunes Carreiro ou, eventualmente, Fabiana Pulcineli - em razão do domingo ser o dia de folga do colunista titular. É composta por 14 notas, sendo que uma vem em formato de pergunta para alguma fonte, que é retratada ainda por meio de caricatura, e outra é acompanhada por foto, geralmente sobre algo relacionado ao cotidiano da cidade.

Especificamente a coluna Giro foi escolhida como corpus de análise para esse trabalho por ser uma coluna que já existe há 45 anos e estar presente em um jornal de referência em Goiás (o jornal O Popular), que atinge as classes A e B. Apesar de em Goiás circularem outros jornais impressos, como Diário da Manhã e O Hoje, por

exemplo, o Grupo Jaime Câmara – que é o dono de O Popular – não é ameaçado pelos concorrentes diretos. E os números acima mencionados provam isso.

1.3. Os jornalistas titulares de Giro

Mas antes de se debruçar sobre a coluna Giro especificamente, se torna ainda necessário saber quem é o jornalista, que, ao se tornar colunista, ganha mais notoriedade e credibilidade. Assim, primeiramente, quando este trabalho foi iniciado, tentou-se uma aproximação com Jarbas Rodrigues Junior, que até janeiro de 2018, era o colunista responsável pela coluna. O intuito era realizar com ele uma entrevista de caráter exploratório com vistas à aproximação do objeto de pesquisa.

Após contato inicial via e-mail, a primeira entrevista foi agendada para o dia 10 de outubro de 2017. No entanto, na data e hora marcadas, Jarbas não compareceu. Após um novo contato, uma nova entrevista foi agendada para o dia 17 de outubro, que se realizou dentro da redação de O Popular. Ou seja, no ambiente de trabalho do colunista. Cabe destacar, porém, que assim que chegou na redação, Jarbas alegou que havia esquecido que tinha agendado a entrevista apesar de ter se mostrado disponível para realizá-la.

Ao se apresentar no início da entrevista, Jarbas disse que é natural de Anápolis, Goiás, mas que foi criado no Maranhão. Ele se formou em Jornalismo pela Universidade Federal de Goiás (UFG) em 1996, após ter sido reprovado no vestibular para engenharia na Universidade de Brasília (UNB). Jornalismo, portanto, foi sua segunda opção, seu plano B. Mas, assim que formou, ingressou em O Popular, depois de ter trabalhado por um ano no jornal Diário da Manhã, sempre na editoria de Economia.

Da editoria de Economia, ele já saiu logo para assumir o posto de colunista em uma coluna voltada para temas políticos, a coluna Giro. E isso não apenas por seu desempenho como profissional, mas muito também, na própria visão de Jarbas, pelo seu relacionamento com seus colegas e superiores na redação.

No entanto, no dia 22 de janeiro de 2018, enquanto essa pesquisa já caminhava, Jarbas Rodrigues Jr. publicou em suas redes sociais uma carta para anunciar seu desligamento de O Popular – e, conseqüentemente, da coluna Giro, depois de quase 15 anos dedicados ao colunismo. Ao anunciar seu desligamento do jornal e da coluna, ele argumentou que precisava cuidar de projetos pessoais, como as empresas da família, do ramo da construção civil, conforme ele já havia comentado em entrevista com o

pesquisador. No entanto, durante o período da pesquisa de campo, Jarbas era o assessor de imprensa do então governador José Eliton, ao contrário do que havia comunicado oficialmente ao se desligar do jornal.

Hoje, o jornalista titular da coluna é Caio Henrique Salgado, que até então, era o colunista substituto que assinava as colunas às segundas-feiras, dia da folga de Jarbas. Dessa forma, assim que Caio foi anunciado como o novo titular da coluna, foi estabelecido contato com o jornalista e foi realizada uma primeira entrevista, de caráter exploratório, que ocorreu no dia 22 de fevereiro de 2018. Isso já tornou possível a elucidação de que forma sua visão sobre a coluna se aproxima e se distancia de Jarbas, seu antecessor como titular da coluna.

Caio Henrique Salgado é jornalista formado pela Universidade Federal de Goiás (UFG) em 2008. Sua carreira teve início, assim como Jarbas, também no jornal Diário da Manhã, mas na editoria de Cultura. Nesse período, ele chegou a assinar uma coluna sobre música no periódico.

Quando saiu do Diário da Manhã, Caio trabalhou – em suas palavras, “por um curto período de tempo” - como assessor de imprensa do então deputado Samuel Belchior (PMDB) na Assembleia Legislativa. Depois, ele esteve por um breve período – algo em torno de um mês - no jornal Opção, que foi quando ele passou a trabalhar somente com política. Desde 2011, Caio trabalha exclusivamente em O Popular.

Seu primeiro contato com a coluna Giro foi ainda em 2011, quando assinava a coluna, em suas palavras, como o “substituto do substituto”. Ele não sabe precisar ao certo quando se tornou de fato o segundo nome da coluna. De qualquer forma, essa trajetória profissional narrada por Caio, no entanto, contraria a descrição que José Marques de Melo (1985) faz de um colunista: nomes conhecidos e experientes.

E essa constatação tem um porquê. Quando Caio teve seu primeiro contato com a coluna Giro, ele era um jornalista em início de carreira, ainda com pouco contato com a política. Na redação, haviam nomes bem mais conhecidos e experientes para assumir a função. No entanto, diversas circunstâncias levaram Caio a assumir o posto.

Nessa época, o jornal passava por uma ampla reformulação. Alguns dos nomes mais experientes ou tinham saído do jornal ou tinham assumido posto de chefia. Assim, a falta de pessoal, principalmente – e isso na visão de Caio -, foi determinante para que

ele fosse, à época o escolhido para a assinar, mesmo em caráter substituto, a coluna Giro.

De “substituto do substituto” à titularidade da coluna, se passaram sete anos, período suficiente para que o público e as fontes se habituassem com o nome de Caio, lhe dando cada vez mais notoriedade e credibilidade. Assim, agora, com a saída de Jarbas, sendo Caio à época o colunista substituto – ele assinava todas as segundas-feiras a coluna –, a escolha do sucessor foi quase que natural. Uma vez que Caio hoje já é um nome conhecido e experiente, assumir a coluna foi algo esperado e até muito previsível.

1.4. Discurso dos colunistas: proximidades e diferenças

Para iniciar o mergulho no universo do jornalista-colunista, foram realizadas entrevistas com Jarbas Rodrigues Jr., titular da coluna Giro até janeiro de 2018, e Caio Henrique Salgado, que assina a coluna desde então. E como “a entrevista em profundidade é extremamente útil para estudos do tipo exploratório, que tratam de conceitos, percepções ou visões para ampliar conceitos sobre a situação analisada” (DUARTE, 2006, p. 64), esse recurso foi utilizado nesse trabalho para uma abordagem inicial ao objeto a ser estudado.

Cabe destacar que outras duas entrevistas foram realizadas durante e após o trabalho de campo, mas elas darão suporte para a análise que será feita mais à frente nesta dissertação. Mesmo assim, essas entrevistas iniciais já deram pistas importantes que puderam orientar melhor o desenho metodológico dessa dissertação, que também será detalhado posteriormente no texto.

Assim, para interpretar e analisar essas entrevistas iniciais, tomando como metodologia a Análise de Discurso, foi preciso entender, como aponta John Thompson (1998, p. 24), que os indivíduos “se ocupam constantemente com as atividades de expressão de si mesmos em formas simbólicas ou de interpretação das expressões usadas pelos outros; eles são continuamente envolvidos na comunicação uns com os outros e na troca de conteúdo simbólico”.

Além disso, sempre é importante ter em mente que “o discurso não é a língua, embora seja com ela que se fabrique o discurso e que este, num efeito de retorno, a modifique” (CHARAUDEAU, 2015, p. 40).

O discurso está sempre voltado para outra coisa além das regras de uso da língua. Resulta da combinação das circunstâncias em que se fala ou escreve (a identidade daquele que fala e daquele a quem este se dirige, a relação de intencionalidade que os liga e as condições físicas de troca) com a maneira pela qual se fala. É, pois, a imbricação das condições extradiscursivas e das realizações intradiscursivas que produz sentido. Descrever sentido de discurso consiste, portanto, em proceder uma relação entre dois polos. (CHARAUDEAU, 2015, p. 40)

Dessa maneira, partindo do pressuposto que “todo discurso, antes de representar o mundo, representa uma relação, ou, mais exatamente, representa o mundo ao representar uma relação” (CHARAUDEAU, 2015, p. 42), emergem as proximidades e distanciamentos do discurso entre os dois jornalistas-colunista entrevistados.

E é interessante notar que a primeira diferença no discurso dos colunistas Jarbas Rodrigues Jr. e Caio Henrique Salgado já está na apresentação de si feita por cada um dos dois. Enquanto Jarbas se apresentou como empreendedor e jornalista, evidenciando o valor que dá aos seus projetos paralelos ao jornalismo, Caio se apresenta como um jornalista que se tornou colunista, evidenciando sua atividade exclusivamente dedicada à sua coluna e o orgulho de ter seu trabalho reconhecido na redação do jornal, que o levou à promoção de repórter à colunista, que tem *status* de editor.

Outra diferença entre os dois colunistas se encontra na rotina de trabalho. Enquanto Jarbas, na sexta-feira, deixava prontas as colunas de sábado e domingo, uma vez que ele só ia à redação de segunda à sexta-feira, Caio fecha sua coluna de domingo somente aos sábados, seja do próprio jornal, seja trabalhando de casa.

O método de busca de informações para a coluna é semelhante entre os dois colunistas. Além de buscá-las ativamente direto nas fontes (autoridades, assessores ou personagens dos bastidores do poder), seja via telefone ou pessoalmente, muitas informações chegam até os colunistas também por diversas formas (e-mail, telefone ou pessoalmente).

Agora, quando perguntado se sua coluna seria mais opinativa ou informativa, Caio afirmou que seria mais informativa, apesar de, em suas palavras, haver “uma pitada ou outra de opinião”. Isso vai ao encontro da teoria dos gêneros jornalísticos proposta por José Marques de Melo (1985), que descreve a coluna como um mosaico que mescla informação e opinião.

Além disso, ao dizer como sua coluna se diferenciaria do restante do jornal, do discurso de Caio emergem conceitos já preconizados por Marques de Melo (1985). Na visão de Caio, sua coluna é um espaço que funciona como uma espécie de radar ligado e que, para ele, não está apenas interessado no discurso oficial, mas nos bastidores da política e na exclusividade de informações, ou seja, para usar o jargão jornalístico, no furo.

Assim como Caio, Jarbas também acreditava que a coluna Giro é mais informativa que opinativa. Ambos também concordam que o tema predominante na coluna é a política, mais precisamente os bastidores da política. A diferença é que Jarbas também colocava a economia como um tema relevante e sempre presente quando assinava a coluna Giro. Além disso, a busca por informações exclusivas também é um fator importante e decisivo no trabalho de ambos.

No entanto, uma pista importante dada pelo colunista Caio na entrevista realizada foi sua resposta sobre qual a diferença entre jornalismo informativo e opinativo. Em sua resposta, ao invés de apontar as diferenças solicitadas, ele acabou descrevendo seu cuidado com o método de apuração de notícias, algo também inerente ao jornalismo informativo.

A descrição do método de trabalho do colunista também está presente na definição de Caio sobre objetividade, que se aproxima de conceitos como pluralidade, precisão e veracidade. Segundo ele, para ser objetivo, é preciso “se aproximar ao máximo do que está acontecendo de fato” e “buscar outras fontes pra ver se aquela informação procede”.

Ao tentarem explicar o critério utilizado para avaliar a credibilidade de uma fonte, tanto Jarbas quanto Caio foram enfáticos ao dizer que isso só o tempo e a experiência profissional trouxeram a eles. Essa resposta nos remete ao que Gaye Tuchman (1972) define como *news judgement*, que pode ser descrito como a expertise profissional, a perspicácia que o jornalista adquire no exercício de sua profissão.

Outra similaridade do trabalho de ambos é o trabalho individual, ou seja, não há uma equipe para auxiliar na redação da coluna: o colunista é o único responsável por ela. Além disso, ambos contam com “um amplo relacionamento e facilidades para registrar os fatos que estão acontecendo” (MARQUES DE MELO, 1985, p. 108).

Assim, o contato com as fontes é fundamental para garantir não apenas o furo, mas para ter o conteúdo a ser publicado todos os dias no jornal.

A relação dos colunistas com a internet também é outro fator de distanciamento que emerge dos discursos de Caio e Jarbas. Enquanto Jarbas via a internet, mais precisamente as redes sociais, como uma concorrente, uma vez que minava o furo inerente da coluna, Caio acredita que a internet e as redes sociais mais ajudam do que atrapalham seu trabalho justamente por reconhecê-las como ferramenta de trabalho.

E, de fato, Caio utiliza a internet como sua principal ferramenta de apuração de notícias. Jarbas, apesar de reconhecer o fator facilitador da internet em seu trabalho, ao tachá-la como concorrente de sua coluna, acabava por evidenciar sua desconfiança com a ferramenta.

Por fim, uma pista importante coletada durante a entrevista com ambos os colunistas é a preocupação sempre presente com a exclusividade da informação publicada, com o chamado furo jornalístico, que, segundo Patrick Charaudeau (2015):

pode levar o organismo jornalístico a dois tipos de armadilha: o anúncio prematuro de uma notícia que não será confirmada posteriormente, a falsa revelação, resultado de uma manipulação, ou a revelação de um fato que não merecia tornar-se um caso, e cuja apresentação produz efeitos de amplificação ou de amálgama com consequências imprevisíveis. (CHARAUDEAU, 2016, p. 75)

De qualquer forma, ambos os colunistas se mostraram cientes dessa possibilidade descrita acima e também quiseram passar uma imagem de que sabem discernir – apesar de não conseguirem detalhar precisamente o método de cada um para isso – quando uma fonte oferece uma notícia falsa, embasada em declarações mentirosas.

Da análise comparativa do discurso dos dois colunistas, o que fica evidente é que um dos fatores determinantes – mas não o único, conforme será mostrado mais à frente neste trabalho – do discurso que emerge de uma coluna, fundamentalmente, é o jornalista que a escreve, o que nos remete à noção do jornalista como um *Gatekeeper* (WHITE, 2016), ou, na tradução literal, um guardião de um portão por onde chegam as informações. Assim, o jornalista seria alguém responsável por definir o que pode ou não se tornar notícia, o que vai e o que não vai parar nas páginas dos jornais.

E mudando o jornalista, muda o ponto de vista. De Jarbas para Caio, muda a visão de mundo, mesmo ambos compartilhando de uma mesma deontologia, de uma mesma cultura profissional que tende a tornar alguns comportamentos e valores como um padrão de uma profissão. Mesmo assim, é preciso estar atento ao contexto em que o jornalista que será acompanhado nesse trabalho está inserido.

A rotina profissional e a trajetória como jornalista podem influenciar na forma como cada colunista trabalha e essa constatação já emergiu dos discursos de ambos os jornalistas entrevistados nesse trabalho. Mesmo assim, com a saída de Jarbas da coluna Giro, o foco passa a ser em Caio Henrique Salgado, em suas rotinas, seus métodos, seus rituais e estratégias.

2. OBJETIVIDADE JORNALÍSTICA: DO MITO AO MÉTODO

A atualização do conceito de objetividade jornalística é necessária para entender como se deu sua evolução, desde o seu surgimento até os dias atuais. E isso só é possível com o entendimento de que a objetividade no jornalismo não se trata de uma questão ultrapassada. Muito pelo contrário. A questão da objetividade jornalística “é uma questão complexa, controversa, polêmica. Mas sempre atual” (MARQUES DE MELO, 1986, p. 106). Afinal, não é à toa que a objetividade costuma ainda ser definida como a pedra angular do jornalismo norte-americano (SCHUDSON, 2010).

Luiz Amaral (1996, p. 17) defende que a noção de objetividade está presente em cada fase do processo jornalístico e a aponta como “uma das principais virtudes da matéria jornalística, qualidade defendida há quase um século pela imprensa americana, espelho de muitas, inclusive a brasileira”.

Javier Darío Restrepo (2004) faz uma analogia interessante ao discutir a objetividade, que, para ele, é a arte de caminhar em uma corda bamba. Um equilíbrio difícil, segundo ele, assim como no circo. Mas, se o compromisso profissional do jornalista é nunca mentir, ele deve estar visível tanto em seu exercício profissional quanto no produto final exposto nos meios de comunicação.

Ben-Hur Demeneck (2009) confirma essa ideia ao entender a objetividade como um dos fundamentos do jornalismo, o qual reúne valores e procedimentos orientados à verdade. Ele faz duas diferenciações básicas do conceito: uma genérica (a objetividade jornalística), no que diz respeito a todos os procedimentos e valores orientados à verdade, sejam políticos, éticos, epistemológicos ou técnicos/estéticos; outra estrita (a objetividade do jornalismo), relativo apenas à epistemologia, ou seja, como o campo (intelectual e prático) produz conhecimento e quais as características e métodos desse saber.

Assim, Demeneck (2009) distingue ainda três momentos para estudo da objetividade numa investigação jornalística: como ponto de partida, como percurso e como possibilidade de conhecimento proposicional a posteriori. Isso porque, para ele, objetividade tem muito a ver com o compromisso de o trabalho jornalístico ser reconhecido como um discurso da realidade social.

Para Caio Túlio Costa (2009, p. 169), “discutir a objetividade em jornalismo é uma discussão fundamentalmente ética”. Até porque, “a discussão da questão da objetividade, hoje, passa necessariamente pela compreensão do direito à informação. Mais ainda: pela sua defesa como prerrogativa democrática” (MARQUES DE MELO, 2006, p. 48).

Na medida em que o jornalista assume o papel de agente social, responsável pela observação da realidade, ele se torna mediador entre os fatos de interesse público e a cidadania. Por isso, resgatar a objetividade jornalística, depurando-a das distorções tecnicistas (síntese atomizada dos acontecimentos) ou ideologizante (neutralidade, imparcialidade, apoliticismo), significa buscar novos padrões de expressão jornalística, possibilitando a difusão de diferentes versões do fato, honestamente construídas. Todo acontecimento envolve múltiplas variáveis, distintas motivações: é necessário desvendá-lo completamente, mostrando ao cidadão sua fisionomia integral. (MARQUES DE MELO, 2006, p. 49)

Ou seja, discutir a questão da objetividade jornalística é algo complexo e ao mesmo tempo muito importante para compreender a importância do próprio jornalismo para a construção da realidade social e ainda para a promoção e consolidação da cidadania e da própria democracia.

2.1. Raízes históricas da objetividade no jornalismo

O conceito de objetividade no jornalismo, de acordo com Clóvis de Barros Filho (2003), surge nos Estados Unidos junto com as técnicas do lead e da pirâmide invertida, sob forte influência do positivismo, no final do século XIX. Deriva daí, “a distinção que hoje fazemos entre jornalismo opinativo e informativo” (BARROS FILHO, 2003, p. 22). Como se trata de uma época caracterizada pela forte crença nos fatos, a partir de então, gradualmente, o jornalismo passa a se intitular como independente.

Mas Luiz Amaral (1996, p. 29) lembra que “os jornais americanos não foram os primeiros a dar cunho de objetividade às notícias”, pois o que o autor chama de “política de imparcialidade” já estava presente e era a corrente dominante nos jornais da Inglaterra já no início do século XIX.

Desta maneira, a fronteira entre o relato objetivo e a narração subjetiva era tida britanicamente como uma posição de respeito ao leitor, que poderia ter acesso à versão dos fatos e conhecer também a sua interpretação, formulando racionalmente sua conclusão pessoal. (MARQUES DE MELO, 2006, p. 38)

No entanto, vale destacar que só depois que os norte-americanos adotaram o princípio da objetividade jornalística, com a *penny press*, sendo inclusive muito rigorosos nesse aspecto, que o conceito começou a ser difundido de forma mais ampla por todo o mundo.

Mas, como pontua Luiz Amaral (1996), até a primeira metade do século XIX, não havia no jornalismo a preocupação com equilíbrio e imparcialidade nem por parte dos editores, nem dos leitores. “Como a imprensa era sobretudo político-partidária, comprava-se (assinava-se) jornal para saborear a versão parcial dos acontecimentos e para se ler as críticas aos adversários, quase sempre pessoais, procedentes ou não” (AMARAL, 1996, p. 26).

A penny press representou verdadeira revolução na imprensa americana. Para começar, inventou o moderno conceito de notícia, passando a se interessar pelo que acontecia no dia-a-dia da comunidade, seus dramas, suas alegrias e decepções, pela história de interesse humano, espetáculos, crimes, casamentos, esportes. Ela descobriu a sociedade e passou a noticiá-la. Redefiniu o público e o privado. (AMARAL, 1996, p. 30)

Mas quando a *penny press* exigiu “que as matérias fossem fotograficamente fiéis à vida” (AMARAL, 1996, p. 31), em uma época de hegemonia dos fatos sobre o comentário, ela estava trabalhando com uma lógica puramente comercial. Com “menos partidarismo, menos preconceito, menos distorções, menos *parti pris*, mais leitores, mais anúncios, receita maior. Era a vez da empresa jornalística e da satisfação do gosto do leitor” (AMARAL, 1996, p. 34).

E Clóvis de Barros Filho (2003, p. 23) acrescenta ainda que a consolidação gradual da objetividade “é consequência não só de interesses econômicos ligados à eficácia, à rentabilidade, ao menor esforço e ao menor risco, mas sobretudo por uma estratégia de legitimação de um tipo de produto dentro de um campo jornalístico em formação”.

A objetividade reclamava dos jornalistas que desenvolvessem um método consistente de testar a informação – um enfoque transparente com as provas disponíveis – precisamente para que os preconceitos pessoais ou culturais não prejudicassem a exatidão do seu trabalho. (KOVACH; ROSENSTIEL, 2004, p. 114).

Surgiam assim, então, de acordo com Ben-Hur Demeneck (2009), novos valores que foram posteriormente ligados à norma da objetividade. São eles: valores e procedimentos políticos (apartidarismo, pluralidade, distanciamento e equilíbrio), valores e procedimentos epistemológicos (faticidade, transparência, rigor e acurácia), valores e procedimentos estéticos (concisão, clareza e hierarquização de conteúdos) e valores éticos (honestidade, justiça).

Dessa forma, pode-se dizer que “desde que o jornal virou produto industrial e de massa estabeleceu-se, com o forte empurrão da imprensa americana, o clichê segundo o qual o bom jornalismo seria sinônimo de imparcialidade, senso comum definitivamente dicionarizado” (COSTA, 2009, p. 156). De lá até aqui, de acordo com Felipe Pena (2005, p. 49), “o conceito de objetividade é um dos mais discutidos em jornalismo. Talvez, o mais antigo”.

De fato, a política editorial da objetividade e sua migração do discurso científico do século XIX para as páginas dos jornais tem a ver com a formação de um novo público e com os interesses econômicos das empresas jornalísticas em sua gênese e ascensão, mas também tem forte relação com a luta por direitos individuais e por uma universalização do conhecimento. Até porque as demandas sociais que conduzem a uma imprensa vinculada à norma da objetividade passavam pela desconfiança dos trabalhadores em relação à imprensa que até então se caracterizava por ser abertamente panfletária e partidária (DEMENECK, 2009).

Desde então, a crença na objetividade diz respeito a uma crença nos fatos e uma descrença nos valores, além de um compromisso em fazer a separação entre ambos. Isso também nos leva a pensar na existência de um contrato de leitura nos jornais, presente inclusive nos dias de hoje, em que não se pode desprezar a expectativa de objetividade e imparcialidade por parte do consumidor da mídia. (BARROS FILHO, 2003).

De fato, não tem como negar que “no século XIX se propõem gramáticas, presentes tanto na metodologia da pesquisa do conhecimento científico quanto na captação e narrativa da contemporaneidade que se difunde nos meios de comunicação social” (MEDINA, 2008, p. 18). E hoje, não há dúvidas de que essas gramáticas ainda se fazem presentes em nossa sociedade.

E a principal responsável por ditar essas gramáticas ainda tão presentes na contemporaneidade é a escola positivista, corrente filosófica datada do século XIX que deixou uma herança ao pensamento moderno que até hoje pode ser vivenciada em diversos campos. O jornalismo, principalmente, também não está imune à herança positivista.

Ora, “quando se observa o fazer cotidiano do jornalista e a doutrina presente na formação universitária (que data também do fim do século XIX), verificam-se marcas epistemológicas herdadas do *Discurso sobre o espírito positivo*. Ou do espírito comtiano” (MEDINA, 2008, p. 24).

Cremilda Medina (2008) enumera essas marcas epistemológicas presentes no jornalismo: a noção de real e a relação objetiva com o real; a tendência para diagnosticar o acontecimento social no âmbito da invariabilidade das leis naturais; a ênfase na utilidade pública dos serviços informativos; o tom afirmativo perante os fatos jornalísticos; a busca obsessiva pela precisão dos dados como valor de mercado; a fuga das abstrações; e a delimitação de fatos determinados.

Das ordens imediatas nas editorias dos meios de comunicação social às disciplinas acadêmicas do Jornalismo, reproduzem-se em práticas profissionais os dogmas propostos por Auguste Comte: a aposta na objetividade da informação, seu realismo positivo, a afirmação de dados concretos de determinado fenômeno, a precisão da linguagem. Se visitarmos os manuais de imprensa, livros didáticos da ortodoxia comunicacional, lá estarão fixados os cânones dessa filosofia, posteriormente reafirmados pela sociologia funcionalista. (MEDINA, 2008, p. 25)

E “se Auguste Comte vocalizou as linhas mestras do cientificismo no século XIX, o jornalismo que se estruturava como o discurso de atualidade não ficou imune aos princípios doutrinários do positivismo” (MEDINA, 2008, p. 24). No início do século XX, Otto Groth, por exemplo, foi um dos influenciados pela escola positivista.

Mas apesar de o discurso informativo e o discurso científico terem em comum a problemática da prova, eles se diferenciam num aspecto fundamental: “enquanto o primeiro se atém essencialmente a uma prova pela designação e pela figuração (a ordem da constatação, do testemunho, do relato de reconstituição dos fatos), o segundo inscreve a prova num programa de demonstração racional” (CHARAUDEAU, 2015, p. 61).

Por isso, ao propor o fundamento da ciência dos jornais, Groth (2011) elaborou leis universais para definir o jornalismo: periodicidade, atualidade, universalidade e publicidade (no sentido de difusão). O método no jornalismo surge, segundo o autor, espontaneamente como um imperativo e uma necessidade do próprio processo de investigação.

Assim, para entender o fazer jornalístico, a teoria comtiana da abstração é de grande valia. Isso porque, “para Comte, o conhecimento humano é feito com a observação e o raciocínio. Trata-se de observar a matéria dando-lhe a forma. E o raciocínio é o que Comte denomina de abstração” (TISKI, 2010, p. 219). Mas feita essa afirmação, ou, melhor dizendo, abstração, surge a pergunta: como funciona nossa capacidade abstrativa?

No fundo é uma explicação muito semelhante à explicação lógica formal aristotélico-tomista: a partir do contato com objetos formamos imagens deles. Por simples apreensão formamos ideias a respeito deles. Juntamos essas ideias formando juízos. Daí juntamos os juízos formando raciocínios. (TISKI, 2010, p. 219)

É bem verdade que “sempre que o jornalista está diante do desafio de produzir notícia, reportagem e largas coberturas dos acontecimentos sociais, os princípios ou comandos mentais que conduzem a operação simbólica espelham a força da concepção de mundo positivista” (MEDINA, 2008, p. 25). E a metodologia operacional dogmática do positivismo se mostra extremamente eficiente para o discurso de atualidade – e de pretensão de verdade – do jornalismo.

Assim, “os princípios positivistas dão a garantia aos operadores da informação jornalística de que, como diria Comte, elimina-se a vã erudição e se constrói um relato da ordem natural das coisas” (MEDINA, 2008, p. 25). O pragmatismo – ingrediente positivista tão presente no jornalismo – se torna, então, instrumento de cidadania, o que, por sua vez, seria a função social da imprensa.

O real como objeto de conhecimento frequenta a oficina das ciências como frequenta a oficina jornalística. Não há diferenças substantivas entre a metodologia da pesquisa empírica nas chamadas ciências sociais e a metodologia da reportagem. As técnicas operacionais de pesquisa empírica e na reportagem estão sintonizadas com o ideário de Auguste Comte -, abstraída, é claro, a ordem hierárquica dos agrupamentos científicos. Nessa hierarquia, o conhecimento do presente fica à margem, é desqualificado. (MEDINA, 2008, p. 27)

O que Cremilda Medina (2008) chama de conhecimento do presente seria o próprio jornalismo elevado à condição de ciência, o que não é em si uma novidade. Para Robert Park (1970, p.175), “como forma de conhecimento, a notícia não cuida essencialmente nem do passado nem do futuro, senão do presente”. Até porque, “nas sociedades contemporâneas, a produção e a certificação das narrativas por onde se experimenta os quadros do mundo neste momento, a chamada atualidade, é função do jornalismo” (GOMES, 2009, p.15).

Assim, não se pode menosprezar o fato de que os preceitos positivistas no jornalismo continuam vivos e seguem definindo o próprio jornalismo, seja no processo de delimitação do que é ou não jornalismo, seja na discussão da própria práxis jornalística. Seja no método de busca pela verdade, intrínseco ao fazer jornalístico, ou até mesmo na valorização das fontes de autoridade, em que a valorização da ciência está implícita.

2.2. A objetividade como mito

Culturalmente no jornalismo, há uma tendência em se reduzir a objetividade à condição de mito. Um dos autores dessa corrente é Antônio Hohfeldt, que em trabalho apresentado na edição de 2004 do congresso da International Association for Media and Communication Research (IAMCR) apresentou a objetividade como uma categoria jornalística mitificada.

Partindo da conclusão de um estudo anterior em que foram pesquisados 21 livros (sendo 16 autores brasileiros e 5 estrangeiros), em que buscava os critérios jornalísticos mais utilizados na construção do texto jornalístico, Antônio Hohfeldt (2004) questionou a objetividade em diferentes aspectos e chegou à conclusão de que a objetividade é o grande mito da comunicação jornalística.

Embasado no conteúdo de livros de jornalismo, entrevistas com jornalistas e em manuais de redação e estilo, o levantamento realizado por Antônio Hohfeldt (2004) do que se diz sobre a objetividade mostrou não apenas a ambiguidade do conceito, quanto a sua crescente desvalorização científica e relativização, o que, para ele, prova sua tese de mitificação do conceito.

No entanto, vale destacar, ao reduzir a objetividade a um mito, simplifica-se demasiadamente o debate e complica-se ainda mais o resgate da ética da atividade jornalística, já que a discussão desse conceito é um debate fundamentalmente ético (COSTA, 2009).

Antônio Hohlfeldt (2004) reconhece que para poder configurar corretamente a atualidade e a operacionalidade da objetividade no jornalismo são necessários estudos etnográficos. Afinal, só indo para dentro das redações e vendo de perto como se dão as rotinas produtivas dos jornalistas que é possível entender melhor o que é e como se dá a objetividade no jornalismo.

E é por isso, que ao investigar a objetividade jornalística, é importante conhecer o trabalho de Gaye Tuchman, pesquisadora que descreveu o conceito sob a ótica de como os jornalistas o percebem em suas rotinas profissionais (LEITE JUNIOR, 2017). Tuchman se apoia na Sociologia do Conhecimento, uma corrente da Sociologia Fenomenológica, e é vinculada ao positivismo norte-americano, dentro da perspectiva pragmática dos estudos de comunicação (PIMENTEL; TEMER, 2012).

Por causa de sua metodologia etnográfica (observação participante), seu trabalho tem grande impacto entre os produtores de notícias, embora essa valorização seja em um sentido muito mais prático que crítico (LEITE JUNIOR, 2017). Isso porque a produção intelectual de Tuchman é de difícil acesso aos brasileiros. Até 2012, apenas três de seus trabalhos em *newsmaking* tinham tradução em português (PIMENTEL; TEMER, 2012).

Dessa forma, ao aprofundar os estudos de objetividade jornalística, é preciso recorrer à teoria do *newsmaking*, também conhecida como teoria construcionista da notícia. Como esses estudos se debruçam sobre os emissores e sobre os processos produtivos nas comunicações de massa e, especialmente, nos produtores de notícia, essa perspectiva teórica acredita que a forma como a notícia é produzida influi no seu resultado e problematiza a ideia do jornalismo como um espelho da sociedade, contrapondo-se à teoria do espelho (TEMER; NERY, 2004).

Ou seja, com os estudos do *newsmaking*, chega-se à conclusão que o jornalismo não é capaz de fazer um retrato fiel da realidade. Assim, para o jornalismo cabe o papel de contribuir de uma forma importante na construção social da realidade. E, partindo

dessa premissa, o estudo de Tuchman (1972) chega a duas conclusões importantes que trazem uma nova perspectiva sobre o conceito de objetividade.

A primeira é que o jornalista objetivo é aquele que faz distinção entre aquilo que pensa e aquilo que relata. E a segunda é a constatação de que todos os procedimentos estratégicos em busca da objetividade configuram apenas uma tentativa, não uma realidade, o que também a coloca no patamar de mito. “Embora esses procedimentos possam fornecer provas demonstráveis de uma tentativa de atingir a objetividade, não se pode dizer que a consigam alcançar” (TUCHMAN, 2016, p. 129).

Mesmo assim, é preciso ir mais fundo no trabalho da autora. Ao conceituar objetividade como um ritual estratégico, Tuchman (1972) primeiro define o que entende por ritual e estratégia. Para a autora, ritual é um procedimento de rotina que tem relativamente pouca relevância ou uma relevância tangencial para o fim procurado, sendo ainda uma estratégia performativa. Já estratégia trata-se de uma tática ofensiva destinada a prevenir o ataque e se defender das críticas.

E é no pilar estratégico que reside a principal justificativa da objetividade jornalística. Para os jornalistas, assim como para os cientistas sociais, a objetividade funciona como um escudo. É a proteção entre eles e os críticos. E, nesse contexto, a objetividade é encarada como uma estratégia.

Para usar a metáfora utilizada por Tuchman (2016, p. 112), quando atacados, “os jornalistas invocam a sua objetividade quase do mesmo modo que um camponês mediterrâneo põe um colar de alhos à volta do pescoço para afastar os espíritos malignos”. Essa imagem ajuda ainda a compreender a crítica de Tuchman (1972), que verifica que os jornalistas não compreendem bem o conceito de objetividade. “Ao contrário dos cientistas sociais, jornalistas têm um repertório limitado com o qual definem e defendem a sua objetividade” (TUCHMAN, 2016, p. 113).

Mas Tuchman (1972) contextualiza que essa falta de uma conceituação precisa de objetividade entre os jornalistas é resultado das rotinas produtivas exaustivas. Para a autora, o jornalista é um homem de ação, obrigado a tomar decisões imediatas relativas à validade, credibilidade e “verdade” durante a construção da notícia.

Para os jornalistas, de acordo com Tuchman (1972), o ponto de partida para a objetividade é o descomprometimento, a imparcialidade e a impessoalidade. Assim,

segundo a autora, os jornalistas defendem que se todos os repórteres reunirem e estruturarem os fatos dessa maneira, prazos serão respeitados e os processos de difamação evitados.

Além disso, apuração é o pré-requisito fundamental para a objetividade no jornalismo. Mas “se a verificação é necessária, mas não pode ser obtida, o jornalista pode seguir outras estratégias” (TUCHMAN, 2016, p.116). E entre essas outras possibilidades de alcançar a objetividade enumeradas por Tuchman (1972) está a apresentação de possibilidades conflituais. Segundo a autora, deve-se levar em consideração que há um pântano de opiniões querendo ser tomadas como fatos, que ela chama de “política da realidade”. Assim, o jornalista reivindica sua objetividade ao prezar pela pluralidade.

Apresentando os dois – ou mais – lados de uma determinada questão sem favorecer qualquer indivíduo ou partido político, o repórter, supostamente, conforme aponta Tuchman (1972), dá ao leitor a chance de decidir qual é a versão que mais se aproxima da “verdade” dos fatos. E com uma particularidade: “o leitor pode não ser confrontado com os pontos de vista acerca de uma notícia num só dia, mas ele irá ser confrontado com uma diversidade de pontos de vista ao longo de um certo período de tempo” (TUCHMAN, 2016, p. 118).

No entanto, Tuchman (1972) alerta para o fato de que esse hábito jornalístico implica em um insistente convite à percepção seletiva do leitor, ao invés de contribuir para a formação de opinião de forma imparcial.

A apresentação de provas auxiliares que validam uma afirmação é outro recurso que é bastante utilizado por jornalistas que buscam a objetividade. No entanto, isso colabora com a ideia equivocada de que os fatos falam por si. “Essa expressão implica uma distinção cotidiana entre ‘fatos expressivos’ e o repórter que fala pelos ‘fatos’. Só que, na visão da autora, se o repórter decidir falar pelos ‘fatos’, ele não poderá afirmar-se objetivo, ‘impessoal’, ‘imparcial’” (TUCHMAN, 2016, p. 120). Além disso, os processos sociais influenciam a avaliação e aceitação dos fatos.

Mas Tuchman (2016, p. 120) também observa que “os jornalistas veem as citações de opiniões de outras pessoas como uma forma de prova suplementar. Ao inserir a opinião de alguém, eles acham que deixam de participar na notícia e deixam os

‘fatos’ falar”. Por isso, o uso judicioso das aspas, para usar o termo que a autora utiliza, é também uma estratégia a que os jornalistas recorrem muito com o intuito de alcançar a objetividade, além de ser um instrumento de sinalização.

Atendo-se ao aspecto formal da notícia, podemos ainda identificar que “a estruturação da informação numa sequência apropriada é também um procedimento destinado a indicar a objetividade” (TUCHMAN, 2016, p. 122). Assim, no que os jornalistas chamam de pirâmide invertida, a informação mais importante é apresentada no primeiro parágrafo de uma notícia, também chamado de *lead*, seguida pelas de menor relevância.

“Até certo ponto, as dificuldades dos jornalistas são mitigadas pela fórmula familiar de que a notícia preocupa-se com ‘o quem, o quê, o quando, o onde, o porquê e o como” (TUCHMAN, 2016, p. 123). No entanto, Tuchman (1972) alerta para a armadilha que essa técnica implica, uma vez que a responsabilidade pela escolha do que é mais importante recai apenas sobre o repórter, que, por sua vez, “só pode invocar o profissionalismo e afirmar que o *lead* é validado pelo *news judgement*” (TUCHMAN, 2016, p. 122).

E *news judgement*, para Tuchman (1972), é o conhecimento que o jornalista adquire com a experiência profissional que o permite fazer três generalizações. A primeira delas é a de que a maioria das fontes tem interesses pessoais a defender. A segunda é que alguns indivíduos estão em uma posição em que sabem mais do que outras pessoas em uma organização. Já a terceira é que as instituições têm procedimentos que visam proteger tanto a própria instituição quanto as pessoas que estão em contato com elas.

Sem dúvidas, a experiência organizacional do jornalista o torna resistente às hipóteses que contrariam suas expectativas e o senso comum da categoria profissional determina se uma informação pode ser aceita como fato. E, ter isso em mente é uma arma importante na rotina produtiva do jornalista.

E aqui vale destacar, como Tuchman (1972) expõe, que as estratégias utilizadas pelos jornalistas para atingir a objetividade acabam por resultar em efeitos contrários ao esperado. Isso porque também constituem um convite à percepção seletiva, insistem erroneamente na ideia de que os fatos falam por si, são um instrumento de descrédito e

um meio do jornalista fazer passar a sua própria opinião, são limitados pela política editorial de uma determinada organização jornalística e, por fim, iludem o leitor ao sugerir que a “análise” é convincente, ponderada ou definitiva.

2.3. A objetividade como prática

O trabalho de Gaye Tuchman (1972) sobre objetividade, apesar de importante para os estudos em jornalismo, não está imune às críticas. Gilles Gauthier, “um dos mais conhecidos defensores da objetividade jornalística” (COSTA, 2009, p. 157), avalia o trabalho da autora norte-americana como uma tentativa de descobrir os usos práticos da objetividade.

Mas, para Gauthier (1993), Tuchman não está preocupada em conceituar a objetividade, mas em descobrir o uso que os repórteres fazem dela. Assim, o trabalho de Tuchman (1972), na visão de Gauthier (1993), não esclarece o conceito de objetividade. E, como contraponto, ele faz uma defesa aberta da objetividade jornalística e confronta os que pensam que a objetividade no jornalismo é desnecessária, ilusória ou artificial.

Uma vez determinada a escala de aplicação da objetividade no jornalismo, seria impossível descrever não somente o seu uso, mas como os fatos são processados pelo jornalista com vistas à objetividade, visando à objetividade. Estabelecer esse tipo de definição e, subsequentemente, identificar o campo semântico específico ao qual pertence a objetividade, poderia conduzir a um novo reconhecimento da necessidade da objetividade no jornalismo, entendendo, diz ele, que nós desejamos preservar a existência do relato factual da notícia. (COSTA, 2009, p. 163)

Para Gauthier (1993), decretar o fim da objetividade no jornalismo seria o mesmo que decretar o fim do próprio jornalismo. Para ele, a objetividade não pode ser entendida apenas como uma meta ou objetivo, mas sim uma prática jornalística. Assim, a aplicabilidade da objetividade no jornalismo estaria então restrita à maneira pela qual a notícia é manipulada pelo jornalista. Portanto, ela estaria presente apenas no processamento da informação.

Philip Meyer (1989, p. 86) acredita que o “jornalista deve pensar de um modo científico: suspendendo o julgamento, examinando dados, construindo modelos alternativos”. E, para isso, ele propõe quatro regras pragmáticas para se alcançar a objetividade no texto jornalístico.

A primeira delas é a regra da atribuição, que “requer que o repórter forneça a fonte, seja esta óbvia ou não, de cada fato importante de uma história” (MEYER, 1989, p. 86). No entanto, o autor reconhece que, se aplicada de forma compulsória, pode levar o repórter a, quando quiser se isentar da responsabilidade pela informação, se tornar refém das fontes e não checar toda informação que receber delas.

Obter o outro lado da história é a segunda regra proposta por Philip Meyer (1989, p. 87). Afinal, “quando alguém faz uma afirmação que não é verificável por observação direta, e para a qual existem outros pontos de vista, espera-se que o repórter inclua esses outros pontos de vista”.

Mesmo assim, haverá ainda situações, como pontua o autor, que em alguns casos complicados que envolvam muitos pontos de vista, alguns deles irão inevitavelmente se perder. Além disso, se qualquer fonte não for localizada ou se recusar a responder, é fundamental que o leitor saiba que foi feita a tentativa.

“Outra regra básica é a de que grupos conflitantes deveriam receber espaço igual dentro do jornal” (MEYER, 1989, p. 88). Trata-se da terceira regra: a do espaço igual. Já a quarta e última regra é a do acesso igual, que dita que todos os interesses da comunidade deveriam ter uma oportunidade igual de ter seus pontos de vista retratados pelo jornal. E, mesmo assim, o acesso igual é sujeito a variações de valor-notícia, o que pode tornar alguns grupos invisíveis e outros visíveis demais.

Está posto que essas regras ainda estão longe de garantir, de fato, a objetividade no texto jornalístico. No entanto, elas nos dão pistas importantes para darmos um passo adiante e entendermos que a objetividade não como um fim, como muitos acreditam, mas um meio, um método que, por ser objetivo, faz do relato jornalístico algo que tenha credibilidade.

2.4. A objetividade como método

A objetividade, então, está relacionada com racionalidade e lógica, pois o jornalismo abriga uma característica racional fundamental para a comunicação com grandes grupos humanos. Dessa forma, ser mais ou menos objetivo se relaciona com o

rigor do método e a exposição desse método, ou seja, a transparência. Por isso, serve como reforço informativo ou metodológico para uma maior aproximação da verdade.

O jornalista lança mão de métodos de apuração da informação, junto dos quais diminui o grau de suas incertezas, anterior à publicação de um conteúdo o qual considere verdadeiro, defensável argumentativamente e que mantenha sua credibilidade diante do público. Tanto em padrões éticos como epistemológicos, o jornalismo tem como compromisso trazer um relato mais próximo da verdade possível, segundo os meios de que disponha. (DEMENECK, 2009, p. 123)

Mas é bom lembrar que, no jornalismo, não existe uma verdade absoluta, mas relativa. Não se trata de verdade, mas de versões que ajudam a construir a verdade jornalística. Eugênio Bucci (2000) define o conceito de verdade no jornalismo ao dizer que a verdade na imprensa é precária. Mas, apesar disso, ele defende que a credibilidade no jornalismo é duradoura porque só depende do vínculo de confiança.

Assim, a credibilidade jornalística é construída ao longo do tempo pela postura ética do jornalista e do veículo de comunicação como um todo. A lógica é a seguinte: se há ética, há confiança e credibilidade; sem ética, nada feito. E, para alcançar a tão sonhada credibilidade, jornalistas têm em mãos ferramentas e técnicas que auxiliam nesse objetivo.

Uma dessas ferramentas e técnicas, que podemos chamar de método, é a objetividade, que para Bucci (2000), se traduz apenas em um dever ser, uma vez que depende de ações subjetivas dos sujeitos que são notícias, que, por sua vez, são observadas também subjetivamente por aqueles que são encarregados de levar informação ao público.

a objetividade depende de quem for o jornalista e de qual for a história a ser investigada e contada. A melhor objetividade no jornalismo é então uma justa, transparente e equilibrada apresentação da intersubjetividade. Quando o jornalismo busca a objetividade, está buscando estabelecer um campo intersubjetivo crítico entre os agentes que aí atuam: os sujeitos que produzem o fato, os que o observam e o reportam, e os que tomam conhecimento do fato por meio do relato. (BUCCI, 2000, p. 93-94)

E, de fato, “para os jornalistas, a objetividade não significa que eles são observadores imparciais de acontecimentos – como acontece com os cientistas sociais – mas que procuram e relatam os fatos do modo mais imparcial e equilibrado possível” (SOLOSKI, 2016, p. 139).

Portanto, “a objetividade surge, então, porque há uma percepção de que os fatos são subjetivos, ou seja, construídos a partir da mediação de um indivíduo, que tem preconceitos, ideologias, carências, interesses pessoais ou organizacionais e outras idiossincrasias” (PENA, 2005, p. 50). Assim, a objetividade não pode, de forma alguma, ser definida como o oposto de subjetividade, pois, como Felipe Pena (2005) afirma, ela não surge para negá-la, mas justamente por reconhecer sua inevitabilidade.

Seu verdadeiro significado está ligado à ideia de que os fatos são construídos de forma tão complexa que não se pode cultuá-los como a expressão absoluta da realidade. Pelo contrário, é preciso desconfiar desses fatos e criar um método que assegure algum rigor científico ao reportá-los. (PENA, 2005, p. 50)

Isso nos permite afirmar que a chave para a compreensão da objetividade está na disciplina do ofício, não em sua finalidade. Mas “a sociedade confunde a objetividade do método com a do profissional, e este jamais deixará de ser subjetivo” (PENA, 2005, p. 51). “Em outras palavras, no conceito original o método é objetivo, não o jornalista” (KOVACH; ROSENSTIEL, 2004, p. 116).

Apesar disso, “embora a profissão tenha desenvolvido várias técnicas e convenções para determinar os fatos, pouco tem feito para desenvolver um sistema para testar a confiabilidade da interpretação jornalística” (KOVACH; ROSENSTIEL, 2004, p. 119). E isso porque

enquanto gastam mais tempo tentando sintetizar a enorme massa de informação que tiram dos portais da Internet, os jornalistas correm o risco de se tornarem mais passivos, recebendo mais do que procurando saber. Para ajudar a combater esse risco só existe um caminho: um melhor entendimento do significado original de objetividade, que daria maior solidez à informação. (KOVACH; ROSENSTIEL, 2004, p. 120).

Para Bill Kovach e Tom Rosenstiel (2004, p. 127), a transparência, um dos conceitos que devem estar presentes no método de apuração de notícias, “mostra o respeito dos jornalistas por seu público”, dando a chance deste último de julgar a validade da informação que lhe é repassada, o processo pelo qual essa mesma informação foi obtida e os motivos e preconceitos do jornalista que a transmite. “A transparência também ajuda a deixar bem claro que o jornalista tem um motivo ou interesse público – outra chave da credibilidade” (KOVACH; ROSENSTIEL, 2004, p. 127).

Outro autor que defende a objetividade como método é Stephen Ward (2011). Segundo ele, jornalistas trabalham de acordo com uma certa atitude, a qual Ward chama de instância objetiva. Mesmo assim, apenas essa atitude não é o suficiente. É preciso ainda, segundo ele, testar os fatos sob a ótica da objetividade sob cinco critérios.

O primeiro deles é o da validade empírica, que é colocar os fatos em contexto. O segundo é o da completude e implicações, que corresponde a checar se a notícia contém todos os fatos relevantes. Há ainda o critério da coerência, que diz que é preciso trazer aos fatos o conhecimento científico ou o depoimento de especialistas, além do critério da autoconsciência, em que o jornalista deve ter claro em mente qual angulação deu à pauta. Por fim, há o critério da objetividade intersubjetiva, que dita que o repórter objetivo deve estar aberto a diversas perspectivas.

Assim, ao propor a ideia de uma objetividade pragmática como um método distinto para diversas formas de jornalismo, que são ao mesmo tempo informativas e engajadas - algo muito além da mera ideia de neutralidade e imparcialidade diante dos fatos -, Stephen Ward (2011) sugere que seja necessário ainda construir coletivamente um espaço para uma nova ética global para o jornalismo em que a objetividade não seja apenas um conceito ambíguo e nebuloso para os jornalistas, existente apenas no campo teórico.

Dessa maneira, sendo método, objetividade deve ser vivida na prática. Deve estar presente na rotina produtiva dos jornalistas e é indispensável para um jornalismo ético e responsável. Além disso, a objetividade em jornalismo tem a ver com a procura pela verdade durante a apuração de uma notícia, seja como valor ético da profissão, seja como impulso epistemológico.

Dessa forma, a objetividade está ligada também ao fato de o trabalho jornalístico ter o compromisso de ser reconhecido como um discurso da realidade social. Afinal, se em regimes democráticos, a objetividade remete ao direito à informação, é o jornalista o agente social responsável por mediar os fatos de interesse público e a própria cidadania.

Portanto, se a objetividade está no método, a princípio, o método pode funcionar ou falhar, o que pode variar de situação para situação. Em pautas distintas ele pode operar de maneiras diferentes, chegando a resultados distintos, satisfatórios ou não. Mesmo assim, o método é um termômetro para a garantia de um jornalismo de

qualidade, tido como ético, em que o interesse público e a busca pela verdade se sobrepõem a interesses privados. “No fim, a disciplina da verificação é o que separa o jornalismo do entretenimento, da propaganda, da literatura ou da arte” (KOVACH; ROSENSTIEL, 2004, p. 113).

Então, somente entendendo como se dá esse método de apuração de notícias dos jornalistas é que se pode compreender melhor a operacionalidade da objetividade jornalística. E, para isso, apenas uma pesquisa bibliográfica é insuficiente. É preciso uma abordagem teórico-metodológica, ancorada na teoria do *Newsmaking*, da qual a etnometodologia se torna fundamental não apenas para descrever as rotinas produtivas dos jornalistas, mas para tentar compreendê-las e decifrá-las, à luz da teoria do jornalismo hoje existentes.

3. ÉTICA, CIDADANIA E QUALIDADE DA INFORMAÇÃO

O Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros, ao tratar do direito à informação, em seu artigo 1º, afirma que o acesso à informação pública é um direito do cidadão que não pode ser impedido por nenhum tipo de interesse senão o interesse público. O artigo 4º do mesmo código complementa essa ideia ao garantir que a prestação de informações pelas instituições públicas, privadas e particulares, cujas atividades produzam efeito na vida em sociedade, é uma obrigação social.

Em razão disso, o Código de Ética citado acima, em seu artigo 2º, incisos I e II, pontua claramente que é dever dos meios de comunicação a divulgação de uma informação precisa e correta, além de orientar que tanto a produção quanto a divulgação da informação devem se pautar pela veracidade dos fatos. Aqui, nota-se uma clara alusão aos sentidos e valores propostos pelo conceito de objetividade jornalística, que permeiam o fazer jornalístico.

Logo, isso nos dá margem para deduzir que “está no fundamento da ética jornalística, qualquer que seja a sua acepção, a defesa da liberdade, da verdade, da justiça, da pluralidade de opiniões e dos pontos de vista, e da vigilância dos atos do governo” (BUCCI, 2000, p. 18). Além disso, é preciso destacar que há uma verdade ética fundamental nos processos democráticos de comunicação: o direito à informação é um privilégio do leitor, não do jornalista nem dos jornais (CHAPARRO, 1994).

Segundo Nelson Traquina (2013, p. 33), a teoria democrática “reconhece certamente que os jornalistas têm competência específica que é identificada em primeiro lugar com o fornecimento de informação à sociedade”. No entanto, vale frisar que, para Fraser Bond (1962, p. 19), “o jornalismo tem quatro razões de ser fundamentais: informar, interpretar, orientar e entreter”.

Apesar disso, a ética jornalística não deve ser procurada nos códigos ou nos livros de ética. Mesmo reconhecendo que eles ditam um caminho a se seguir, seria ingenuidade acreditar que eles são autodeterminantes uma vez que a ética está na práxis (BUCCI, 2000). E é na práxis que a cidadania também reside.

Onde há uma relação interativa e intencional de indivíduos que compartilham identitariamente um conjunto de valores, representações e de práticas entre si, há uma experiência de cidadania. Ela diz respeito à relação que os indivíduos estabelecem entre si e com a sociedade em geral. (RIBEIRO, 2016, p. 82)

Partindo do que já foi exposto até aqui, o que se busca neste texto é identificar de que forma jornalismo, ética e cidadania se correlacionam, para, assim, compreender melhor como o jornalismo contribui para o sociedade democrática ao operar a construção ou desconstrução dos conceitos de cidadania e ética. Até porque, “o direito de informar e de receber informação constitui o fermento da cidadania, o oxigênio que nutre a vida democrática, convertendo o jornalismo e a democracia em irmãos siameses” (MARQUES DE MELO, 2008, p. 90).

3.1. Ética e moral

Antes de iniciarmos qualquer discussão sobre ética, é preciso, primeiramente, diferenciar ética de moral. E como as palavras ética e moral, tanto na origem grega (*ethos*) quanto na latina (*mos*), significam praticamente a mesma coisa (caráter, costumes), é comum que sejam tomadas como sinônimos na linguagem coloquial. No entanto, cientificamente, a distinção entre esses dois conceitos se faz absolutamente necessário.

Ambas as expressões se referem, no final das contas, a um tipo de conhecimento que nos orienta no sentido de formação de um bom caráter, que nos permita enfrentar a vida de uma maneira compatível com nossa humanidade, que nos permita, em suma, ser justos e felizes. [...] Daí o papel da ética e da moral, para nos ajudar a construir um bom caráter, para que sejamos humanamente íntegros. [...] Porém, como em filosofia é necessário estabelecer a distinção entre esses dois níveis de reflexão e linguagem – o da formação do caráter na vida cotidiana e o da dimensão da filosofia que reflete sobre a formação do caráter -, utilizamos a palavra moral para o primeiro nível e a palavra ética para o segundo. (CORTINA, 2003, p. 14-15)

Confirmando essa diferenciação entre moral e ética elaborada por Adela Cortina (2003), Caio Túlio Costa (2009) define a moral como o conjunto de valores que orientam a conduta, as ações e os julgamentos humanos. Dessa forma é a moral que determina as normas e padroniza comportamentos. Assim, funciona como uma tábua de mandamentos, sendo dura e sinalizadora.

Para conviver em relativa harmonia, foi necessário determinar algumas regras de conduta e normas que orientassem o comportamento e contribuíssem para um equilíbrio coletivo; além de sinalizar o que era certo e o que deixava de ser, o que a comunidade admitiria e o que seria repudiável. A essas regras o homem chamou de valores morais. Eles não são novidade e estão conosco desde o começo. Passam-se os tempos, mudam-se as vontades, mas o homem

não descarta a moral nem os valores que ajudam a definir que é bom e mau, certo e errado. (CHRISTOFOLETTI, 2008, p. 16)

E é bom lembrar que a formação moral de cada indivíduo é mais complexa do que se imagina. “O desenvolvimento humano de cada pessoa, o livre trânsito por diversos grupos sociais, o contexto histórico-social em que se vive, tudo isso influencia na formação do caráter e na definição da personalidade individual” (CHRISTOFOLETTI, 2008, p. 24). Mas, de qualquer forma, como afirma Adela Cortina (2003, p. 21), “a moral é um tipo de saber que pretende orientar a ação humana num sentido racional”.

Assim, Adolfo Sánchez Vásquez (2014) resume que a moral cuida dos problemas práticos da vida e está relacionada aos problemas que apresentam relações afetivas entre os indivíduos. Mas com uma condição: a moral trata dos problemas cuja solução não diz respeito apenas aos envolvidos em determinada situação. Envolve também as outras pessoas que sofrerão as consequências de cada decisão e/ou ação.

Ética e moral distinguem-se simplesmente no sentido de que, enquanto a moral faz parte da vida cotidiana das sociedades e dos indivíduos, e não foi inventada pelos filósofos, a ética é um saber filosófico; enquanto a moral tem sobrenomes derivados da vida social, como moral cristã, moral islâmica ou moral socialista, a ética tem sobrenomes filosóficos, como aristotélica, estoica ou kantiana. (CORTINA, 2003, p. 14)

A ética, portanto, é a ciência da conduta, ou seja, é aquilo que os homens fazem com a moral, o uso prático e reflexivo dela. Justamente por isso, Rogério Christofolletti (2009) acredita que a ética é reflexiva, maleável e questionadora. E como a ética está no pensamento sobre as regras e nossas relações como o mundo, é ela que define se vamos ou não acatar as normas e por que fazemos uma coisa e não outra.

A ética, ciência da conduta, trata dos conceitos que envolvem o raciocínio prático, como o bem, a ação correta, o dever, a obrigação, a virtude, a liberdade, a racionalidade, a escolha. A ética estuda a moral. Embora ambas possam ser entendidas como a mesma coisa, a moral em geral é restringida a sistemas como o de Kant – que se baseia em noções de dever, obrigação, princípios de conduta –, enquanto a ética se limita ao dito raciocínio prático. (COSTA, 2009, p. 19)

De fato, todas as correntes filosóficas que tratam da ética têm como base uma teoria que sustenta a racionalidade, a liberdade e a responsabilidade do sujeito, de forma

que suas ações possam ser medidas por ele e compreendidas e aceitas como válidas por aqueles que o cercam.

E, segundo Herbert de Souza (2005, p. 10), é essa racionalidade, além da “força e transparência de seus princípios que parecem evidentes em si mesmos”, que legitima a própria ética. Mas tudo isso implica no fato de que a conduta ética é fruto da decisão do agente, que goza de autonomia e, ao mesmo tempo, está atado aos valores sociais que lhes são exteriores (BUCCI, 2000).

A ética, portanto, “tem duas dimensões: uma individual e outra social” (CHRISTOFOLETTI, 2008, p.16). Assim, nossas relações sempre vão ter duas dimensões. Na dimensão individual, o que conta são os valores pessoais e as convicções morais do indivíduo. Na dimensão social, as vontades e os julgamentos coletivos falam mais alto de acordo com os valores que absorvemos na família, na escola, no trabalho, na igreja ou nos meios de comunicação.

Mas é bom lembrar que nem sempre as dimensões da ética atuam isoladamente. Até porque “se a ética tivesse apenas a dimensão individual, agiríamos com base no que acreditamos e queremos, independente se isso colidisse com o que pensam os outros” (CRISTOFOLETTI, 2008, p. 17). Por isso é mito pensar que cada um tem sua própria ética, uma vez que, em maior ou menor grau, a dimensão social da ética sempre vai atuar de forma preponderante.

3.2. Deontologia jornalística

Segundo Carlos Camponez (2011, p. 24), “a diferença entre moral e a deontologia parece fazer-se não tanto pela referência à natureza dos seus conteúdos, mas pelo âmbito de sua aplicação, formando a deontologia como um subconjunto das regras morais”. Assim, é a particularidade da deontologia que a difere da moral. “Em suma, a deontologia é a apropriação socioprofissional dos princípios da moral social aplicável às condições do exercício de uma profissão” (CAMPONEZ, 2011, p. 28).

Mas cabe aqui destacar que as normas que a deontologia carrega em si “começam a tomar forma num código não escrito, transmitido pela tradição, até que as organizações de profissionais começam a dar-lhe forma de letra em documentos específicos”

(CAMPONEZ, 2011, p. 25). E “os estudos sobre jornalismo salientam a importância que nesta profissão tem a aprendizagem no interior das redações e o convívio interpares” (CAMPONEZ, 2011, p. 70).

Por isso, para Carlos Camponez (2011, p. 26), é ética a “própria geradora da deontologia”. Isso porque “a hierarquização dos valores conduz às normas que, por sua vez, determinam os códigos deontológicos” (CAMPONEZ, 2011, p. 26). Valores esses, que, por sua vez, são sempre apreendidos por sujeitos.

Por um lado, está em causa aquilo que é a interpretação e as apropriações que os sujeitos fazem, individualmente, das normas deontológicas a partir de seus posicionamentos éticos. É mediante essa apropriação e as atitudes assumidas que os comportamentos são suscetíveis, ou não, de serem responsabilizados individualmente. Por outro lado, existe também a discussão ética efetuada num plano que é já a expressão de um debate mais ou menos alargado, ao nível dos grupos organizados e da sociedade. (CAMPONEZ, 2011, p. 27)

Dessa forma, neste texto, a ética não será abordada apenas de uma forma geral, ampla e universal. Até porque o debate aqui proposto é uma discussão sobre a deontologia, isto é, a ética profissional, os deveres e valores específicos de uma certa atividade produtiva que, neste caso, é o jornalismo - mais especificamente o jornalismo opinativo praticado nas colunas de notas políticas.

E ao ser reflexo de uma cultura de comportamentos associada a uma profissão, a existência de um código deontológico “preconiza uma unidade de comportamentos e implica um pensamento moral sobre procedimentos considerados desviantes” (CAMPONEZ, 2011, p. 69). Assim, esse trabalho “entende a deontologia numa articulação de complementaridade e de tensão com outros campos de valores como a ética, a moral e o direito” (CAMPONEZ, 2011, p. 9).

É claro que o jornalista também é um cidadão e possui valores morais e éticos como os de qualquer outra pessoa. Mas, no exercício de sua função, ele seria influenciado em suas decisões por princípios próprios do jornalismo, que é uma atividade de mediação da realidade, porque implica decidir sobre muitos caminhos diariamente, atinge terceiros, forma opinião e registra uma ideia do mundo e das coisas. Enfim, o jornalismo possui um conjunto de valores que ajuda a defini-lo como atividade e sinaliza como se deve agir praticamente. (CHRISTOFOLETTI, 2008, p. 20-21).

Para Carlos Camponez (2011, p. 9), com o passar dos anos, “as profissões liberais, como a medicina e a advocacia, deixaram de ser as únicas a estarem abrangidas

por valores expressos em códigos deontológicos”. Segundo ele, essas profissões inspiraram outras profissões a se articularem e produzirem também suas próprias leis de boa conduta profissional. Até porque, “as profissões pretendem consensualizar uma certa interpretação sobre valores, que responda às expectativas acerca de sua função social” (CAMPONEZ, 2011, p. 12).

À sua maneira, a deontologia e a autorregulação do jornalismo são a expressão de uma vontade de consensualizar valores e práticas que resultam de uma moral partilhada socioprofissionalmente, mas cuja importância – pese embora o seu carácter corporativo – não deve ser negligenciada. (CAMPONEZ, 2011, p. 16)

Justamente por isso, “uma teoria normativa do jornalismo é mais do que uma questão profissional: é ética e é política” (CAMPONEZ, 2011, p. 14). E, dessa forma, tanto a ética quanto a deontologia “resultam do próprio processo de profissionalização a que o jornalismo esteve sujeito, no quadro das transformações estruturais que a imprensa sofreu no decorrer do século XIX” (CAMPONEZ, 2011, p. 15).

Assim como em qualquer outro campo, a ética se materializa na prática, no dia-a-dia (CHRISTOFOLETTI, 2008). E, se a intenção do texto jornalístico “funde Ética, Técnica e Estética”, tríade solidária e inseparável das ações jornalísticas” (CHAPARRO, 1994, p. 13), é preciso grifar que a intenção do texto jornalístico é se tornar um relato verdadeiro e compreensível da atualidade, tomando o valor de equilíbrio, muitas vezes relacionado ao conceito de objetividade, como algo a ser alcançado.

Além disso, “para o mercado, a ética, muitas vezes, responde pelo nome de qualidade” (CHRISTOFOLETTI, 2008, p. 22-23). De fato, a sociedade exige qualidade - não apenas do jornalismo, mas de qualquer atividade -, o que fomenta o debate da ética na atualidade. Além disso, “a confiabilidade e a credibilidade de que se alimentam a empresa e o profissional dependem da disposição de busca da verdade, da fidelidade nela investida, e têm como suposto essa regra universal em que se ancoram” (GOMES, 2002, p. 36).

E, mesmo quando o jornalismo é opinativo, essa regra não é diferente. Até porque, como afirma Luís Martino (2003), tanto o alcance quanto a legitimidade de uma opinião dependem, principalmente, da consagração institucional do sujeito emissor.

Dessa forma, “dentro de cada campo social haverá, em suas camadas mais altas, agentes cuja prática social objetivada em regras, ideias e julgamentos de valor se tornam referência para as tomadas de posição intelectual – consecutórias ou contrárias – dos outros agentes do campo” (MARTINO, 2003, p. 62). E esse é o caso de um colunista dentro do jornal, por exemplo.

E, além disso, em todas as áreas do jornalismo apenas a tecnologia não é suficiente para garantir a melhor qualidade da informação. Assim como também não basta apenas que se formem bem os futuros profissionais das redações. Para garantir a qualidade, é fundamental pensar, discutir e difundir um ambiente de reflexão ética nos processos de comunicação.

A ética, portanto, está na práxis (BUCCI, 2000). E, na especificidade do jornalismo, isso ocorre porque “a informação, especialmente a informação jornalística, sendo socialmente produzida é bem a serviço de todos, ganhando, portanto, a dimensão comunicativa, adquire o alcance de ser uma práxis, ou seja, uma ação transformadora” (SILVA, 2016, p. 50). E isso vale também para a opinião no jornalismo.

Mas essa busca pela qualidade no jornalismo não pode reduzir o debate ético a um receituário de bons modos. Até porque isso seria uma etiqueta jornalística e não uma ética do jornalismo. A etiqueta trata apenas de uma estética de conduta, “é a pequena ética pela qual se estrutura a gramática dos cerimoniais” (BUCCI, 2000, p. 9). Assim, se a etiqueta silencia, a ética questiona, clama pela justiça, pela liberdade, pela igualdade e pela verdade.

O jornalismo como conhecemos, isto é, o jornalismo como instituição da cidadania, e como as democracias procuram preservá-lo, é uma vitória da ética, que buscava o bem comum para todos, que almejava a emancipação que pretendia construir a cidadania, que acreditava na verdade e nas leis justas – uma vitória contra a etiqueta. (BUCCI, 2000, p. 10)

De fato, “o jornalismo, tal como conhecemos hoje, é uma invenção da democracia moderna” (BUCCI, 2000, p. 18-19). A ética jornalística atualmente é, ao mesmo tempo, uma exigência e uma consequência da democracia. E isso porque não se trata apenas de um atributo único e exclusivo do jornalista (o profissional) ou da redação (a cultura profissional), mas algo que se espera de toda a sociedade na qual o jornalismo tem um papel fundamental que é o de levar informação os cidadãos.

A ética no jornalismo envolve algo ainda maior: “o pacto de confiança entre a instituição do jornalismo e o público, num ambiente em que as instituições democráticas sejam sólidas” (BUCCI, 2000, p. 25), mas que só é assegurado quando existe, de fato, a liberdade de imprensa, um dos conceitos fundadores da democracia. No entanto, a liberdade de imprensa não pode ser confundida com a liberdade da empresa jornalística.

Liberdade de imprensa é o nome que os jornalistas dão à diversidade de opiniões, pluralidade de versões e correção de erros informativos. Interesse pessoal é a aplicação que muitos empresários da comunicação, comentaristas e editores dão ao conceito liberdade de imprensa. (KARAM, 1997, p. 119)

Mas, apesar de ser um conceito que muitos acreditam ser utópico, na prática, ninguém nega de que a liberdade de imprensa “deve se alimentar de uma paixão: o amor pela verdade” (DI FRANCO, 1997, p. 66). Até porque, de acordo com Eugênio Bucci (2000, p. 24), o jornalista não pode agir “para obter resultados que não sejam o de bem informar o público”.

Ou seja, o jornalista tem como meta o bem comum. E isso porque, a liberdade de imprensa visa legitimar, “no âmbito da esfera pública política, o exercício público da crítica, traduzindo-se, posteriormente, na defesa do exercício da cidadania política” (RIBEIRO, 2016, p. 93). E no campo jornalístico, “as notícias são um desafio constante, e é função do jornalista ir ao encontro desse desafio” (BREED, 2016, p. 222).

Só que “o bem comum joga-se no jogo de interesses e de forças entre o individual e coletivo, sob a compreensão de que se privilegiarmos um pólo ou outro o equilíbrio da equação se desfaz” (GOMES, 2002, p. 47). Assim, de acordo com Mayra Gomes (2002, p. 48), na busca pelo bem comum, é preciso realizar “um pacto em que se ponderam perdas e danos, ao qual, como contraponto à barbárie e em prol do acordo, nos submetemos e abrimos mão do personalismo”.

E para o jornalismo isso é importante, “pois ele nasce como guardião do equilíbrio de relações entre individual e coletivo, não só das relações constituídas como das almejadas” (GOMES, 2002, p. 49). É, ao mesmo tempo, guardião do papel do Estado e também vigilante das igualdades sociais e de liberdades individuais.

E isso nos remete à ideia de Eugênio Bucci (2000, p. 11) de que “o jornalismo é conflito”. E é justamente por esse motivo, na visão de Bucci, que existe ética no jornalismo. Mas Rogério Christofolletti (2008, p. 18) complementa esse raciocínio ao

dizer que “o jornalismo é uma atividade social, que revela dados da realidade e interliga fatos desconexos para uma maior compreensão humana”.

Assim, ao lidar com pessoas, interesses, honras e reputações, o jornalismo “é um campo que dissemina afirmações, reforça preconceitos, forma opiniões e organiza (ou tenta organizar) o cotidiano das pessoas” (CHRISTOFOLETTI, 2008, p. 18). E “tão grande poder, o do jornalismo, igualmente grande são as responsabilidades que lhe incumbem. Responsabilidades morais” (GOMES, 2009, p. 87).

Justamente por isso é que se justifica a existência do debate ético no jornalismo, que fomenta a qualidade do fazer jornalístico. Além disso, “o pacto de mediação cobra do jornalismo obrigações proporcionais à sua importância” (GOMES, 2009, p. 87). E todas essas obrigações do jornalismo devem sempre ter como meta, como princípio ético, valores como a verdade, a honestidade, a correção, a lealdade, o respeito, o equilíbrio e a justiça.

Assim, para Carlos Alberto di Franco (1997, p. 66), a fidelidade aos fatos é o teste de qualidade do jornalismo competente e “o jornalismo só admite um engajamento: o compromisso com a verdade. E o leitor não deve aceitar um produto adulterado. Chegou para a imprensa a hora da qualidade. E a ética é o outro nome da qualidade”.

E um jornalismo ético, portanto, é um jornalismo capaz de atender a demanda da sociedade por uma informação de qualidade, em que o interesse público seja a principal intenção do texto jornalístico e a dignidade da pessoa humana seja um valor absoluto e um princípio fundamental.

3.3. Direitos humanos e direitos de cidadania

“Apesar de cumprir papel essencial na consolidação da democracia e na socialização do conhecimento, o jornalismo contemporâneo opera, às vezes, um desserviço à sociedade quando viola os direitos de cidadania e os Direitos Humanos” (MEDEIROS, 2016, p. 222). E para entender melhor como opera esse desserviço, é preciso distinguir os direitos de cidadania dos direitos humanos, que, apesar de serem filiados à mesma experiência histórica, apresentam algumas diferenças.

Os direitos humanos são direitos tidos como naturais e estão ligados à dignidade da pessoa humana. Ou seja, “os direitos do homem são provenientes da natureza humana, são imutáveis e invariáveis, anteriores à lei e à organização do Estado. São direitos fundamentais, que ocorrem no âmbito individual” (MARTINEZ, 1996, p. 8). Assim, segundo Boaventura de Sousa Santos (2013, p. 42), “a hegemonia dos direitos humanos como linguagem de dignidade é hoje incontestável”.

Mas “embora declarados universais e extensivos a todo ser humano, facilmente constata-se que, na prática, não é assim. Entre as bandeiras da dignidade e da liberdade pelas quais se luta e a realidade em que se vive a distância é enorme” (HEERDT, 2005, p. 137). Até porque “a grande maioria da população mundial não é sujeito de direitos humanos. É objeto de discursos de direitos humanos” (SANTOS, 2013, p. 42).

Apesar disso, os direitos humanos “independem de uma legislação específica para serem invocados e são universais, acima das fronteiras geopolíticas” (SOARES, 2004, p. 43). Pela amplitude do conceito, geralmente, também abrange os direitos de cidadania de cada país, que, por sua vez, estão subordinados a uma determinada ordem jurídico-política de um Estado e, assim como os deveres, estão restritos aos seus membros. Ou seja, “os direitos de cidadania são considerados sinônimos ou atributos da nacionalidade” (MARTINEZ, 1996, p. 8).

Dessa forma, os direitos do cidadão devem englobar não apenas direitos individuais, mas também políticos e sociais, econômicos e culturais. Assim, “quando são efetivamente reconhecidos e garantidos, podemos falar em cidadania democrática, a qual pressupõe, também, a participação ativa dos cidadãos nos processos decisórios da esfera pública” (SOARES, 2004, p. 43).

Assim sendo, não se pode falar em cidadania democrática sem o respeito aos direitos humanos, assim como a garantia dos direitos humanos tem como consequência o exercício da cidadania democrática. Isso porque tanto a democracia quanto a cidadania são processos em construção. “Os cidadãos numa democracia não são apenas titulares de direitos já estabelecidos – mas existe, em aberto, a possibilidade de expansão, de criação de novos direitos, de novos espaços, de novos mecanismos” (SOARES, 2004, p. 45).

Adela Cortina (2005) também acredita que a cidadania é um conceito em constante construção. Justamente por isso, para ela, “a cidadania é primordialmente uma relação política entre um indivíduo e uma comunidade política, em virtude da qual o indivíduo é membro de pleno direito dessa comunidade e a ela deve lealdade permanente” (CORTINA, 2005, p. 31).

Mas a condição cidadã não se restringe à esfera política do Estado, ela é “intrínseca à vida em sociedade” como um todo (RIBEIRO, 2016, p. 92). E nessa relação, “a cidadania implica um processo: a paixão se submete à razão; a razão e os interesses individuais se submetem à razão pública e aos interesses coletivos” (LIBANIO, 1995, p. 19).

Assim, segundo Ana Carolina Temer e Simone Tuzzo (2016), a cidadania não só envolve a participação política, mas é também a possibilidade de utilização dos serviços do Estado/Nação, como educação, saúde, emprego, lazer, moradia etc. Além disso, a cidadania ainda é a inserção de um indivíduo no cenário consumidor, o tornando participante de movimentação da economia, e também significa ter a garantia ao acesso à informação, que levará o indivíduo a uma possibilidade de formação do senso crítico e, conseqüentemente, de participação da formação da opinião pública.

Para Herbert de Souza (2005), ser cidadão é ter consciência de seus direitos e deveres e participar ativamente de todas as questões da sociedade. Para o autor, é preciso participar das decisões que interferem no dia-a-dia de cada cidadão. “Um cidadão com um sentimento ético forte e consciência da cidadania não deixa passar nada, não abre mão desse poder de participação” (SOUZA, 2005, p. 20).

Um povo que não participa, não fala, atua como ator coadjuvante no cenário da política nacional, é um povo desprovido dos direitos civis mais elementares. Sem exercer o direito de expressão, a não ser ocasionalmente, quando serve de anteparo à ação de segmentos da classe dominante em conflito, fica impossibilitado de defender os direitos fundamentais da pessoa humana: o direito à vida, ao trabalho, à segurança, ao bem estar. (MARQUES DE MELO, 1986, p. 68)

De fato, “não há definição de cidadania que não implique, de algum modo, a presença de processos comunicacionais” (SIGNATES; MORAES, 2016, p. 29). Até porque “sem comunicação, não há sociedade, logo, não há sobrevivência prolongada do indivíduo” (BERTRAND, 2002, p. 41).

É por isso que, para José Marques de Melo (1986), o direito à informação trata-se de uma categoria em processo de configuração, situada na fronteira entre o direito de comunicação (liberdade de expressão e de pensamento) e o direito de educação (aprendizagem do conhecimento acumulado).

Claude-Jean Bertrand (2002, p. 41) é ainda mais taxativo ao dizer que “na prática, o indivíduo não dispõe de nenhum de seus direitos se não possuir um deles: o de saber. Todo direito se conquista, e, depois, se defende sem tréguas. Ora, nesse combate, se não tiver informado, o ser humano está desarmado”.

Mas cabe aqui ressaltar que todos esses direitos, “constitucionalmente, são direitos líquidos e certos. Na prática, são privilégios reservados a uma minoria da nossa população” (MARQUES DE MELO, 1986, p. 69). Justamente por isso, não basta que a lei assegure, de forma universal, liberdade de expressão. É preciso dotar a todos da capacidade de saber, fazer, transformar, criar. Até porque, para comunicar e expressar livremente fatos e ideias, o domínio do código linguístico e o livre acesso aos conteúdos que permitirão produzir, difundir e divulgar mensagens são pressupostos fundamentais.

Ou seja, é preciso ter em mente que o manuseio da informação “se estriba na instrução básica, no conhecimento sistematizado, no treinamento para a aprendizagem continuada” (MARQUES DE MELO, 1986, p. 69). E isso acaba criando um círculo vicioso que ainda é um dos grandes desafios tanto para educadores quanto para comunicadores no Brasil.

Não possuindo capacitação para expressar-se adequadamente, os novos cidadãos acomodam-se a ouvir e a repetir o que ouvem. Nem comunicam autonomamente, nem se sentem motivados para buscar informação. E conseqüentemente não participam da vida em sociedade, limitando-se a legitimar os que falam e decidem o que os outros devem ouvir e falar. (MARQUES DE MELO, 1986, p. 70)

Em outras palavras, os cidadãos que se limitam a consumir pouca informação – ou uma informação de pouca qualidade – acabam adotando um “comportamento passivo, acrítico, que imobiliza grande parte da nossa sociedade” (MARQUES DE MELO, 1986, p. 75). E essa atitude tem como consequência a preferência pelo consumo de produtos midiáticos facilmente digeríveis.

Portanto, a conquista do direito à educação deve ser anterior ao direito à informação, sendo o segundo consequência do primeiro. Isso porque “garantir a educação para todos, educação de boa qualidade, que permita aos cidadãos compreender o mundo em que vivem e adquirir habilidades para o desempenho cívico/profissional, constitui o fundamento do direito à informação” (MARQUES DE MELO, 1986, p. 73). E negar o direito à informação – e também à educação – é negar a própria cidadania.

O auto-silenciamento pode até ser uma opção cidadã, mas o silenciamento do outro, sem o seu consentimento ou deliberação, constitui, em qualquer tempo, o fim comunicacional do direito humano, o que pode implicar na extinção do direito enquanto tal. (SIGNATES; MORAES, 2016, p. 34)

E romper esse ciclo implica em educar os cidadãos para consumir informação de qualidade. Como consequência, eles descobrirão os direitos básicos da cidadania, podendo, assim, lutar pela sua observância (MARQUES DE MELO, 1986). Mas também é necessário que os meios de comunicação – principalmente o jornalismo – ofereçam um produto de qualidade.

Afinal, “sem comunicação, não há cidadania” (SIGNATES; MORAES, 2016, p. 25). Portanto, alguém que não se comunica, não é cidadão. Mas, “sem ética simplesmente não há comunicação” (SILVA, 2016, p. 40). Isso porque “não há informação sem comunicação, mas a comunicação pressupõe algo mais que a simples transmissão e recepção de informação” (SILVA, 2016, p. 41). Logo, é sobre esse tripé – comunicação, cidadania e ética - que se sustenta uma sociedade democrática.

Mas a relação entre comunicação e cidadania é somente uma das relações que a construção da cidadania precisa desenvolver, especialmente em uma sociedade em que os meios de comunicação são também agentes construtores dessa cidadania, e deve ser compreendida a partir da leitura crítica da mídia e da sociedade. Até porque “a relação entre mídia e cidadania nasce do princípio de que a mídia não é um ator social isolado” (TEMER; TUZZO, 2016, p. 153).

Como elemento social, ela está sempre inserida em um contexto de ordem sócio-histórica e cultural, e, embora capitaneada pelos interesses do grande capital, tem a necessidade de manter a sintonia com o seu público, elemento do qual é dependente para a sua própria sobrevivência. (TEMER; TUZZO, 2016, p. 153)

Assim, “ainda que a mídia não seja a única responsável pela construção da cidadania, ela estabelece uma relação de diálogo social que permanentemente gera novas formas de entender, explicar, ressignificar essa cidadania” (TEMER; TUZZO, 2016, p. 161), uma vez que a própria cidadania ainda é um conceito inacabado, complexo e em constante construção.

E na especificidade do jornalismo, é importante destacar a sua responsabilidade com o interesse público e a própria cidadania. Isso porque “um dos instrumentos fundamentais para a manifestação e formação da opinião do público é a imprensa” (GOMES, 2009, p. 73). Mas cabe ressaltar que

Historicamente, a liberdade de expressão, a liberdade de imprimir e de publicar surgiram inextricavelmente ligadas e foram pensadas como um domínio da liberdade individual. O respeito dessa liberdade foi entendido como uma garantia ao progresso econômico e social, tendo-se transformado numa das razões principais de luta contra os aparelhos censórios dominados pelos poderes político, religioso e das maiorias. (CAMPONEZ, 2011, p. 10)

Assim, a liberdade de imprensa, segundo Carlos Camponez (2011, p. 10), “passou a ser cada vez mais entendida como um domínio especializado e privilegiado, atribuído aos *media* informativos e aos seus profissionais”. E, além disso, a liberdade de imprensa “não pode ser compreendida como uma liberdade individual, mas antes como uma função social” (CAMPONEZ, 2011, p. 11).

No entanto, é bom lembrar que “o jornalismo é ramo de atividades, um negócio legítimo como tantos outros, e não simplesmente um serviço público” (GOMES, 2009, p. 81). E é justamente por isso que “a ideia de serviço ao interesse público não é suficiente para fundamentar uma ética do jornalismo” (GOMES, 2009, p. 84). E admitir isso não é o fim dos argumentos a favor de uma ética jornalística. Muito pelo contrário. Até porque “o bom senso nos leva a admitir com tranquilidade que não pode haver um princípio único e absoluto a orientar todo o jornalismo” (GOMES, 2009, p. 85).

Os que acreditam demais na ideia de interesse público como fundamento da profissão acabam produzindo, sem querer, uma concepção problemática sobre amplos setores do jornalismo. Como o princípio do serviço ao interesse público lhes parece ser o único valor a justificar o trabalho jornalístico, tudo aquilo que no jornalismo não puder ser confrontado com tal princípio estaria fora do alcance do julgamento moral ou estaria condenado à imoralidade de princípio. (GOMES, 2009, p. 85)

Portanto, quando se fala de um jornalismo ético e responsável, a ideia de um jornalismo que esteja sempre à serviço da dignidade da pessoa humana, ou seja, que defenda e difunda a importância dos direitos humanos, soa mais palpável e também se torna mais eficaz na promoção da cidadania.

Mas o que acontece quando jornalismo coloca a dignidade da pessoa humana no fundamento de seus princípios éticos? A resposta é simples: quando a dignidade da pessoa humana é um valor imperativo, o jornalismo, por consequência, não viola os direitos de cidadania nem os direitos humanos.

E quando o jornalismo não viola os direitos fundamentais do cidadão e da pessoa humana? Para Magno Medeiros (2016), é quando não é omissivo ou negligente em relação à diversidade de fontes; quando não se utiliza do estereótipo, que é um olhar preconceituoso de mentes fechadas à diversidade, ao diferente, ao estrangeiro, enfim, ao outro; quando não recorre à espetacularização; quando não banaliza o mal, instigando o medo, a insegurança e a reação violenta; e, por fim, quando não promove o denunciamento vazio, sem provas, cometendo injustiças por conta de julgamentos antecipados (MEDEIROS, 2016).

3.4. Jornalismo, ética e cidadania

Ao relacionar jornalismo, ética e cidadania é preciso lembrar que a teoria democrática dá ao jornalismo três funções primordiais:

1) o jornalismo deve dar aos cidadãos as informações que são úteis, que são necessárias para que eles possam cumprir os seus papéis de pessoas interessadas na vida social e na governação do país; 2) o jornalismo deve ser o espaço do contraditório e da pluralidade de opiniões, ser uma espécie de mercado de idéias; e 3) o jornalismo tem o papel de ser o *watchdog* (cão de guarda) da sociedade, proteger os cidadãos contra os abusos do poder. (SEABRA, 2006, p. 138)

Assim, ao perceber que a chave para entender os conceitos de jornalismo, cidadania e ética está na práxis, um jornalismo ético e responsável é fundamental para termos uma cidadania cada vez mais forte e presente em nosso país. Assim, quando, por princípio ético, o jornalismo defende a liberdade, a verdade, a justiça, a pluralidade de

opiniões e dos pontos de vista, e, além disso, atua como vigilante dos atos do governo, ele está a serviço da cidadania.

Agora, quando, no caminho inverso, o jornalismo atua de forma irresponsável, sem uma apuração rigorosa dos fatos, e se curva a interesses escusos, interesses esses outros que não o bem comum, o jornalismo acaba por fornecer um desserviço à sociedade e não honra com seu compromisso primeiro de dar ao cidadão o direito à informação.

A educação do homem e do cidadão deve levar em conta, portanto, a dimensão comunitária das pessoas, seu projeto pessoal e também sua capacidade de universalização, que deve ser exercida dialogicamente, considerando que a pessoa que tem a capacidade de tomar a outra pessoa como um fim, e não simplesmente como um meio, como um interlocutor com quem construir o melhor mundo possível, demonstra saber que é responsável pela realidade – principalmente pela realidade social. (CORTINA, 2003, p. 113)

É por isso, portanto, que o cidadão deve atuar cada vez mais na cobrança de um jornalismo de qualidade. Assim, o debate ético – exercido de forma dialógica - sempre deve pautar a sociedade para o fortalecimento da cidadania. E é a ética que, no jornalismo, garante a promoção da cidadania. Afinal, jornalismo, cidadania e ética são uma tríade que, quando separada, causa um grande desequilíbrio e traz grandes prejuízos para toda a sociedade democrática.

No entanto, é preciso reconhecer que o caminho para a conquista da cidadania plena e universal no Brasil ainda é longo, de fato. Mas, de toda forma, qualquer caminhada sempre se inicia com um primeiro passo, uma passada por vez. E enquanto a sociedade e o jornalismo estiverem abertos ao diálogo, a democracia se fortalece e torna a sociedade cada vez mais justa e igualitária.

Nesse sentido, a prática da cidadania pode ser a estratégia, por excelência, para a construção de uma sociedade melhor. Mas o primeiro pressuposto dessa prática é que esteja assegurado o direito de reivindicar os direitos, e que o conhecimento deste se estenda cada vez mais a toda a população. (COVRE, 1991, p. 10)

Até porque, ser cidadão é muito mais do que o direito de votar, como muitos pensam. “A cidadania é o próprio direito à vida no sentido pleno. Trata-se de um direito que precisa ser construído coletivamente, não só em termos de atendimento às

necessidades básicas, mas de acesso a todos os níveis de existência” (COVRE, 1991, p. 11). E nesse processo o jornalismo torna-se fundamental.

4. A ABORDAGEM TEÓRICO-METODOLÓGICA DO NEWSMAKING

Este trabalho utiliza a abordagem teórico-metodológica do *Newsmaking* em sua completude por analisar tanto o produto jornalístico (as marcas de objetividade presentes no texto) quanto o jornalista em ação (a descrição da cultura profissional). Dessa maneira, a etnometodologia será utilizada para a observação direta do jornalista em ação e, aliada à entrevista em profundidade e a Análise de Discurso, serão os métodos utilizados para identificar os sentidos ligados à objetividade presentes no produto jornalístico.

Dessa maneira, entendendo que a objetividade está no método de apuração de notícias que o jornalista se utiliza (KOVACH; ROSENSTIEL, 2003), durante o período de observação direta na redação de O Popular, a intenção é revelá-lo. Portanto, cabe avaliar aqui a eficiência desse método, objetivo, para a construção da opinião dentro do jornalismo.

A princípio, o método pode funcionar ou falhar, o que pode variar de situação para situação. Em pautas distintas ele pode operar e funcionar de maneiras diferentes, chegando a resultados distintos, satisfatórios ou não. Portanto, o método é um termômetro para a garantia de um jornalismo de qualidade, tido como ético, em que o interesse público e a busca pela verdade se sobrepõem a interesses privados.

Nelson Traquina (2013, p. 34) afirma que “a vasta cultura profissional dos jornalistas fornece um modo de ser/estar, um modo de agir, um modo de falar, e um modo de ver o mundo” bastante específico. E é sobre essa cultura profissional – que, para Traquina (2013) é rica em mitos, símbolos e representações sociais - que se debruça os estudos do *newsmaking*, sempre articulada dentro dos limites da “cultura profissional e a organização do trabalho e dos processos produtivos” (WOLF, 2002, p. 188).

De fato, “as decisões tomadas pelo jornalista no processo de produção de notícias (*newsmaking*) só podem ser entendidas inserindo o jornalista no seu contexto mais imediato, o da organização para o qual ele ou ela trabalham” (TRAQUINA, 2016, p. 235). Isso porque, “a preocupação central do *newsmaking* são as articulações, conexões e relações existentes entre a cultura profissional dos jornalistas, a organização do trabalho e dos processos produtivos” (VIZEU, 2010, p. 223).

E aqui é importante frisar que o “profissionalismo é um método eficiente e econômico através do qual as organizações jornalísticas controlam o comportamento

dos repórteres e editores” (SOLOSKI, 2016, p. 133). E isso porque, segundo John Soloski (2016), o profissionalismo é o que controla e padroniza o comportamento dos jornalistas, seja por estabelecer padrões e normas, seja por determinar o sistema de recompensa e promoção profissional.

Dentro dessa perspectiva, “a noticiabilidade está estreitamente relacionada com os processos de rotinização e de estandarização das práticas produtivas” (WOLF, 2002, p. 190). E, segundo Mauro Wolf (2002), essas rotinas produtivas estão divididas em três fases - o recolhimento, a seleção e a apresentação da informação – e estão sujeitas a um processo de noticiabilidade de “caráter elástico, dinâmico, não rigidamente pré-fixado, por vezes calibrado internamente de forma diferente” (WOLF, 2002, p. 249).

Para Wolf (2002, p. 220), “a fase de recolha dos materiais noticiáveis é influenciada pela necessidade de se ter um fluxo constante e seguro de notícias, de modo a conseguir-se sempre executar o produto exigido”. Assim, as fontes se tornam determinantes para a qualidade da informação veiculada nos meios de comunicação. Mas não por isso as fontes se tornam todas iguais aos olhos dos jornalistas.

Os estudos sobre o *newsmaking* deram a conhecer este aspecto claro e incontroverso: a rede de fontes que os órgãos de informação estabelecem como instrumento essencial para o seu funcionamento, reflete, por um lado, a estrutura social e de poder existente e, por outro, organiza-se a partir das exigências dos procedimentos produtivos. (WOLF, 2002, p. 223)

No entanto, para Nelson Traquina (2016, p. 32), “os jornalistas não são observadores passivos, mas participantes ativos na construção da realidade (papel esse que os jornalistas recusam a reconhecer, em parte, devido à sua ideologia profissional)”. Ideologia essa que tem sua raiz no positivismo e está muito arraigada ao conceito de objetividade.

De fato, “as notícias são o produto final de um processo complexo que se inicia numa escolha e seleção sistemática de acontecimentos e tópicos de acordo com um conjunto de categorias socialmente construídas” (HALL; CHRITHCER; JEFFERSON; CLARKE; ROBERTS, 2016, p. 309). No entanto, é preciso reconhecer ainda que as notícias são orientadas pela noção de objetividade, principalmente nos sentidos ligados à imparcialidade e ao equilíbrio.

Entre os produtos dessa dicotomia no jornalismo está a divisão entre fato e opinião e a ideia de que a cultura profissional dos jornalistas dá “origem à prática de assegurar que as afirmações dos *media* sejam, onde quer que seja, fundamentadas em

afirmações objetivas e autorizadas de fontes dignas de crédito” (HALL; CHRITHCER; JEFFERSON; CLARKE; ROBERTS, 2016, p. 315).

O pesquisador português Adriano Duarte Rodrigues (2016, p. 51) diz que “uma das regras da prática jornalística consiste em afirmar que a opinião é livre, mas que os fatos são soberanos”. No entanto, o gênero opinativo também tem o relato e o fato como suas matérias primas e procura apresentar uma interpretação dos mesmos. E isso nos faz crer que a opinião no jornalismo não é tão livre quanto quer acreditar o pesquisador português.

Gaye Tuchman (2016, p. 353) resume a questão ao dizer que “os relatos de acontecimentos noticiosos são estórias – nem mais nem menos”. E isso, para a autora, não significa em nenhum momento dizer que as notícias são fictícias. Muito pelo contrário, reforça a ideia do jornalismo como uma realidade construída.

De qualquer forma, “a perspectiva da teoria do *newsmaking* é construtivista e rejeita claramente a teoria do espelho” (PENA, 2005, p. 128). E, sendo uma construção social de uma suposta realidade, a produz por meio de uma rotina sistematizada e industrial. Isso permite afirmar que, ao invés de refletir a realidade, a imprensa é um instrumento que ajuda a construí-la.

Essa noção de construção social da realidade é ancorada nas ideias de Peter Berger e Thomas Luckmann (1976, p. 11), que acreditam que “a realidade é construída socialmente e que a sociologia do conhecimento deve analisar o processo em que este fato ocorre”. Até porque, “a vida cotidiana apresenta-se como uma realidade interpretada pelos homens e subjetivamente dotada de sentido para eles na medida em que forma um mundo coerente” (BERGER; LUCKMANN, 1976, p. 35).

Assim, “é importante ter em mente que a objetividade do mundo institucional, por mais maciça que apareça ao indivíduo, é uma objetividade produzida e construída pelo homem” (BERGER; LUCKMANN, 1976, p. 87). Ou seja, a realidade, por mais real e objetiva que pareça, é socialmente construída e carrega em si uma intersubjetividade, inerente da relação entre sujeitos que, por sua vez, são portadores de suas próprias subjetividades.

“Isto é, os universos simbólicos são produtos sociais que têm uma história. Se quisermos entender seu significado temos de entender a história de sua produção” (BERGER; LUCKMANN, 1976, p. 133). E é por isso que, para entender como funciona a rotina produtiva de um jornalista e quais os mecanismos interferem no fazer jornalístico, a etnometodologia se torna essencial.

4.1. A etnometodologia aliada ao jornalismo

Para analisar o jornalista em ação, a etnometodologia, por tratar justamente da interação social no cotidiano, pode contribuir para a investigação da coluna Giro, de O Popular, uma coluna de notas políticas, uma vez que se dedica a relatar os bastidores e as disputas do poder na sociedade. Até porque essa abordagem metodológica, que pressupõe a observação participante, “permite uma observação coerente e consistente sobre as práticas sociais que resultam em produções culturais” (VIZEU, 2010, p. 233).

“A rigor, uma etnografia é o produto de um determinado tipo de trabalho de campo, formatado dentro de uma disciplina específica, a Antropologia. E, para ficarmos no vocábulo, etnografia significa a descrição dos costumes (cultura) dos povos” (LAGO, 2010, p. 49).

Portanto, “o método etnográfico pressupõe uma relação específica com o trabalho empírico de campo. Uma relação marcada pelo olhar do antropólogo sobre o grupo que estuda” (LAGO, 2010, p. 51).

É esse olhar sobre o outro que constitui a observação participante. Observação porque o antropólogo no campo, inicial e principalmente, observa. Depois de ter sido adequadamente contaminado pelo ethos antropológico, realizado uma pesquisa inicial, identificado quais questões pretende enfocar, enfim, construído seu objeto dentro do horizonte da antropologia, o pesquisador deve estar pronto para o trabalho de campo, experiência ritual que o colocará em contato com o outro e que iniciará com sua observação sobre a totalidade possível das práticas do grupo. Uma observação que pressupõe a presença do antropólogo junto ao grupo. Ou seja, sua participação no processo. (LAGO, 2010, p. 51)

E, durante todo esse processo, cabe destacar, “o papel do investigador é se distanciar para poder refletir sobre o significado do que é dito e visto” (TRAVANCAS, 2006, p. 105). Até porque, é importante lembrar que “esse tipo de pesquisa não acredita na neutralidade da ciência como pressuposto epistemológico, mas se declara favorável ao distanciamento investigativo de modo a não se confundir o que realmente ocorre com conceitos prévios e intenções valorativas do pesquisador” (PERUZZO, 2006, p. 144).

No entanto, adotando a ideia de Cláudia Lago (2010, p. 63), “talvez devêssemos trocar o distanciamento por suspeição. Acerca do que ouvimos, vemos e, principalmente, acerca das questões que nos colocamos enquanto pesquisadores que se propõem a dizer algo sobre alguma coisa”.

Agora, “ao voltarmos nosso foco para a aplicação do método etnográfico em pesquisas que têm como objeto o jornalismo, continuamos dentro do mesmo panorama,

apesar de precisarmos realizar algumas adequações” (LAGO, 2010, p. 53). E essas adequações partem da ideia de perceber o grupo estudado por meio do olhar antropológico que, no caso do jornalismo, precisa, segundo Cláudia Lago (2010), transformar o familiar em exótico.

Para isso, na observação participante, “o pesquisador se insere no grupo pesquisado, participando de todas suas atividades, ou seja, ele acompanha e vive (com maior ou menor intensidade) a situação concreta que abriga o objeto de sua investigação” (PERUZZO, 2006, p. 133). No entanto, é importante frisar que não se trata de se passar por um membro do grupo – salvo raras exceções quando isso se torna uma opção metodológica -, mas ficar atento ao papel de mero observador.

Assim, ao realizar a observação participante, é importante frisar que, “embora haja um enorme espaço para a subjetividade do cientista social neste tipo de pesquisa, os dados são formas objetivas e têm vida própria” (TRAVANCAS, 2006, p. 103). Além disso, segundo Isabel Travancas (2006), o pesquisador não pode esquecer que também estará sendo observado e que só pelo fato de estar presente no ambiente que pretende descrever densamente sua rotina, pode alterar a rotina daquele grupo e interferir em seus rituais.

Desta maneira, essa metodologia será adotada neste trabalho, uma vez que, “para a etnometodologia, é preciso que o pesquisador seja testemunha do que dispõe a investigar – ir a campo observar os atores em situação” (PEREIRA; MESQUITA, 2012, p. 50). E, “na falta de um conceito mais efetivo para darmos da observação participante no dia a dia das redações propomos a noção provisória de etnojornalismo, observação sobre as práticas jornalísticas que resultam num produto chamado de notícia” (VIZEU, 2010, p. 234).

É nessa metodologia que se arvoram ainda as teorias do *Newsmaking* e *Gatekeeper*. Portanto, “a etnometodologia se apresenta como uma teoria social reflexiva que procura explicar os métodos de todas as práticas sociais, inclusive seus próprios métodos” (PEREIRA; MESQUITA, 2012, p. 51). E se objetividade é método, para investigá-la, é fundamental o uso dessa metodologia.

Exposto isso, é preciso apresentar o recorte temporal desta pesquisa. A observação participante foi realizada no jornal *O Popular* durante o período eleitoral de 2018, uma vez que, nesse período, a relação do jornalista com suas fontes tende a se intensificar, algo que os colunistas confirmaram durante as entrevistas iniciais realizadas.

E, de fato, “na política, a primeira regra do jogo exige que os que vão governar sejam eleitos. Consequentemente, grande parte do interesse da imprensa na política e no Governo sempre se baseou na cobertura das eleições” (HOHENBERG, 1962, p. 420). E esse interesse não parte apenas da imprensa, mas também do público.

Nos anos de eleição, o interesse do público e da imprensa concentra-se na luta política. A maioria dos atos de funcionários eleitos, conselhos e legislativos é divulgada à luz dos seus efeitos sobre a campanha. Nos intervalos dos pleitos, quando a administração normal prossegue sem interrupção, a calma desce sobre os centros de ação administrativa, legislativa e judiciária. Na ausência do drama eleitoral, os assuntos da administração são tratados de maneira demasiadamente rotineira na maioria dos jornais, tornando-se meros suplementos do noticiário. (HOHENBERG, 1962, p. 428)

Apesar de também ter que levar em conta ainda a disponibilidade do colunista – o que exige certa flexibilidade diante de imprevistos – a definição das datas para a realização da observação foi embasada no calendário eleitoral divulgado pelo Tribunal Superior Eleitoral (TSE).

Além disso, foi utilizada, para o fechamento dos dias de observação, a metodologia de semana artificial (HERSCOVITZ, 2010), o que ajuda a evitar distorções de análise. Por exemplo: na primeira semana, o colunista será acompanhado na segunda-feira, na segunda semana, na terça, e assim por diante, até o fim do período eleitoral.

Feito isso, em um primeiro momento a intenção era que o período de observação se iniciasse a partir da data estipulada pelo Tribunal Superior Eleitoral (TSE) para o início das convenções partidárias (20/07/2018), conforme havia sido acordado no processo de qualificação para defesa dessa dissertação.

No entanto, isso não pode ser concretizado pelo fato de que o colunista Caio Henrique Salgado estava de férias nesse período, retornando para a redação apenas no início do mês de agosto. A decisão tomada pelo pesquisador foi, então, iniciar a observação no primeiro dia após o término do prazo estipulado pelo TSE para a realização das convenções partidárias.

Desta maneira, os dias estipulados, em comum acordo com o colunista titular da coluna Giro, para o acompanhamento da rotina do jornalista em *O Popular*, foram: 06/08/2018 (segunda-feira), 14/08/2018 (terça-feira), 22/08/2018 (quarta-feira), 30/08/2018 (quinta-feira), 07/09/2018 (sexta-feira), 10/09/2018 (segunda-feira), 18/09/2018 (terça-feira), 26/09/2018 (quarta-feira), 04/10/2018 (quinta-feira), totalizando nove dias de observação direta, quase duas semanas artificiais.

Caso houvesse segundo turno nas eleições estaduais, uma vez que o regionalismo é mais o foco da coluna analisada, a pesquisa teria se estendido. No entanto, no dia 07 de outubro, Ronaldo Caiado foi eleito governador com 59,7% dos votos, o que encerrou o calendário de observação na quinta-feira que antecedeu o dia da realização do primeiro turno das eleições.

Além disso, é bom lembrar, antes do início do trabalho de campo no recorte estipulado, foi realizado ainda, no dia 21/03/2018, em caráter exploratório de pré-teste, uma observação direta de um dia na redação de O Popular. Por uma tarde, o pesquisador acompanhou o trabalho de Caio Henrique Salgado com o objetivo de colher pistas que poderiam guiar a observação direta que ocorreria, mais tarde, durante as eleições de 2018.

4.2. As entrevistas em profundidade

E, durante todo esse processo de observação, “o ouvir, alcançado mediante entrevistas em profundidade, abertas e semi-abertas, mas também diálogos casuais, ajuda ao pesquisador perceber o sentido das ações que observa, bem como as significações específicas que o grupo observado atribui às suas próprias ações, rituais, etc.” (LAGO, 2010, p.52).

Assim, como aponta Jorge Duarte (2006, p. 62), esse recurso metodológico “busca, com base em teorias e pressupostos definidos pelo investigador, recolher respostas a partir da experiência subjetiva de uma fonte, selecionada por deter informações que se deseja conhecer”.

E isso porque “a entrevista em profundidade é um técnica dinâmica e flexível, útil para a apreensão de uma realidade tanto para tratar de questões relacionadas ao íntimo do entrevistado, como para descrição de processos complexos nos quais está ou esteve envolvido” (DUARTE, 2006, p. 64).

Dessa maneira, com a estratégia de aproximação do objeto, foram realizadas entrevistas exploratórias iniciais, antes do início do trabalho de campo: uma ainda enquanto o jornalista Jarbas Rodrigues Jr. era titular da coluna Giro, de O Popular, e outra já com Caio Henrique Salgado, que atualmente assina a coluna. Os dados colhidos nesse momento da pesquisa foram fundamentais para a realização, posteriormente, da observação participante sistemática na redação de O Popular.

No entanto, anterior a essa metodologia, fez-se ainda necessário a realização de uma ampla revisão bibliográfica para se definir melhor a objetividade jornalística enquanto conceito e o jornalismo opinativo enquanto gênero. Já durante a observação direta, foi importante ainda realizar mais entrevistas com o jornalista titular da coluna Giro, de forma a entender melhor como se dá sua rotina de trabalho e se e como é seu método de apuração de notícias em sua coluna diária.

Como já foi relatado e descrito neste trabalho, uma primeira entrevista semi-aberta, de caráter exploratório, foi realizada com o jornalista Jarbas Rodrigues Jr., na época o titular da coluna Giro, de O Popular, no dia 17 de outubro de 2017. Jarbas já tinha se mostrado aberto a contribuir para a realização desse trabalho e colaborar com a observação direta na redação de O Popular. No entanto, no dia 22 de janeiro de 2018, enquanto este trabalho era redigido, Jarbas Rodrigues Jr. publicou em suas redes sociais uma carta para anunciar seu desligamento de O Popular – e, conseqüentemente, da coluna Giro, depois de quase 15 anos dedicados ao colunismo, para cuidar de projetos pessoais.

Atualmente, o jornalista titular da coluna é Caio Henrique Salgado, que, enquanto Jarbas ainda era titular da Giro, já assinava as colunas às segundas-feiras, dia da folga de seu antecessor. Um primeiro contato com o jornalista foi estabelecido e, no dia 22 de fevereiro de 2018, Caio concedeu a primeira entrevista para este trabalho, o que já tornou possível a elucidação de sua visão sobre a coluna para comparar de que forma sua visão sobre o jornalismo – e o colunismo, mais especificamente – se aproximava e se distanciava da de Jarbas.

Outras duas entrevistas semi-abertas também foram realizadas com Caio Henrique Salgado durante e após o trabalho de campo. A primeira ocorreu no dia 07/08/2018, no dia seguinte ao primeiro dia de observação direta na redação de O Popular. A segunda foi feita após o período de observação, no dia 08/11/2018. A intenção era comparar e analisar se haveria alguma distorção no discurso do jornalista após sua interação com o pesquisador no decorrer da pesquisa.

Além disso, durante o período de observação, o pesquisador, em alguns momentos se permitiu fazer perguntas ao jornalista. Nesse caso, a entrevista era aberta, uma vez que “novas questões podem ser levantadas na ocasião tanto pelo entrevistado, quanto pelo entrevistador” (TRAVANCAS, 2006, p. 102),

A princípio, tudo o que está sendo dito interessa e é importante, em maior ou menor grau. Por quê? Porque estas informações ajudam na compreensão do entrevistado, do grupo a que pertence e das lógicas de sua cultura. [...] E

neste tipo de entrevista o pesquisador não inquirir seu entrevistado. Pode até apontar contradições, ambiguidades, pedir mais esclarecimentos. Mas ele não julga o seu discurso, suas atitudes, suas escolhas. Ele escuta. Ele não está em busca de uma resposta verdadeira, objetiva. O próprio fato de um entrevistado não querer responder a uma questão, por exemplo, pode dizer tanto dele e de sua visão de mundo, quanto uma resposta. (TRAVANCAS, 2006, p. 103)

E, de fato, qualquer detalhe pode fazer a diferença na análise. Algo simples e corriqueiro, no final, pode fazer um sentido maior na rotina profissional em que o jornalista está inserido. Cada atitude tomada pelo jornalista em seu cotidiano diz muito não apenas sobre o sujeito, mas também sobre sua cultura profissional. E é justamente isso que este trabalho pretende investigar.

4.3. A Análise de Discurso e os sentidos que levam à objetividade

Feito o estudo etnográfico, para identificar os sentidos que levam à objetividade no texto final da coluna Giro foi feita uma Análise de Discurso. Essa foi a metodologia também utilizada para interpretar as entrevistas em profundidade realizadas com o jornalista. Por isso, antes de aprofundarmos na análise, se torna necessário entender o que é o discurso. E isso porque, segundo Patrick Charaudeau (2009, p. 62), “toda análise é interpretação”.

Para Ângela Moraes (2013, p. 26) “o discurso é uma prática social de produção de textos, uma construção social, não individual, que só pode ser analisado considerando-se seu contexto histórico-social, especialmente levando-se em conta os aparelhos ideológicos do Estado (AIE)”. Assim, o discurso pode ser definido como uma bem sucedida, mas provisória, fixação de sentidos.

No entanto, como nos lembra Foucault (2014, p. 66), “o discurso, assim concebido, não é a manifestação [...] de um sujeito que pensa, que conhece, e que o diz”. Isso porque, para ele, o discurso é a manifestação também do inconsciente, do não dito, daquilo que não está explícito ou revelado. E essa é a razão pela qual a Análise de Discurso, enquanto metodologia científica, “tem um procedimento que demanda um ir-e-vir constante entre teoria, consulta ao corpus e análise” (ORLANDI, 2007, p. 66).

Discurso é mesmo, em linhas gerais, o funcionamento da linguagem, portanto, o lugar da intersubjetividade ou da formação do laço social. Ele é tanto a fala individual quanto a malha de inserção do indivíduo na

complexidade relacional do *socius*, ou seja, é também a realidade em construção, geradora de sentido para o que se apresenta como social e semanticamente fragmentado. (SODRÉ, 2009, p. 141)

Mas como todo discurso depende da linguagem para se materializar, até porque “a linguagem é própria do homem” (CHARAUDEAU, 2009, p. 7), ele também é poder. Por isso, segundo Patrick Charaudeau (2006, p. 17), “todo ato de linguagem está ligado à ação, mediante as relações de força que os sujeitos mantêm entre si, relações de força que constroem simultaneamente o vínculo social”. Até porque, para o autor, todo ato de linguagem depende da relação entre sujeitos, que é regida por três princípios básicos: de alteridade, de influência e de regulação.

Todo ato de linguagem emana de um sujeito que apenas pode definir-se em relação ao outro, segundo um princípio de alteridade (sem a existência do outro, não há consciência de si). Nessa relação, o sujeito não cessa de trazer o outro para si, segundo o princípio de influência, para que esse outro pense, diga ou aja segundo a intenção daquele. Entretanto, se esse outro puder ter seu próprio projeto de influência, os dois serão levados a gerenciar sua relação segundo um princípio de regulação. (CHARAUDEAU, 2006, p. 16)

Mas, é bom frisar, “o discurso não é a língua, embora seja com ela que se fabrique discurso e que, num efeito de retorno, a modifique” (CHARAUDEAU, 2015, p. 40). Dessa forma, a Análise de Discurso propõe a construção de um dispositivo de interpretação que deve levar em conta o inconsciente e a ideologia. E, de acordo com Eni Orlandi (2007, p. 46), o trabalho da ideologia é o de, basicamente, “produzir evidências”. E isso porque, para a autora, é a ideologia a responsável por confrontar o sujeito em sua produção do dizer.

Nessa concepção, portanto, o sujeito está assujeitado, ou seja, submetido às condições de produção do discurso dadas pela língua e pela ideologia, sujeito à língua e à história, assumindo diferentes papéis em diversas ocasiões. Assim, o discurso não está no texto em si, mas na prática discursiva, que só é possível na relação entre o enunciador e o leitor (FOUCAULT, 2014).

Todavia, “tomado como objeto, o discurso não deve ser encarado como algo fechado em si mesmo, nem como algo de domínio exclusivo do locutor” (SCHWAAB; ZAMIN, 2014, p. 58). Afinal, a aparência de verdade de um discurso reside no seu próprio enunciado, no “seu sentido, sua forma, seu objeto, sua relação a sua referência” (FOUCAULT, 2006, p. 15).

Qualquer discurso traz em si outros, algo que é acessível pela memória discursiva. Os sentidos construídos historicamente são convocados nas novas formulações e têm um efeito sobre o discurso que está sendo construído no agora. É o sujeito quem recorta dizeres do interdiscurso para constituir o que, à primeira vista, parece um discurso de sua autoria. (SCHWAAB; ZAMIN, 2014, p. 56)

E quando aplicamos o método de análise discursiva, o caminho é inverso ao da construção do discurso: parte-se do texto para, logo em seguida, buscar o que lhe é anterior e exterior. Até porque, para entender qualquer discurso é preciso ir além das regras de uso da língua. Afinal, ele é resultado “da combinação das circunstâncias em que se fala ou escreve (a identidade daquele que fala e daquele a quem este se dirige, a relação de intencionalidade que os liga e as condições físicas da troca) com a maneira pela qual se fala” (CHARAUDEAU, 2015, p. 40).

Além disso, é importante destacar que “todo discurso se estabelece do modo intersubjetivo: um alguém enuncia, outro alguém interpreta” (BENETTI; HAGEN, 2010, p. 124). E o jornalismo, por se tratar de uma prática discursiva, não foge dessa intersubjetividade justamente por ser articulado por múltiplos sujeitos (o jornalista, a fonte, o veículo, o leitor e o anunciante).

Nessa prática, o jornalismo ocupa um lugar de enunciação a partir do qual está autorizado a ‘tratar dos fatos do mundo’, e os sentidos que ele deseja construir só têm alguma chance de se concretizarem se o leitor reconhecer a legitimidade e singularidade daquele lugar de enunciação. (BENETTI; HAGEN, 2010, p. 124)

E o jornalismo, por se tratar de um gênero discursivo, só existe na relação entre sujeitos que apresentam relações de poder assimétricas. Mesmo assim, há uma espécie de contrato de leitura da informação midiática que busca responder “à questão ‘quem diz e para quem’, envolvendo debates sobre a identidade do jornalismo, a imagem do jornalismo como voz institucional e construção do leitor virtual ou imaginado” (BENETTI; HAGEN, 2010, p. 124).

No caso do jornalismo, ao descrever como funciona o contrato de comunicação, Patrick Charaudeau (2015) reforça que esse contrato envolve duas instâncias: a de produção e a de recepção. Neste trabalho, o foco é na instância de produção, que é onde

o jornalista, apesar de não ser o único ator, se torna a figura mais importante do processo.

E, de fato, a principal função do jornalista é a de transmitir informação. “Mas essa informação se compõe de um conjunto de acontecimentos ou de saberes que aparentemente preexistem ao ato de transmissão” (CHARAUDEAU, 2015, p. 74). E aqui, a etnometodologia se torna uma grande aliada à análise de discurso, uma vez coloca o pesquisador em contato direto com o jornalista no momento da coleta e no tratamento das informações, antes da sua transmissão. E isso porque

O discurso jornalístico caracteriza-se, cada vez mais, pela aptidão de captar, compreender e socializar, pela mediação crítica, os discursos interessados dos agentes produtores de acontecimentos, falas e saberes que desorganizam, reorganizam ou explicam a atualidade. Esses agentes incorporam à sua competência o domínio da técnica e da lógica jornalística, e com isso produzem e distribuem conteúdos jornalisticamente irrecusáveis (informação e a explicação dos acontecimentos), por meio dos quais interagem com a sociedade. (CHAPARRO, 2000, p. 77)

Justamente por isso, no fazer jornalístico, Charaudeau (2015) propõe dois papéis fundamentais que o jornalista pode desempenhar: o de pesquisador-fornecedor da informação e o de descritor-comentador da informação. E, “no que tange ao papel de fornecedor de informação, coloca-se o problema do tratamento das fontes” (CHARAUDEAU, 2015, p. 74).

O número incalculável de acontecimentos suscetíveis de tornarem-se informação, o fato de que nenhum organismo de informação pode estar presente em todos os lugares do mundo onde algo acontece, além das restrições de tempo de fabricação (a informação se constrói rapidamente) e de espaço de difusão (algumas páginas num jornal e meia hora de rádio e televisão), obrigam a instância midiática a dotar-se de meios que lhe permitam abranger o máximo de acontecimentos, selecioná-los e verificá-los. (CHARAUDEAU, 2015, p. 74)

E esses meios adotados, os critérios dos quais o jornalista se vale no momento da captação e tratamento da informação, é justamente o método que deve ser observado e descrito pelo estudo etnográfico deste trabalho. Assim, com essa contextualização, a Análise de Discurso será capaz de investigar a coerência e/ou as contradições desse método objetivo de apuração de fatos em um campo marcado pela intersubjetividade.

E, “quando se olha para o Jornalismo na perspectiva discursiva, essa escolha comprova que os produtos midiáticos também são carregados de sentido ideológico, de

escolhas, na noção de que aquilo que vira notícia faz parte dos assuntos sobre os quais se deve saber” (SCHWAAB; ZAMIN, 2014, p. 55).

Ao descrever acontecimentos, os textos jornalísticos empreendem movimentos de resgate da memória. Nesse processo, produzem efeitos de sentido ao fazer circular narrativas sobre o presente, permeadas por signos historicamente constituídos. São dizeres oriundos de uma montagem orientada por memória e esquecimento. (SCHWAAB; ZAMIN, 2014, p. 55)

Ou seja, “a noção de interdiscurso permite considerar que toda formulação se dá por uma relação com aquilo que a memória discursiva determina como elementos de saber” (SCHWAAB; ZAMIN, 2014, p. 57). Afinal, é o interdiscurso o responsável pela compreensão do espaço social do discurso jornalístico, uma vez que o próprio processo de editoração se dá, essencialmente, por gestos de interpretação.

Dessa forma, é no trabalho da enunciação que os jornalistas produzem os discursos, que, submetidos a uma série de operações e pressões sociais, constituem o que o senso comum das redações chama de notícia. Assim, a imprensa não reflete a realidade, mas ajuda a construí-la. (PENA, 2005, p. 128)

Todo discurso, portanto, “antes de representar o mundo, representa uma relação” (CHARAUDEAU, 2015, p. 42). E “ao se dizer que o discurso é por excelência o lugar de produção de sentido, está-se admitindo implicitamente que o sentido resulta de um trabalho social” (SODRÉ, 2009, p. 141), o que corrobora com a ideia de que o jornalismo contribui, de forma incisiva, para a construção social da realidade.

E mais ainda: como o jornalismo está inserido nesse contexto, a relação entre jornalistas e a sociedade acaba também por ajudar a moldar o próprio jornalismo. E no caso de uma coluna política de notas, como a que é analisada neste trabalho, essas relações se tornam ainda mais explícitas, uma vez que um único jornalista é o responsável pelo contato com os agentes políticos que ganharão – ou não – espaço e destaque nas páginas do jornal impresso.

5. O JORNALISMO OPINATIVO IMPRESSO EM ANÁLISE

Se a objetividade é método (KOVACH; ROSENSTIEL, 2003), qual é o método utilizado pelo colunista? Com intuito de responder essa pergunta, o presente trabalho é composto por duas etapas. A primeira consiste na realização de uma observação direta na redação do Jornal O Popular e das entrevistas com o colunista titular de Giro, Caio Henrique Salgado. A segunda se volta para a análise discursiva da coluna Giro do dia imediatamente posterior à observação direta.

Posto que a objetividade tem a ver com o compromisso de o trabalho jornalístico ser reconhecido como um discurso da realidade social, o jornalista é um agente social responsável por mediar os fatos de interesse público e a própria cidadania. E é bom lembrar que em regimes democráticos o conceito de objetividade remete ao direito à informação. Por isso, a ideia de se agregar valores e procedimentos que orientam a busca da verdade no jornalismo (DEMENECK, 2009). Por essa razão, o jornalista lança mão de métodos de apuração da informação, junto dos quais diminui o grau de suas incertezas.

Tanto em padrões éticos quanto epistemológicos, o jornalista tem como compromisso fazer um relato mais próximo da verdade possível, segundo os meios dos quais dispõe, o que nos leva a acreditar que a objetividade está relacionada com racionalidade e lógica, até porque o jornalismo abriga uma característica racional fundamental para a comunicação com grandes grupos humanos.

Assim, ser mais ou menos objetivo se relaciona com o rigor do método - e a exposição do método -, com a transparência no tratamento da informação e serve como reforço informativo ou metodológico para uma maior aproximação da verdade. É por isso, que este trabalho parte rumo à exposição do método de apuração de notícias no gênero opinativo, mais especificamente na coluna Giro, de O Popular.

Ao colocar o jornalismo opinativo impresso em análise, por meio de uma abordagem multimetodológica – que envolve a etnografia (ou etnojornalismo, para ser mais exato), a entrevista em profundidade – realizada antes, durante e após a observação participante - e a análise de discurso, a intenção é investigar de que modo a instância objetiva que os jornalistas seguem (WARD, 2011) também influencia no fazer jornalístico, principalmente na especificidade do colunismo político.

5.1. O jornalista em ação

Como este trabalho se propõe a identificar o método de apuração no gênero opinativo, a rotina produtiva de um jornalista especializado nesse gênero é fundamental para entender esse método. E uma vez que a coluna Giro, de O Popular, é assinada pelo jornalista Caio Henrique Salgado, acompanhá-lo em sua rotina diária na redação é importante para conseguir descrever, de forma densa, sua metodologia de apuração de notícias.

Antes da realização da observação direta no período eleitoral, como já foi exposto anteriormente, foi realizado um dia de observação, em caráter de pré-teste. Essa primeira observação direta na redação de O Popular ocorreu no dia 21 de março de 2018. Considera-se que essa escolha foi aleatória, mas dependeu de dois fatores principais: a disponibilidade do jornalista Caio Henrique Salgado, titular da coluna Giro, e a autorização da editora de O Popular, Silvana Bittencourt.

Além disso, cabe destacar, essa observação direta realizada no jornal O Popular – no caso, de apenas um dia para o pré-teste -, teve um caráter meramente exploratório. Assim, por ser uma observação num curto período de tempo, o que se buscou foi muito mais pistas do que deveria ser procurado durante uma observação sistemática num período maior, durante as eleições.

De qualquer forma, o pré-teste realizado permitiu ao pesquisador identificar pelo menos três pontos fundamentais que deveriam ser investigados nas observações realizadas durante o período eleitoral: o relacionamento do colunista com as fontes, a utilização do ciberespaço como ferramenta de apuração e os critérios de noticiabilidade que o jornalista utiliza ao selecionar as notícias.

Cabe destacar ainda um fato curioso que ocorreu no dia do pré-teste, mas que não se repetiu durante a pesquisa no período eleitoral. O dono de uma empresa de entulhos que teve um dos caminhões de sua frota registrados em foto da coluna publicada no dia 21 de março de 2018 foi até a sede do Grupo Jaime Câmara para pedir correção do conteúdo de uma nota desse dia.

Da primeira vez que a portaria comunicou na redação sobre a presença dele, Caio decidiu não atendê-lo, alegando que nenhum horário foi agendado anteriormente e não tinha recebido nenhuma ligação à respeito do assunto. Depois de alguns minutos de

insistência, a portaria ligou novamente para Caio, que, dessa vez, atendeu por telefone o dono da empresa e resolveu descer até a portaria para verificar a situação.

No caminho para o saguão de entrada do Grupo Jaime Câmara, Caio explicou para o pesquisador que a foto da coluna, local onde apareceu a foto do caminhão da empresa em questão - que, neste caso, não teve sequer seu nome citado -, é de responsabilidade dos repórteres fotográficos do jornal, que, geralmente, já trazem a foto e as informações sobre algum fato do cotidiano da cidade.

Geralmente o espaço da foto publicada todos os dias na coluna é destinado a algum flagra de algo inusitado ou ilícito. E destaco aqui que a palavra ilícito tem um significado um pouco mais amplo do que a palavra ilegal, um de seus sinônimos. Ilícito remete também àquilo que não é moralmente aceitável.

No entanto, nesse dia em questão, tratava-se de um crime ambiental, em que a coluna afirmava que o caminhão dessa empresa estaria fazendo descarte irregular de entulho em área de preservação ambiental. Mas na recepção do jornal, com o jornal em mãos, o dono da empresa de entulhos explicou para o colunista que o que foi publicado na fotolegenda da coluna daquele dia não condizia com o que aconteceu de fato e apontou na foto elementos que corroboravam para a veracidade de sua versão.

Caio, que publicou o fato sem tê-lo vivenciado e sem meios para procurar o contraditório, uma vez que ele não se sente responsabilizado diretamente pela apuração das fotolegendas da coluna que assina, prometeu a correção da informação no jornal do dia seguinte. O empresário o agradeceu muito, comentando ainda que desde a manhã daquele dia ele e sua família estavam sendo alvo de ofensas e xingamentos no bairro onde vivem e trabalham, tendo sido chamados de ladrões, bandidos e safados.

Mas é importante reiterar que uma situação desse tipo ocorreu apenas no dia da realização do pré-teste, não tendo se repetido durante a observação realizada no período eleitoral. Mesmo assim, cabe ressaltar que em nenhum dia Caio se preocupa em apurar a fotolegenda, confiando inteiramente na versão que o repórter fotográfico lhe passa.

Portanto, ao não buscar o contraditório, ao não aplicar o mesmo método que aplica para o restante das notas de sua coluna, esse é um espaço que fica à mercê de acontecimentos como o descrito acima. Mas é importante pontuar que, com base no período de observação, fatos como esse, importantes e preocupantes sob o ponto de

vista deontológico, não são uma rotina no dia-a-dia do colunista, mas casos isolados que, vez ou outra, podem ocorrer.

Apesar disso, o colunista se mostra sempre aberto a qualquer correção ou em expor alguma resposta dos envolvidos na foto legenda. No dia 11/07/2018, por exemplo, no espaço destinado ao Arremate, no canto inferior esquerdo da coluna, Caio apresenta a resposta da Saneago, empresa de Saneamento do Goiás, sobre um vazamento de água exposto na fotolegenda na semana anterior e ainda faz uma correção. “De acordo com a empresa, o problema, já resolvido, era de água e não esgoto”.

Esse trecho evidencia, mais uma vez, uma falha de apuração. E como essa apuração, na visão de Caio, é mais responsabilidade do repórter fotográfico do que dele, erros pontuais como o descrito acima podem ocorrer com facilidade, uma vez que não se aplica o mesmo método de apuração de notícias ao restante da coluna para esse espaço específico.

Desse enunciado, emerge a ideia da crença dos jornalistas de que a imagem e os fatos falam por si, tanto do colunista quanto do repórter fotográfico, o que já foi relatado por Gaye Tuchman em 1972. Mas, é bom lembrar que nem tudo é o que parece. Por isso a necessidade sempre constante de uma apuração rigorosa no jornalismo. Até porque rigor, precisão e acurácia são alguns dos sentidos e valores ligados à objetividade e que guiam a atividade jornalística.

5.1.1. Um dia típico da coluna Giro

Ao chegar à sede da Grupo Jaime Câmara (GJC), as instalações que ocupam todo o quarteirão já impressionam pelo tamanho. O jornalista Caio Henrique Salgado chega caminhando ou de bicicleta, geralmente entre 14h e 14h30, dependendo do dia. Nos dias observados, em apenas um dia Caio compareceu à redação também pela manhã, para acompanhar a entrevista que o então governador, José Eliton, candidato à reeleição, concederia para o jornal e que foi transmitida na página de *O Popular* no *Facebook*.

A mesa de Caio é a primeira ao entrar na redação, de costas para a entrada. Do seu lado esquerdo, senta a jornalista Fabiana Pulcineli, da editoria de Política. Sobre sua mesa, chama a atenção três robôs de papel, uma espécie de brinquedos ícones da cultura *geek*. No seu computador, fica grudada a lista de ramais da redação de O Popular, mas que Caio nunca utilizou durante o período analisado.

O desconforto inicial de Caio com a presença do pesquisador era perceptível. Também eram perceptíveis os olhares curiosos de toda a redação ao notarem a presença de alguém estranho no ambiente de trabalho – no caso, o pesquisador. No entanto, com o passar do tempo – e dos dias, principalmente - o jornalista e a redação pareciam mais confortáveis com a situação. No fim da pesquisa, já haviam cessado os olhares sempre curiosos da redação quanto à presença do pesquisador.

Caio não participa da reunião de pauta, mas seu contato constante com os colegas da redação o faz ter uma noção sobre quais são as pautas do dia. Nos dias analisados, o contato direto com a editora Silvana Bittencourt foram escassos, o que demonstra a autonomia do jornalista no processo de recolha, seleção e apresentação de sua coluna.

Um fato que corrobora com essa ideia é o de que Caio sempre sai da redação sem o crivo da editora, pois, segundo ele, as mudanças no conteúdo da coluna são muito raras, e, geralmente, muito mais para tornar uma informação mais clara do que para derrubar alguma pauta. E, vale frisar, durante o período de observação isso não ocorreu em nenhum dia.

Caio costuma ficar na redação por volta de seis horas por dia, chegando entre 14h e 14h30 e saindo entre 20h e 20h30. E aqui cabe lembrar que, de acordo com o artigo 303 da Consolidação das Leis Trabalhistas (CLT), a jornada de trabalho dos jornalistas é de cinco horas diárias. No entanto, essa mesma lei também prevê a possibilidade de elevação da jornada para até sete horas diárias, desde que isso conste em contrato.

E mesmo ficando em torno de seis horas por dia na redação –, Caio também costuma trabalhar de casa. Pela manhã, por exemplo, o colunista costuma atender diversas ligações e receber inúmeras informações via *WhatsApp*, o aplicativo para

celular. Além disso, ele tem o costume de ler os jornais do dia ainda no período matutino.

Na redação, o jornalista observado adota uma postura multitarefas e multitelas. A relação do colunista com o *Whatsapp* é intensa. A observação mostrou que é pelo aplicativo que chegam a grande maioria das informações que são publicadas na coluna. Por meio de mensagens de texto, é feito o primeiro contato com as fontes, que geralmente também o procuram por esse meio. E quando a informação repassada pelas fontes ao colunista lhe interessa, ele parte então para a ligação, geralmente por celular, para uma apuração mais precisa dos dados.

O jornal possui um grupo de *Whatsapp*, o que permite até que as reuniões de pauta sejam feitas via aplicativo. Além disso, foi criado também um grupo no aplicativo do qual participavam apenas os jornalistas responsáveis por cobrir as eleições – incluindo Caio.

As informações recebidas por e-mail só são publicadas quando relatam eventos factuais. No final da coluna, mais precisamente no canto inferior direito, há um espaço para quatro notas denominado “Arremate”. É lá que essas informações são inseridas, e, geralmente, são recebidas por e-mail via assessorias dos órgãos públicos e instituições.

Ao editar sua coluna, algo que faz diretamente no programa de diagramação do jornal – de nome Hermes -, Caio deixa para o final o que menos gosta, conforme revelado durante a observação e também nas entrevistas realizadas com o jornalista. A última parte da coluna a ser feita sempre é a fotolegenda e a penúltima, o Arremate, que são as quatro notas que fecham a coluna no canto direito inferior. No restante da coluna, não há uma ordem fixa para a escrita.

5.1.2. O jornalista e as fontes: a entrevista como método de apuração

Na produção jornalística, segundo Mauro Wolf (2002, p. 222), “as fontes são um fator determinante para a qualidade da informação”. E isso justifica o fato de possuírem relevâncias diferentes para o jornalista, o que torna o acesso a elas e o acesso delas aos jornalistas assimétricos entre si.

Os estudos sobre o *newsmaking* deram a conhecer esse aspecto suficientemente claro e incontroverso: a rede de fontes que os órgãos de informação estabelecem como instrumento essencial para o seu funcionamento, reflete, por um lado, a estrutura social e de poder existente e, por outro, organiza-se a partir das exigências dos procedimentos produtivos. (WOLF, 2002, p. 223)

Na observação direta, confirmou-se que o colunista tem preferência, quase que exclusivamente, por fontes oficiais e oficiosas. Além disso, houve uma repetição de algumas fontes específicas. Isso porque, pela posição que ocupam, presume-se que sejam mais credíveis e também são responsáveis por seus atos, de forma que suas ações e opiniões também são oficiais.

Isso explica, então, o porquê de, geralmente, os jornalistas – e Caio não é diferente - estabelecerem “relações estreitas e continuadas com as próprias fontes, que acabam por se transformar em fontes pessoais, quase informadores que mantêm os repórteres atualizados, fornecendo-lhes indiscrições, notícias reservadas” (WOLF, 2002, p. 227).

Durante a observação, notou-se ainda que o contato com os líderes do Executivo, municipal e estadual, mesmo para Caio, parece não ser tão fácil e, segundo ele, deve ser negociado por dias, até conseguir. Com o então governador José Eliton, candidato à reeleição, o colunista conseguiu contato direto apenas duas vezes durante o período de observação: um presencialmente, quando o governador foi até à redação de O Popular para uma sabatina que seria transmitida pela internet, e outra por telefone.

Enquanto isso, o colunista costuma conversar com inúmeros assessores, colher diversas versões sobre o mesmo fato, para então decidir o que pode vir a ser publicado, o que nos remete a uma das quatro regras pragmáticas para se alcançar a objetividade no texto jornalístico, segundo Philip Meyer (1989)

O contato direto com as fontes via telefone foi sempre pra checar alguma informação da qual Caio já possuía anteriormente, geralmente recebida via *Whatsapp* ou no contato direto com os colegas de redação. No entanto, em todas as conversas, ele acabou coletando novas informações que o ajudaram a pensar o que poderia render nota para sua coluna. Entre suas fontes estavam, majoritariamente, autoridades (políticos com mandato ou secretários de governo), assessores e jornalistas.

Outro ponto importante a ser destacado é que, no início das conversas, Caio sempre pergunta para suas fontes o que elas têm de novidade. E isso é explicado porque um colunista político, assim como um repórter dessa editoria, “também precisa ter paciência e disposição para muita conversa aparentemente inútil” (RODRIGUES, 2002, p. 85) e saber distinguir a fronteira, quase sempre nebulosa, entre a intimidade e a promiscuidade na relação entre o jornalista e a fonte.

No entanto, o ponto negativo de se iniciar uma entrevista com essa pergunta é o fato que isso acaba dando à fonte o poder de decidir repassar a informação que julga mais conveniente e, por vezes, reter informações importantes para a compreensão de um fato político. Mas, cabe dizer, o jornalista, com o tempo, acaba adotando uma atitude de confiança em suas fontes - adquirido com o que Tuchman (1972) chama de *news judgement*, - que o permite jogar o jogo do esconde e mostra, típico dos agentes políticos.

Assim, adotando a tipificação proposta por José Nello Marques (2003) sobre os tipos possíveis de entrevistadores, Caio seria o jornalista amigo, aquele que busca um relacionamento mais íntimo com o entrevistado. Isso se dá em virtude da característica do colunismo, que, em busca de notas exclusivas, precisa ter um relacionamento estreito com as fontes.

Em muitos momentos da conversa, a observação pode constatar que o colunista relembra suas fontes por repetidas vezes que alguma informação ou outra pode ser dada em *off*, quando a autoria de quem repassou a informação não é identificada quando publicada. E isso porque, o universo do jornalismo político

faz com que os textos dessa editoria, além de simplesmente registrar atitudes e opiniões, sejam capazes de processar informações e analisá-las em cenários conjunturais de curto, médio ou longo prazo. E quando falamos em universo, estamos nos referindo a três instâncias de poder (em seus três níveis de administração federal, municipal e estadual), às organizações partidárias, classistas e sindicais, às entidades não governamentais e aos organismos internacionais. Não é por acaso, portanto, dada a origem dos atores da cena política, que a informação *off de record*, tenha um papel muito mais decisivo nesta editoria do que outras áreas editoriais. É matéria-prima básica. (RODRIGUES, 2002, p.84)

A busca pelo furo, pela informação exclusiva, é uma característica marcante no trabalho de Caio. Para ele, essa exclusividade é o principal fator que diferencia sua coluna das reportagens da editoria de Política. E isso porque “os membros da

comunidade jornalística querem as notícias tão quentes quanto possível, de preferência em primeira mão. Notícias frias são notícias velhas, que deixaram de ser notícia” (TRAQUINA, 2013, p. 35).

O furo é um elemento importante da cultura jornalística que alimenta os interesses próprios do jornalista. O jornalista que se preza procura o furo. O furo é uma conquista que está associada ao brilho profissional, razão justificada na vaidade pessoal, e que fornece um prestígio que pode fazer progredir a carreira profissional. Concomitantemente, o furo é um fator que agudiza a concorrência. (TRAQUINA, 2013, p. 53)

No caso da coluna Giro, essa concorrência se torna nítida inclusive entre o colunista e seus colegas de redação, principalmente os da editoria de política. Ao mesmo tempo que Caio prefere não colocar em sua coluna notas que seus colegas já estão fazendo matérias, seus colegas, quando sabem de algum furo conquistado pelo colunista, o pressionam a divulgar o mais rápido possível na internet, como foi o caso quando Caio soube em primeira mão da desistência do então deputado federal Thiago Peixoto de concorrer às eleições.

Mas essa pressão dos colegas se dá, principalmente, por medo da concorrência dar o furo antes. Com eles, Caio adota sempre uma postura colaborativa, com um espírito de ajuda mútua, o que é recíproco entre os jornalistas da editoria de política, principalmente. Por vezes, o colunista pergunta o que seus colegas fariam em seu lugar diante de algumas notas, pede sugestão de entrevistados. E seus colegas também, por vezes, recorrem a Caio para auxiliá-los a interpretar alguns dados de suas reportagens.

Uma vez que, no caso do jornalismo político e, principalmente, no colunismo, o relato também pode ser um acontecimento, a entrevista acaba se tornando o principal método de apuração. Quando Caio, por diversas vezes, inicia uma entrevista em tom informal, como que se perguntasse a um amigo o que ele tem de novidade a lhe contar, o que ele busca são fatos, que o que Tuchman (2016) chama de *news judgement* irá decidir se vale a pena ou não ser publicado.

A unidade de análise que é privilegiada pelo jornalismo é o acontecimento. A importância do imediatismo como valor fundamental da profissão, bem como o imperativo de responder à pergunta básica ‘o que há de novo?’, combinam-se para levar o jornalismo a privilegiar a cobertura de acontecimentos. (TRAQUINA, 2013, p. 45)

“Em toda entrevista, seja feita por um profissional da psicologia, seja por um da educação, da justiça ou do jornalismo, os dinamismos psicológicos presentes em toda relação humana estão participando do desenvolvimento e do resultado dessa entrevista” (MARQUES, 2003, p. 14). E, no caso do Jornalismo, cabe destacar, não é preciso de entender profundamente as relações entre o consciente e o inconsciente, como é o caso da Psicologia, por exemplo.

Por isso, mesmo no jornalismo, “a entrevista se processa entre seres humanos, os quais, sendo marcadamente individualizados, não podem ser reduzidos a uma fórmula ou padrão comum” (GARRET, 1974, p. 16), apesar de existirem alguns traços psicológicos comuns a um grande número de pessoas.

Dessa forma, jornalistas não podem deixar de captar todas as mínimas reações emocionais do entrevistado. É isso o que permite uma maior precisão da informação e o que leva o jornalista a conseguir informações inéditas e importantes. Até porque “a relação jornalista-político é marcada pela tensão e por uma gama de dificuldades” (MARQUES, 2003, p. 30). E, para isso, nem sempre o contato telefônico é suficiente.

5.1.3. O jornalista como um *gatekeeper* de opiniões

Analisar o conceito de *gatekeeper* em fenômenos comunicacionais não é algo recente. Kurt Lewin (1947) já o fez na década de 40. Para ele, alguns canais de comunicação funcionavam como *gates*, portão em inglês, que seriam governados por regras imparciais ou por “*gatekeepers*” (LEWIN, 1947, p. 145).

Assim, o autor definiu *gatekeeper* como um grupo capaz de determinar o que estaria dentro ou fora do debate, do que deveria ser aceito ou rejeitado, do que pode ou não pode ser publicado e se tornar notícia. E compreender o funcionamento desse *gate*, desse portão, passa pela análise dos múltiplos fatores e forças que influenciam e determinam as decisões dos *gatekeepers* (LEWIN, 1947).

Aproveitando dessa ideia inicial de Lewin (1947), David White (2016) acredita que o processo de construção de uma notícia passa por diversos *gatekeepers* entrelaçados numa cadeia de comunicação. Mas, o editor final, a quem White (2016) chama de *Mr. Gates*, seria o mais importante de todos, “pois se rejeitar uma notícia, o trabalho de

todos aqueles que o precederam, relatando-o, transmitindo-o, fica reduzido a zero” (WHITE, 2016, p. 202).

White (1950) utilizou este conceito para estudar o desenvolvimento do fluxo de notícias dentro dos canais organizativos dos órgãos de informação e, sobretudo, para individualizar os pontos que funcionam como ‘cancelas’ e que estabelecem que a informação passe ou seja rejeitada. [...] O mérito desses primeiros estudos foi o de individualizarem onde, em que ponto do aparelho, a acção de filtro é exercida explícita e institucionalmente. (WOLF, 2002, p. 181)

Neste trabalho, nosso *Mr. Gates*, é Caio Henrique Salgado, editor da coluna Giro. E isso porque, para que sua coluna seja impressa, todos os dias ele “defronta-se com um quadro extremamente complicado de decisões a tomar, tendo em conta o número limitado de notícias que pode utilizar” (WHITE, 2016, p. 203). “Ele é o responsável pela progressão da notícia ou por sua ‘morte’, caso opte por não deixá-la prosseguir, o que significa evitar a publicação” (PENA, 2005, p. 133).

No entanto, cabe destacar que, apesar de ser o guardião do portão da coluna Giro, “normas ocupacionais profissionais e organizacionais parecem ser mais fortes do que as preferências pessoais” (TEMER; NERY, 2004, p. 64). E, de fato, as decisões que o colunista toma diariamente em seu trabalho não é tão individual assim, uma vez que a deontologia do jornalismo e a internalização dos valores-notícia tem, em grande medida, função determinante nas escolhas do jornalista.

De fato, “a rede de fontes, a capacidade de negociação e um talento para a investigação são trunfos utilizados para demonstrar que o processo de produção de notícias é interativo” (PENA, 2005, p. 132). Ou seja, como o colunista político, em sua rotina, Caio interage constantemente com agentes políticos e também com outros jornalistas.

Dessa forma, seu trabalho final depende não somente de suas decisões individuais – sejam elas conscientes ou não -, mas de uma somatória de fatores, como a rotina profissional, o acesso às facilidades tecnológicas para transmissão de informação e quem são fontes que procura e que o procuram, por exemplo.

Nas entrevistas realizadas com o jornalista no decorrer deste trabalho Caio afirmou que, se dependesse única e exclusivamente do que ele pensa, das suas convicções pessoais sobre política, muitas das opiniões que publica não estariam presentes em Giro.

E é justamente esse o ponto. Ao seguir uma instância objetiva (WARD, 2011), seu trabalho precisa seguir uma metodologia objetiva, que influi nas decisões durante sua rotina produtiva e, conseqüentemente, no seu texto final.

E essa preocupação com o método se dá, principalmente, porque o colunista tem a consciência de que é um formador de opinião que, muitas vezes, precisa filtrar suas próprias opiniões em nome de valores e sentidos ligados à objetividade, como a pluralidade, por exemplo.

Os formadores de opinião, que podem ser, a princípio, qualquer pessoa que pertença à sociedade e que tenha uma liderança junto a um determinado grupo social, se caracterizam como determinantes no processo de transmissão de conteúdos, pois eles serão capazes de adjetivar uma informação, modificando o seu caráter do informativo para o opinativo, muitas vezes sem que os receptores percebam, mas sempre reconstruindo um pensamento, uma ideia, um acontecimento. (TUZZO, 2016, p. 82)

Assim, ao deter o poder de determinar o que é e o que não é notícia, o que estará e o que não está estampado nas páginas dos jornais, os jornalistas podem, mesmo que involuntariamente, silenciar uma grande parcela da sociedade. Apesar de entender que “nem todo formador de opinião está na mídia, tampouco a mídia é a única responsável pela formação da opinião pública” (TUZZO, 2016, p. 82), isso não diminui a importância do jornalismo e do próprio jornalista nesse processo. E principalmente quando esse jornalista, ao ser também colunista, trabalha com a opinião.

Raquel Paiva (2002) corrobora com essa ideia ao dizer que o modelo do *gatekeeper* está cada vez mais engessado em um mundo onde a realidade e os fatos são construídos socialmente e a mídia se torna um simulacro impossível de ser vivenciado. E uma vez que a riqueza do real está excluída dos noticiários, e tendo total consciência de que construir é muito diferente de inventar, “seria preciso que os jornais se lessem criticamente e fossem capazes de interpretar e não apenas de reproduzir as falas das fontes informativas, tentando ultrapassar a sua abordagem tradicional dos fatos” (PAIVA, 2002, p. 38).

5.1.4. A tecnologia como ferramenta para apuração

Durante todo o período de análise, chamou a atenção o excessivo número de vezes que Caio abriu, seja na tela do computador ou do seu *smartphone*, como que em um ritual, sua caixa de e-mails, sua conta no *Facebook* ou no *Twitter* e *Instagram*, além de suas conversas de *Whatsapp*. Só para se ter uma ideia, somando todos os nove dias em que o pesquisador acompanhou a rotina do jornalista na redação, foram pelo menos 85 vezes que Caio abriu o aplicativo em seu celular, de acordo com o diário de campo do pesquisador.

E como o contato com as fontes via ligação telefônica e *Whatsapp* foi uma constante durante todo o tempo em que o pesquisador acompanhou a rotina do colunista em questão, isso só corrobora com a ideia de que o jornalismo sempre esteve ligado à tecnologia e que ela modificou as relações interpessoais, proporcionando mudanças estruturais no próprio fazer jornalístico.

Mas além do *Whatsapp*, o colunista também tem o costume de acompanhar pela internet, em tempo real, a sessão da Assembleia Legislativa e checar informações em sites oficiais como o da Câmara Municipal de Goiânia. Vale destacar ainda que o Diário Oficial é lido todos os dias pelo computador.

De fato, a digitalização da informação e a facilitação na distribuição dos dados impactaram de forma determinante o jornalismo. A digitalização compactou materiais e deu mais mobilidade à informação. Vias de tráfego foram pavimentadas para tornar as trocas de dados mais ágeis. E Caio se aproveita – e muito - disso em seu trabalho.

No entanto, o imenso volume de informação causa estresse ao jornalista por trazer consigo um sentimento constante de desatualização. E isso é comprovado quando Caio reconhece que, mesmo de casa, em seu período de folga, recebe ligações e mensagens via *Whatsapp*, que são fundamentais para o fechamento de sua coluna. Ou seja, o trabalho não se encerra quando o jornalista sai da redação.

Em uma das entrevistas realizadas com o colunista, foi questionado o que ele faria se ficasse um dia sem internet. A alternativa encontrada por ele para a apuração das notícias foi o telefone. Mas ele reconheceu que, sem o telefone, o trabalho dele seria muito difícil de ser realizado, inimaginável, o que mostra o quão dependente das novas tecnologias o jornalismo se tornou.

Exposto isso, nos remetemos à Marshall McLuhan (1969) que já na década de 1960 entendia os meios de comunicação como extensão do homem. Muito antes do *smartphones*, o autor já apontava que os jovens daquela época tinham uma relação bastante estreita com “o telefone, envolvendo o fio como se fossem animais de estimação”.

Hoje, talvez essa ideia é ainda mais acentuada, no sentido de que, sem o telefone celular, as pessoas – e os jornalistas ainda mais – se sentem completamente isolados, incomunicáveis. E como sem comunicação não há cidadania (Signates; Moraes, 2006), podem se sentir menos cidadãos ao terem negado o acesso a essa tecnologia.

Ao colocar nosso corpo físico dentro do sistema nervoso prolongado, mediante os meios elétricos, nós deflagramos uma dinâmica pela qual todas as tecnologias anteriores – meras extensões das mãos, dos pés, dos dentes e dos controles de calor do corpo, e incluindo as cidades como extensão do corpo – serão traduzidas em sistemas de informação. (MCLUHAN, 1969, p. 77)

E isso ajuda a compreender o porque de, após a observação na redação, ficar a impressão que se retirar o celular e o acesso à internet, o colunista não conseguiria trabalhar. Os aparelhos tecnológicos, tanto o computador quanto o telefone, por meio da internet e de aplicativos como o *WhatsApp*, se tornaram algo inerente da rotina do jornalista, que já não consegue se ver sem essas ferramentas de trabalho.

E essa relação intensa com o aplicativo *WhatsApp*, por exemplo, fica explícita em uma das notas da coluna Giro publicada no dia 08/07/2018, em que o próprio título já deixa claro como a informação chegou ao colunista: “No WhatsApp”. Nessa nota, o colunista deixa explícito a interferência do setor empresarial em uma votação na Câmara dos Vereadores sobre a reforma do Instituto de Previdência dos Servidores Municipais de Goiânia (ISPM), que é citado apenas pela sigla, sem dizer o que ela significa exatamente.

Nesse caso, o colunista apresenta Silvio Fernandes apenas como presidente do ISPM e acaba por ferir um dos sentidos ligados à objetividade: a clareza. O motivo dessa omissão pode ser explicado pela falta de espaço. Mesmo assim, o jornalista apresenta um “áudio vazado” e faz o uso judicioso das aspas para explicitar a gratidão do agente público pela interferência de líderes empresariais numa questão interna da gestão municipal.

Além disso, quando o colunista diz que “procurado pela coluna, o auxiliar explicou que houve ajuda na interlocução com os vereadores de oposição”, ele deixa claro que mesmo tendo acesso ao áudio, procurou Silvio para que ele confirmasse a autoria das falas e se explicasse melhor, antes que Caio pudesse emitir qualquer juízo de valor sobre a situação.

5.2. O produto jornalístico: a coluna Giro publicada

Depois da observação direta na redação de O Popular, realizada durante o período eleitoral de 2018, ainda é preciso se voltar para a informação publicada na coluna que foi redigida durante o período da observação. Para isso, a Análise de Discurso nos parece importante para esse trabalho, uma vez que o que irá se buscar são os sentidos – se estão ou não ligados ao conceito de objetividade - e as vozes presentes na coluna Giro.

Para isso, primeiramente, será detalhado o dispositivo de legibilidade (CHARAUDEAU, 2015) da coluna, para só então, procurar os sentidos presentes no discurso jornalístico publicado no recorte amostral para essa análise. Assim, traçando um paralelo entre os critérios de noticiabilidade (TRAQUINA, 2013; WOLF, 2002) e os sentidos que levam à objetividade (DEMENECK, 2009), será possível constatar até que ponto o método de apuração de notícias no gênero opinativo se mostra eficiente, sob a ótica da objetividade.

5.2.1. O dispositivo de legibilidade da coluna Giro: o contexto gráfico

Como diz Patrick Charaudeau (2015, p. 104), “todo ato de comunicação se realiza num determinado ambiente físico que impõe restrições para a realização desse ato”. E essa articulação entre diversos elementos que configuram a rotina produtiva de um jornalista é chamada pelo autor de dispositivo.

O dispositivo é um componente do contrato de comunicação sem o qual não há interpretação possível das mensagens, da mesma forma que uma peça de teatro não faria muito sentido sem o seu dispositivo cênico. De maneira geral, ele compreende um ou vários tipos de materiais e se constitui como suporte com o auxílio de uma certa tecnologia. (CHARAUDEAU, 2015, p. 105)

Assim, “a imprensa é essencialmente uma área escritural, feita de palavras, de gráficos, de desenhos e, por vezes, de imagens fixas, sobre um suporte de papel” (CHARAUDEAU, 2015, p. 113). Além disso, é caracterizada por uma relação distante, no tempo e no espaço, entre aquele que lê e aquele que escreve.

A partir disso, podemos definir, portanto, o jornal impresso, utilizando o termo de Charaudeau (2015, p. 113), como um “dispositivo de legibilidade” em que as palavras têm peso. No entanto, vale destacar, a característica essencial da mídia impressa é o estabelecimento de “uma relação distanciada entre aquele que escreve e aquele que lê”. E a consequência disso é que o jornal impresso acaba por não conseguir coincidir tempo e acontecimento, o que o torna, conceitualmente, mais analítico.

Portanto, ao descrever o dispositivo da coluna Giro, é preciso destacar que seu material é a linguagem escrita, que está sob o suporte do papel de jornal que só é possível graças a uma teia tecnológica que envolve não apenas o maquinário para impressão do jornal, mas também tudo o que torna possível a escrita, a apuração, o tratamento e a difusão das notícias, como internet, telefone e computador, por exemplo.

E esse dispositivo da imprensa escrita faz três exigências ao jornalismo praticado nesse tipo de mídia: visibilidade, legibilidade e inteligibilidade. “A exigência de visibilidade obriga a imprensa a compor as páginas de seu jornal de maneira que as notícias possam ser facilmente encontradas e apreendidas pelo leitor” (CHARAUDEAU, 2015, p. 233).

Na prática, isso significa que não apenas a escolha lexical importa, mas o contexto gráfico também. Isso porque a forma como cada palavra é escrita e disposta em uma página de jornal importa e interfere em na sua leitura e, conseqüentemente, em sua interpretação. Não é à toa que Marsall McLuhan (1969, p. 239) define o jornal impresso como “o sucessor em mosaico da forma do livro”.

Já exigência de legibilidade obriga o jornalista a ter um texto claro e de fácil entendimento enquanto que a exigência de inteligibilidade, intrinsecamente ligada ao comentário do acontecimento, está relacionada com a explicação e o esclarecimento do porquê e do como das notícias. Mas apesar das duas últimas exigências ao jornalismo do dispositivo da imprensa serem encontradas muito mais no conteúdo do que na forma

jornalística, vale lembrar que as três formam um tripé. Assim, as três são interdependentes e sofrem influência mútua.

E de fato, “qualquer leitor que toma contato com diversos números de uma mesma publicação nota certas recorrências na maneira de as unidades noticiosas serem apresentadas” (HERNANDES, p. 186). Isso acontece porque veículos impressos possuem um projeto gráfico que determina com uma certa rigidez a forma de um jornal, por exemplo, apresentar seu conteúdo. Na prática, isso significa que o projeto gráfico sempre deve se adequar às necessidades do dia-a-dia do jornal.

Dessa forma, um jornal não pode mais apresentar uma leitura complicada ou difícil. Ler um jornal deve ser fácil e rápido. Não se trata apenas de um amontoado de matérias. Não vale também obrigar o leitor a fazer um esforço muito grande para entender o que está escrito. Por isso design gráfico se torna essencial aos produtos jornalísticos, principalmente os impressos: diante da concorrência, é preciso entregar ao leitor um produto que lhe proporcione prazer visual e não desconforto. (LEITE JUNIOR; FARIAS, 2018, p. 222)

É bem verdade que “o leitor habituou-se ao jornal bonito, logicamente apresentado e racionalmente disposto” (DINES, 1977, p. 100). E isso porque “os textos jornalísticos impressos surgem integrados num espaço organizado em função de princípios do design: o layout” (SOUSA, 2004, p. 107).

Para Jorge Pedro Sousa (2005, p. 263), “grande parte do poder atrativo dos jornais e revistas reside no design”. Isso porque, na visão do autor, o design é o responsável por levar beleza à imprensa e, assim, o lado artístico do jornalismo é expressado na diagramação dos jornais.

O design dota a imprensa de uma certa sensualidade e dá-lhe uma mais-valia emocional. O design, enquanto comunicação estética, torna os jornais em objetos de contemplação e de usufruto artístico. Talvez por isso, desde que as escolas de jornalismo apareceram que se introduziram os estudantes nas técnicas de paginação e de impressão. (SOUSA, 2005, p. 263)

Joaquim da Fonseca (2008, p. 203) define o jornal como “um veículo de notícias impresso, periódico, de tiragem regular, constituído de folhas soltas (não grampeadas nem coladas ou encadernadas), dobradas em um ou mais cadernos”. O Popular, o veículo em que a coluna Giro é publicada, se enquadra perfeitamente nessa descrição, apesar do formato Berliner, o utilizado nesse jornal, não ser apontado por Joaquim da Fonseca como um formato comum em impressos.

Assim, a organização espacial proporcionada pela diagramação é a responsável pela execução “uma série de regras que mostram como essas publicações valorizam e diferenciam as unidades noticiosas e como dirigem a percepção dos leitores para que realizem essa mesma operação de reconhecimento da importância da notícia” (HERNANDES, 2006, p. 186).

Para Antônio Celso Collaro (2000), diagramar jornais é a arte de distribuir a matéria na página. No entanto, Luiz Costa Pereira Junior (2012) acredita que a diagramação, especialmente no jornalismo impresso, vai muito além disso. Para o autor, diagramar é uma questão de tomada de posição. Isso porque, na visão dele, a diagramação por si só emite informação sobre o material diagramado e carrega em si muito da identidade de quem distribuiu os elementos no espaço daquela maneira e não de outra.

A disposição dos elementos nunca é aleatória. A significação ali contida poderia ser diferente se outro o fizesse. É enunciação, que denuncia o enunciador – essa entidade plena de personalidade, não é a expressão de pessoa, mas do produto coletivo, o veículo. Título, foto, cada matéria isolada e sua posição na página, todos são enunciados, autônomos. O conjunto, o que eles comunicam ao serem organizados numa dada apresentação, emite também ele uma mensagem, o que especialistas caracterizam por enunciação. (PEREIRA JUNIOR, 2012, p. 98)

Nilton Hernandes (2006, p. 186) concorda com a afirmação acima por acreditar que “diagramar é, em termos gerais, organizar e manifestar gráfica e plasticamente as unidades noticiosas a partir das necessidades da edição (aqui como ato ou efeito de editar)”. Assim, o processo de diagramação, execução do projeto gráfico e edição estão interligados e são interdependentes.

E, de fato, “a diagramação desenvolve seu trabalho com vistas à disposição da matéria, levando em conta o aproveitamento do texto, o destaque, a atração, a forma, a estética, conjugando o conteúdo com a apresentação gráfica” (COLLARO, 2000, p. 160). No entanto, o próprio Antônio Celso Collaro reconhece que esse processo vai além:

atualmente, os jornais modernos, ao dedicarem atenção especial à diagramação, agem atendendo um impulso de duplo sentido: o primeiro, identificando o leitor com o progresso das artes gráficas; o segundo, valorizando o texto com o bom gosto da distribuição, ordenação que atende a sensibilidade plástica e o espírito jornalístico que acompanha o dinamismo do trabalho jornalístico. (COLLARO, 2000, p. 160)

Jorge Pedro Sousa (2004, p. 107) explica que “a aplicação dos princípios do design aos meios jornalísticos impressos serve para atrair o leitor (funções estéticas e apelativas) e para organizar, articular e hierarquizar os conteúdos (funções jornalísticas)”. E isso implica, segundo o autor, que o design na imprensa pressupõe certos objetivos que o designer deve procurar atingir, atingindo alguns requisitos. Comunicar de forma clara é o primeiro deles. E isso significa a busca da legibilidade máxima, comunicar mais no menor espaço possível.

O segundo requisito é relativo à hierarquização das notícias, uma vez que é preciso, ao diagramar, levar em conta o valor proporcional e escalar as notícias, da mais para a menos importante. Feito isso, outro objetivo a ser atingido é o de comunicar de uma forma familiar e reconhecível para o leitor, o que leva o diagramar a organização as seções sempre da mesma maneira.

Já o quarto requisito é fazer poupar tempo e o quinto está ligado à possibilidade de fazer “rápidas mudanças gráficas, uma vez que as notícias também mudam rapidamente” (SOUSA, 2005, p. 271). E tudo isso, inevitavelmente, está atrelado a dois valores e sentidos fundamentais: clareza e funcionalidade.

A clareza, ligada diretamente tanto ao princípio da legibilidade quanto da objetividade, determina onde cada elemento será disposto na página do jornal. Já a funcionalidade, por sua vez, diz respeito à função que cada elemento exerce estando disposto em determinado local da página impressa e tem muito a ver também com a hierarquização das notícias.

Justamente por isso, a diagramação de veículos impressos, seguem, de acordo com Luiz Costa Pereira Junior (2012, p. 102), seis princípios básicos: simplicidade, unidade, harmonia, proporção, equilíbrio e tipologia. Eles seriam utilizados como fórmulas mágicas por serem “verdades consolidadas pela pedagogia da percepção”.

No que tange a simplicidade em uma diagramação, é preciso eliminar o que é supérfluo. A lógica aqui é a seguinte: “mais itens, maior esforço visual. Mais focos de atenção, mais difícil captar conteúdo” (PEREIRA JUNIOR, 2012, p. 102), algo que nos remete à clareza, outro sentido ligado à objetividade.

Unidade diz respeito à “subordinação do desenvolvimento de cada elemento ao motivo principal” (PEREIRA JUNIOR, 2012, p. 102), ou, nas palavras de Milton Ribeiro (2003, p. 434), unidade “significa que tudo que está na página parece realmente a ela pertencer, e não ter sido colocado a esmo”. E aqui pode-se ainda fazer uma correspondência aos sentidos de precisão e rigor, também ligados ao conceito de objetividade.

Já harmonia é relativa à “unidade sem violação, com correspondência das partes e proporção” (PEREIRA JUNIOR, 2012, p. 102). Milton Ribeiro apresenta harmonia como sinônimo de equilíbrio – outro sentido ligado à objetividade - por garantir que tudo na página pareça “ajustar-se agradavelmente” (RIBEIRO, 2003, p. 434). No entanto, Luiz Costa Pereira Junior (2012, p. 103), distingue equilíbrio de harmonia ao definir o primeiro como aquilo que “ordena e funde harmonicamente as unidades de composição”.

Um dos princípios da organização do espaço é a proporção harmônica. A organização harmônica do espaço não aparece somente nas páginas diagramadas; ocorre a todo momento, em tudo quanto estamos vendo. A natureza é originária dessa organização visual, que está presente na paisagem, na flora, na fauna, no próprio corpo humano. (FONSECA, 2008, p. 210)

A proporção, por sua vez, delimita de que forma o espaço será ocupado (PEREIRA JUNIOR, 2012). Ou seja, resumidamente, “é a relação das partes entre si e com o todo” (RIBEIRO, 2003, p. 434). E a tipologia determina a fonte escolhida, de acordo com o tamanho e função do texto.

Milton Ribeiro (2003, p. 434) acrescenta a essa lista mais um princípio: o do contraste, que, para ele, “evita que uma composição impressa se torne monótona” e é alcançado com a utilização de formas, pesos, direção e tamanhos alternados. E isso também está relacionado ao equilíbrio, sentido ligando à objetividade.

Além disso, como Joaquim da Fonseca (2008) ressalta, ainda existem outros princípios e leis que não podemos nos esquecer, como, por exemplo, a tendência do homem ocidental de ler da esquerda para a direita e do alto para baixo.

A tendência é começar a leitura em algum lugar um pouco acima e um pouco à esquerda do centro da página, para depois percorrê-la. Nesse percurso, ele tende a seguir para a base da página e, se mantiver o interesse, retornar ao alto e dar uma olhada mais detalhada. Segue então de lá para cá, de cima para baixo, examinando o que atçou a curiosidade. Um designer experiente pode

aproveitar essa tendência e dirigir o olho do leitor da mesma forma que um guarda de trânsito orienta os motoristas num cruzamento movimentado. (FONSECA, 2008, p. 215)

Alberto Dines (1977, p. 97) concorda que nosso comportamento visual é descrito pelo sentido de leitura listado acima. Segundo ele, “esta observação levou a concluir que a largura da coluna do jornal dos jornais deveria ser levemente estendida, de modo a evitar que a vista se cansasse com um incessante trocar de linhas”. No entanto, sem exagero, para que a referência de leitura inicial não seja perdida. Em números, isso significaria, para o autor, que o número ideal de colunas em um jornal impresso seria seis, um a mais do que o apresentado no jornal O Popular.

No entanto, uma pesquisa do *Poynter Institute*, de 1999, desmistificou certezas formalistas do design, como a ideia de que a página ímpar é mais lida que a par, que o título e a foto maior deve vir no alto da página e que a direção do olhar na página é espiral, de cima para baixo. De acordo com Luiz Costa Pereira Junior (2012, p. 104), “o estudo do *Poynter* mostrou que o olhar do leitor vai aonde o diagramador quer que ele vá”, ou, em outras palavras, “a percepção é dirigida pelo emissor da mensagem”.

De fato, “quando um designer planeja um espaço em que vai distribuir sua composição, procura critérios que resultem num arranjo harmonizado agradável, atraente, lógico, confortável e, se possível, surpreendente” (FONSECA, 2008, p. 210). E a consequência dessa busca é a hierarquização do conteúdo apresentado, sentido também ligado à objetividade.

Isso implica uma hierarquia de elementos constantes nesse espaço: o que é mais importante, o que é secundário, o que pode ser visto depois e em que ordem de leitura. Para alcançar esses objetivos, são aplicados a criatividade e os princípios da composição visual, que são caminhos para direcionar a atenção e o interesse do observador. (FONSECA, 2008, p. 210)

E não se trata de uma escolha fácil, uma vez que “estamos expostos quotidianamente a um verdadeiro bombardeio de imagens e apelos visuais produzidos e veiculados em todos os tipos imagináveis de mídia, numa quantidade muito maior do que somos capazes de assimilar” (FONSECA, 2008, p. 213). Assim, para que uma mensagem consiga se destacar e seja assimilada, é preciso que ela seja interessante, atraente, original e suficientemente clara.

Mas “não basta apenas acumular a informação dentro do espaço-formato disponível; ela deve ser organizada e distribuída de forma racional e lógica, tornando sua compreensão agradável e fácil” (FONSECA, 2008, p. 213), porque se assim não estiver, o leitor não será atingido.

De *O Popular*, por ser um jornal matutino, espera-se uma apresentação de característica mais sóbria, o que em geral é confirmado com a sua leitura, com excessão do caderno de cultura. E, segundo Antonio Celso Collaro (2000, p. 160) “a forma sóbria com que se apresenta um jornal matutino mostra-nos a preocupação dos diagramadores em dispor títulos, textos e fotos para um determinado leitor, cujas características são de uma pessoa tranquila e com a mente descansada”.

Isso também é refletido na escolha das cores. Todo o conteúdo de Giro é escrito em preto sobre o papel branco do jornal, que também carrega em si um sentido que leva à objetividade. E como aponta Eva Heller (2013, p. 150), “como regra geral vale: preto-e-branco é a combinação de cores mais unívoca, inequívoca, relacionada inclusive à verdade”.

Quando se estabelece uma relação funcional entre o branco e o preto – como a que existe no papel branco com as letras pretas nele impressas – o preto, que em outros casos é cor negativa, adquire um novo valor. [...] o que está impresso parece incorporar um teor muito maior de verdade. E porque a verdade não ser aumentada, textos impressos em letras coloridas parecem menos dignos de credibilidade. O efeito psicológico daquilo que está impresso, preto no branco, é tão forte que as pessoas chegam a acreditar mais no que está impresso do que em suas próprias experiências. (HELLER, 2013, p. 150)

Mas cabe destacar ainda que apenas o nome da coluna, Giro, sua marca, aparece impresso em azul, na mesma cor do logotipo do jornal *O Popular*. E a escolha dessa cor não é aleatória: ela carrega em si um significado importante. Segundo Eva Heller (2013, p. 32), “o azul é a principal cor das virtudes intelectuais. Seu acorde típico é o azul e branco. Essas são as principais cores da inteligência, da ciência, da concentração”.

E o azul também carrega em si um sentido que leva à objetividade: “sempre que se exige que a fria razão sobrepuje a paixão, a cor azul aparece como a cor principal” (HELLER, 2013, p. 32). Por fim, outro sentido da cor azul que também reforça o que, de acordo com a teoria dos gêneros jornalísticos, se espera de uma coluna: a sua assinatura por um nome de grande credibilidade e notoriedade. O azul, principalmente

quando associado ao preto, como é caso da coluna Giro, é o que melhor corresponde “à autoimagem tradicional do homem forte” (HELLER, 2013, p. 32).

Na coluna Giro, também nota-se uma diagramação diagonal, por ter “predominante disposição diagonal, com a matéria mais importante do lado direito superior” (BAHIA, 1967, p. 176). Isso porque a nota principal – identificada por ser a única cujo título ocupa mais de uma coluna - é disposta justamente no canto superior direito da página.

Outro ponto importante presente no contexto gráfico da coluna Giro é a tipografia escolhida pelo jornal para apresentar as notas. Assim, de acordo com a classificação utilizada por Joaquim da Fonseca (2008) – que, segundo ele, é a mais genérica -, na coluna Giro podemos encontrar uma fonte em estilo moderno (didone).

E essa afirmação é possível porque a fonte apresentada em Giro tem como características principais a “ênfase vertical absoluta e forte contraste de linhas, com serifas e traços horizontais muito finos, resultando numa aparência técnica e precisa” (FONSECA, 2008, p. 129).

Mas vale destacar que essa classificação utilizada por Joaquim da Fonseca não é unanimidade na literatura. Ao consultarmos Robert Bringhurst (2005, p. 19), podemos classificar a fonte utilizada na coluna Giro de O Popular, mais precisamente, como uma fonte neoclássica, com “traço modulado; eixo racionalista [vertical]; serifas adnatas e refinadas; terminais em gota; abertura moderada; itálico inteiramente subjugado pelo romano” (BRINGHURST, 2005, p. 19).

De qualquer forma, tanto a escolha de um tipo moderno, segundo Joaquim da Fonseca (2008), quanto a de um tipo neoclássico, conforme a classificação de Robert Bringhurst (2005), se enquadra no que Milton Ribeiro recomenda para jornais impressos.

As notícias devem ser apresentadas com tipos normais, modernos e de fácil comunicação. Isto valoriza e proporciona leitura rápida. A apresentação gráfica deve ser limpa, bem estruturada num plano de construção geométrica, onde o equilíbrio se faça sentir pela disposição racional das informações. Uma disposição ordenada das notícias valoriza o texto e torna o conjunto esteticamente agradável à vista. (RIBEIRO, 2003, p. 433)

Nota-se aqui, mais uma vez, a presença do valor equilíbrio – sentido ligado à objetividade – como critério para a escolha tipográfica. Além disso, “para tornar a

leitura mais fácil e confortável, bem como manter uma unidade gráfica na publicação, os textos compostos tipograficamente são organizados em colunas e blocos de texto” (FONSECA, 2008, p.225).

Mas a leitura, cabe ressaltar, não ocorre de forma contínua e linear, mas sim por golpes de vista, por grupos de palavras de cada vez. E em um jornal impresso isso não é diferente. No caso do formato Berliner – o utilizado por *O Popular* – são cinco colunas fixas em cada página, sendo que Giro ocupa três delas.

A coluna é cada uma das divisões verticais em que se separam as páginas de uma publicação, e que podem ser isoladas ou separadas por fio ou linha em branco. Geralmente as colunas têm medidas de largura padronizadas, e uma forma de normatizá-las é por meio da grade estrutural do design. (FONSECA, 2008, p. 225)

No caso da coluna Giro, as colunas não têm uma largura padronizada, apesar da altura ser fixa (38,6 cm). Enquanto a primeira coluna tem 4,8 cm, a segunda tem 5,3 cm e a terceira 5 cm. Além disso, não há linha visível de separação nas colunas internas de Giro. Há uma linha apenas para separá-la das outras duas colunas restantes do jornal, espaço que sempre é dedicado a uma matéria da editoria de política.

O alinhamento de todas as notas é feito à esquerda, com a direita irregular. Graficamente falando, nesse tipo de alinhamento a margem direita se mostra reta, enquanto a esquerda é serrilhada. Entre as vantagens obtidas pelo alinhamento à esquerda, podemos listar a eficiência de se evitar hifenização e o controle maior do espaçamento entre as palavras, o que evita ainda a presença de muitos espaços brancos no texto (FONSECA, 2008).

De fato, é um formato que “respeita o fluxo da linguagem, devido à sua aparência um tanto casual, associada à forma como escrevemos à mão textos muito longos” (FONSECA, 2008, p. 226). Essa característica reforça o caráter pessoal da coluna descrita pela teoria dos gêneros jornalísticos (MARQUES DE MELO, 1985).

Assim, se traçarmos um paralelo da teoria dos gêneros com os princípios do design, as características da coluna enquanto gênero também irão estar presente nas escolhas do planejamento gráfico quanto à simplicidade, unidade, harmonia, proporção, equilíbrio e tipologia da coluna Giro, de *O Popular*. Além disso, o design gráfico de

jornais impressos são fortemente influenciados pelos sentidos e valores – principalmente, mas não somente, os de ordem estética - ligados à objetividade.

Dessa maneira, mais uma vez é confirmada a ideia de que o discurso jornalístico não se trata apenas de texto e que o jornal impresso é um misto de texto e diagramação. Até porque, tanto em seu conteúdo quanto em sua forma, a coluna se apresenta como um mosaico, estruturado por unidades bem curtas de informação e de opinião.

E, de uma forma geral, no caso do jornalismo impresso - sempre guiado por uma instância objetiva (WARD, 2011) -, uma disposição mais desorganizada e displicente dos elementos de uma página, de fato, pode dar a sensação de descuido com a qualidade das informações ali contidas.

Por isso a importância de um planejamento gráfico nos veículos impressos. Ao materializar o dispositivo de visibilidade - que, por sua vez, estão ligados e favorecem a legibilidade e a inteligibilidade no jornalismo -, o design gráfico se configura como essencial à prática jornalística justamente por dar forma ao conteúdo sem deformá-lo. Afinal, é ele que torna o jornalismo visível e, por consequência, legível e inteligível, sempre contribuindo para que a mensagem (a informação) seja repassada aos leitores seguindo todos os princípios e regras inerentes à atividade jornalística.

Durante o período analisado, cabe observar ainda que houve um único dia (27/09/2018) em que a coluna não foi publicada na página sete. Nesse dia, um anúncio de página inteira foi colocado no espaço geralmente reservado à Giro. E, em razão disso, a coluna foi deslocada para a página onze. No entanto, pode-se afirmar que o ocorrido foi uma exceção e não uma regra válida para a rotina produtiva do colunista titular de Giro.

Agora, no que diz respeito à rotina produtiva da coluna Giro, de O Popular, uma observação direta na redação de O Popular tornou possível confirmar a realização do que Luiz Costa Pereira Junior (2012, p. 108) chama de “uso de diagramação funcional, com textos aplicados diretamente na página informatizada, com arquivos de texto e imagem acessados em tempo real”.

Durante o período de observação direta, foi possível notar que o jornalista titular da coluna, Caio Henrique Salgado, apenas inseria seu texto no *software* Hermes. Com o

espaço todo pré-diagramado, destinado a cada uma das possíveis notas, o colunista vai adaptando seu texto nos espaços pré-delimitados.

O jornalista tem apenas uma pequena autonomia em aumentar em diminuir esses espaços, que foi utilizada, em todo o período de observação, apenas uma vez. E, como nos lembra Rafael Souza Silva (1985), com relação à diagramação, jornalismo e novas tecnologias são grandes aliados.

a tendência do jornalismo moderno é absorver novas tecnologias para melhor apresentar o seu produto ao consumidor. É com essa preocupação cada vez mais crescente, que o jornalismo impresso tem que se calçar, não somente no conteúdo, mas também no aspecto estético e morfológico da mensagem. (SILVA, 1985, p. 12)

De fato, as facilidades técnicas proporcionadas pela tecnologia otimizam o trabalho do jornalista. E isso porque a “pré-diagramação antecipa quantos toques devem ser digitados, a dimensão da imagem a ilustrar o material e a importância dada ao assunto, o que facilita o seu planejamento. Facilita também a edição do texto” (PEREIRA JUNIOR, 2012 p. 109).

5.2.2. Os valores-notícia e os sentidos que levam à objetividade

Mauro Wolf (2002) define os valores-notícia como um componente da noticiabilidade. Segundo Nelson Traquina (2013, p. 90), eles “estão enterrados nas rotinas jornalísticas” e são partilhados pelos jornalistas. Assim, pode-se dizer que “são critérios de relevância espalhados por todo o processo de produção; isto é, não estão presentes apenas na seleção das notícias, participam também nas operações posteriores, embora com um relevo diferente” (WOLF, 2002, p. 196).

Assim, a função dos valores-notícia é que o jornalista selecione os fatos “com rapidez, de um modo quase automático” (WOLF, 2002, p. 197). Eles “servem de ‘óculos’ para ver o mundo e para o construir” (TRAQUINA, 2013, p. 91). Essas lentes dos jornalistas também já foram descritas por Pierre Bourdieu (1997), quando disse que por meio desses óculos particulares, os jornalistas veem as coisas da forma que veem, selecionando fatos para construir a realidade. Assim, os jornalistas, culturalmente,

acabam tendo uma fixação imensa pelo inesperado, embora o fazer jornalístico inclua muita rotina.

o inesperado é o momento mágico incontornável de qualquer filme de *Hollywood* sobre os jornalistas; os jornalistas entram em ação, num ritmo frenético de luta heroica contra o tempo e em dedicação ao imperativa de informar os cidadãos. E estar no centro de vulcão de um acontecimento inesperado corresponde a um momento histórico da carreira, que os jornalistas podem contar aos netos e serve para dar esperança na fadiga da rotina diária. (TRAQUINA, 2013, p. 93)

Algo nesse sentido, durante a observação, ocorreu no momento em que o então deputado Thiago Peixoto desistiu de sua candidatura. Outros dois momentos durante a corrida eleitoral também poderiam enquadrar no inesperado: a prisão do ex-presidente da Agência Goiana de Transportes e Obras (Agetop), Jayme Rincón, e quando o ex-governador Marconi Perillo, acusado de corrupção, foi chamado para depor na Polícia Federal. No entanto, no dia exato desses acontecimentos, o pesquisador não estava presente na redação de O Popular.

Mesmo assim, no dia 05/10/2018, último dia em que a coluna foi analisada antes da realização do primeiro turno, uma nota dá destaque para a Operação *Cash Delivery*, na qual Jayme Rincón foi preso. No texto, Caio deixa claro que os investigadores avaliam que o ex-presidente da Agetop, em seu depoimento à Polícia Federal, “deu recados”. Colocar essa “avaliação” na conta dos investigadores é uma estratégia de objetividade, uma vez em que o jornalista se isenta da responsabilidade por essa avaliação e se coloca como um mero espectador dos fatos, ou melhor, dos relatos.

Mas na mesma nota Caio ainda relata, ao se referir ao depoimento de Jayme Rincón, que “além de ter assumido repasse de caixa dois em seu apartamento, queria responder às perguntas e chegou a discutir com seu advogado, Luiz Alexandre Rassi, na frente dos policiais”. Nesse trecho, emerge do discurso do colunista uma concordância com a avaliação dos investigadores apresentada, o que configura uma emissão de opinião.

Além disso, interpretando pela ótica da objetividade, o jornalista busca ainda ouvir todos os lados envolvidos na história, tanto o acusado quanto os investigadores: o investigado é ouvido por meio do depoimento a que teve acesso e os investigadores por meio de contato telefônico. E aqui também aparece o uso de provas e documentos

auxiliares para o jornalista fazer o seu relato, que é o caso da transcrição do depoimento, mais uma estratégia de objetividade descrita por Gaye Tuchman (1972).

Voltando aos valores-notícia propriamente ditos, entre os critérios substantivos, Nelson Traquina (2013) aponta outros dez, além do inesperado: a morte, a notoriedade, a proximidade, a relevância, a novidade, o tempo, a notabilidade, o conflito, a infração e o escândalo. Vamos explicá-los, agora, um a um, até porque todos eles apareceram, vez ou outra, durante o período analisado.

“Onde há morte, há jornalistas” (TRAQUINA, 2013, p. 76). E as fontes também sabem disso. A prova é que, durante a observação, o colunista Caio recebeu uma ligação do ex-senador Maguito Vilela, pai do candidato a governador, Daniel Vilela, para comunicar a morte de uma tia. No entanto, Caio não utilizou essa informação em sua coluna. Houve outro caso em que o avião em que estava o então candidato a governador Daniel Vilela fez um pouso forçado após uma pane, mas sem vítimas. Como não houve morte, sequer foi noticiado.

Já “a notoriedade do ator principal do acontecimento é outro valor-notícia fundamental para os membros da comunidade jornalística” (TRAQUINA, 2013, p. 77). Esse, talvez, seja o principal valor-notícia utilizado na coluna Giro, que dá voz, principalmente, às fontes oficiais e oficiosas. E quanto mais notoriedade, maior a relevância.

A proximidade é outro valor-notícia também presente em Giro, principalmente em termos geográficos. No período analisado, a coluna publicou, principalmente, notas sobre a administração estadual. Apenas duas vezes apareceram notas sobre candidatos a presidente, mas, mesmo assim, em um contexto regional: uma sobre o adiamento da vinda do então candidato a presidente Ciro Gomes a Goiás, e outra sobre o apoio do presidenciável Henrique Meirelles à campanha de Daniel Vilela.

Ainda relacionado à proximidade, cabe destacar que a administração municipal de Goiânia contou com pelo menos uma nota em todos os dias analisados. Além de Goiânia, Aparecida de Goiânia, na região metropolitana da capital, também esteve presente em Giro em uma única fotolegenda. O restante do Estado só aparece de forma indireta e somente quando a agenda do governo estadual se desloca para o interior.

A relevância é outro valor-notícia presente na coluna Giro. Por ser uma coluna com a temática política, as notas, geralmente, têm a “preocupação de informar o público dos acontecimentos que são importantes porque têm impacto sobre a vida das pessoas”. (TRAQUINA, 2013, p. 78).

Como o colunista disse por várias vezes no decorrer da pesquisa, seja nas entrevistas, seja durante a observação-participante, a coluna Giro trabalha com notas exclusivas. Por isso o valor-notícia novidade também é algo bastante presente no material analisado. Além disso, o tempo também é outro valor-notícia que emergiu do discurso de Giro, seja resgatando fatos passados para explicar o presente – na tentativa de explicar os fatos-, seja lembrando do aniversário da Constituição Federal.

O valor-notícia notabilidade também foi encontrado no período analisado, seja relacionado à quantidade de pessoas envolvidas – como foi o caso da nota em que o ministro Alexandre Baldy realizou evento para 100 prefeitos -, seja relacionado com “a inversão, o contrário do normal” (TRAQUINA, 2013, p. 81) – quando, por exemplo, lideranças partidárias não seguiam orientação do partido e apoiavam candidatos de outras chapas que não as da própria legenda partidária.

O inesperado como valor-notícia também apareceu fortemente na coluna Giro. O fato inesperado de maior destaque no recorte amostral foi a desistência do deputado Thiago Peixoto de concorrer a eleição, após ter sido preterido na escolha de vice-governador. Além disso, a valor-notícia conflito é algo sempre presente, uma vez que é algo inerente da própria política. Além disso, vale lembrar que a coluna se trata claramente de um espaço de disputa de poder.

Já a infração é um valor-notícia recorrente na fotolegenda da coluna Giro. A violação/ infração das regras é sempre a temática da foto que é estampada todos os dias na coluna Giro. Já o escândalo também é algo presente, até porque ele “corresponde à situação mítica do jornalista como ‘cão de guarda’ das instituições democráticas” (TRAQUINA, 2013, p. 83).

Agora, quanto aos critérios contextuais, Nelson Traquina (2013) propõe cinco valores-notícia de seleção: disponibilidade, equilíbrio – que também é um dos sentidos ligados à objetividade -, visualidade, concorrência e dia noticioso. No caso da coluna

Giro, a visualidade está mais ligada à sua diagramação padronizada, já descrita no dispositivo de legibilidade.

Já em relação à disponibilidade, trata-se de um valor-notícia muito mais ligado à facilidade de acesso à fonte. Quanto mais disponível for a fonte, maior a chance de aparecer na coluna. Um claro exemplo pode ser encontrado no “Pergunta para”, a pergunta e resposta que sempre aparece todos os dias no canto inferior esquerdo da coluna.

Nos nove dias analisados, duas fontes aparecem duas vezes: o então deputado estadual Francisco Oliveira, líder do governo na Assembleia Legislativa, e o coordenador da campanha de Daniel Vilela em Goiânia, Andrey Azeredo. A repetição frequente de fontes demonstra que elas se mostram mais disponíveis ao jornalista, tornando mais fácil seu trabalho. Mas, vale destacar, caso eles também não possuíssem outros valores-notícia, como notoriedade, por exemplo, a disponibilidade, por si só, não bastaria.

A busca pelo equilíbrio é uma constante, uma vez que o jornalismo segue a uma instância objetiva, que guia todo seu trabalho (WARD, 2011). É nítida a tentativa de dar um espaço igual - uma das regras pragmáticas de objetividade de Philip Meyer (1989) – tanto para governistas quanto para opositores, o que se torna claro até na quantidade idêntica de vezes em que o líder do governo na Assembleia e o coordenador da campanha de Daniel Vilela, representante da oposição.

No entanto, se pensarmos num contexto mais global, nos nove dias analisados em apenas um a “pergunta para” não foi para um candidato – seja a deputado estadual, federal ou a vice-governador. Isso fere o princípio do equilíbrio, um dos sentidos ligados à objetividade, uma vez que os demais candidatos não ganharam o mesmo espaço. E o que explica essa distorção seria a notoriedade das figuras que, mesmo candidatas, já exercem algum cargo que a qualificam a falar, que lhe dão o direito a fala na coluna, na visão do jornalista que a assina.

Já a concorrência foi um critério que apareceu fortemente quando, por exemplo, o colunista conseguiu o furo da desistência do deputado federal Thiago Peixoto e acabou antecipando o anúncio no site do jornal, por medo da concorrência dar antes a informação.

Por fim, o valor-notícia “dia noticioso” (TRAQUINA, 2013, p. 87) é sempre presente na rotina produtiva da coluna Giro. “Cada dia jornalístico é um novo dia. Há dias ricos em acontecimentos e outros dias pobres em acontecimentos com valor-notícia” (TRAQUINA, 2013, p. 87). Em razão disso, o colunista sempre se prepara e, por vezes, em dias com poucos acontecimentos, aproveita informações colhidas em dias anteriores, mas que não foram utilizadas por falta de espaço.

Além disso, Nelson Traquina (2013) lista outros seis valores-notícia de construção: simplificação, amplificação, relevância, personalização, dramatização e consonância. Destes, a amplificação foi um valor-notícia ausente nos dias analisados da coluna Giro. No entanto, na construção da coluna, instintivamente, o jornalista acabou por utilizar um ou, muitas vezes, vários desses critérios na construção de seu texto.

Por uma questão de espaço, a simplificação é o valor-notícia principal nesse aspecto. Em poucas palavras, o colunista tem que ser claro e objetivo, e aqui, mais uma vez ele se vale de outros sentidos ligados à objetividade, como a clareza e a concisão, por exemplo.

“Compete ao jornalista tornar o acontecimento relevante para as pessoas, demonstrar que o acontecimento tem significado para elas” (TRAQUINA, 2013, p. 89). Por isso, adotando como valor-notícia a relevância, nesse aspecto, o colunista tende a sempre adotar uma postura mais interpretativa dos acontecimentos, seja contextualizando com dados do presente ou do passado, seja dando espaço à controvérsia.

Já a personalização é um valor-notícia recorrente na coluna Giro. Como a política é praticada por agentes políticos, dar nome aos bois é uma consequência e até mesmo uma estratégia. Quando Caio apresenta falas entre aspas, ele acaba utilizando o que Tuchman (1972) chama de uso judicioso das aspas, uma estratégia para tornar o texto mais objetivo.

A dramatização como valor-notícia aparece em Giro muito mais relacionada ao conflito, que, por sua vez, remete a outro sentido ligado à objetividade: pluralidade, que é dar espaço para o contraditório. E a consonância também é um valor-notícia recorrente na coluna, uma vez que, principalmente no período eleitoral, a teia de acontecimentos acaba por inserí-los numa narrativa maior.

Agora, traçando um paralelo com os valores-notícia apresentados anteriormente, como estratégias de seleção dos fatos, Charaudeau (2015) propõe três fatores determinantes: o tempo, o espaço e a hierarquia, que, segundo ele, é o que transforma o acontecimento em notícia a ser publicada.

O fator tempo diz respeito à atualidade, conceito que já foi preconizado por Otto Groth (2011, p. 223) como uma das características centrais do jornalismo que “designa em si a característica e a tarefa do jornal de oferecer, de mediar algo atual, portanto, presente, agora, em voga, novo”. No entanto, cabe destacar que a “atualidade é em si uma relação puramente temporal” (GROTH, 2011, p. 223) e, portanto, não deve ser confundida com novidade, uma vez que esta última não depende do fator tempo por ser algo subjetivo, individual.

De qualquer forma, é importante frisar que, “por causa da atualidade, o jornalista tem sobretudo um olhar no futuro, anuncia coisas futuras” (GROTH, 2011, p. 229), o que não quer dizer que o jornalista pratica um exercício de futurologia. O que se comunica no jornalismo é o presente que faz referência ao futuro, ou seja, o jornal apenas informa o que já foi resolvido, pretendido, preparado.

Já sobre a segunda estratégia de seleção de fatos, o espaço, é possível dizer que a coluna Giro, na relação entre ubiquidade e proximidade, dá preferência para a proximidade, uma vez que, no período analisado, divulgou majoritariamente assuntos regionais, localizados especificamente em Goiânia - ou na região metropolitana da capital - e relacionados aos governos locais, sejam eles municipal ou estadual.

No período analisado, além da totalidade das notas sempre estarem localizadas e relacionadas com o Estado de Goiás, o que mais bem ilustra o quanto a proximidade interfere no trabalho jornalístico é a fotolegenda. Dos nove dias analisados, apenas uma foto não foi em Goiânia, mas em sua região metropolitana (Aparecida de Goiânia, para ser mais exato). Das oito restantes, sete estão localizadas na região central de Goiânia e uma na região sul.

E a última estratégia de seleção dos fatos apontada por Charaudeau (2015) é a hierarquia, subdividida em dois tipos de critérios: um interno e outro externo. Aqui, vamos focar nos critérios externos, que podem ocorrer de três maneiras: quando o acontecimento surge de forma inesperada, sem ser previsto; quando o acontecimento é

programado por calendário, como, por exemplo, os rituais da vida política institucional (eleições, reuniões, posses etc.); e quando o acontecimento é citado, provocado por algum setor institucional, especialmente o poder público, com fins estratégicos, com a intenção de manipular a imprensa. Os critérios externos são responsáveis por guiar a hierarquização do conteúdo a ser publicado na coluna Giro.

Quanto às fontes ouvidas pelo colunista titular de Giro, elas são todas fontes externas, segundo a classificação proposta por Charaudeau (2015). No entanto, não são apenas fontes institucionais (oficiais/oficiosas), como políticos e assessores de governo, por exemplo, apesar de serem predominantes. Um exemplo em que as fontes institucionais perdem espaço é quando o jornalista precisa de uma opinião de caráter mais científico.

E é por isso que especialistas também são ouvidos pelo colunista e ganham espaço na coluna Giro, como foi o caso do publicitário Renato Monteiro, que respondeu no dia 31/08/2018 a seguinte pergunta: “Programas e pílulas de rádio e TV perderam espaço?”, em alusão à ideia de que as novas mídias teriam um papel fundamental na campanha acabariam por reduzir a importância do rádio e da televisão no processo eleitoral.

Também cabe ressaltar que a coluna ouviu esporadicamente fontes não institucionais, como testemunhas oculares de certos acontecimentos políticos, especialistas – como advogados de campanha, por exemplo - e jornalistas experientes, como foi o caso de Jarbas Rodrigues Jr., ex-colunista titular de Giro e que na época assessorava o então governador, José Eliton. Mesmo assim, eram sempre fontes ligadas à campanha dos candidatos e relacionadas, de alguma forma, com a política. Todos foram ouvidos para apurar fatos e checar informações.

E, ao pensar sobre a influência das fontes no processo de construção da notícia, Adriano Duarte Rodrigues (2016, p. 58) reconhece que o jornalismo “se baseia quase sempre na fiabilidade do testemunho do locutor e não na sua observação e verificação diretas”, o que pode ser um fator dificultante na apuração dos fatos já que, muitas vezes, o jornalista não pode testemunhar os acontecimentos.

Mas “o jornalista sabe que as fontes de informação não são desinteressadas. Para poder acreditar na fonte é preciso que esta prove a sua credibilidade. As melhores fontes

são aquelas que já demonstraram a sua credibilidade e nas quais o jornalista pode ter confiança” (TRAQUINA, 2016, p. 240). E em virtude disso, políticos com mandato e autoridades em geral são favorecidas no processo de produção de notícias. Isso porque

também no campo jornalístico opera a convenção da credibilidade da autoridade, ou seja, quanto mais alta é a posição do informador melhor é a fonte de informação. Esta convenção segue o seguinte raciocínio: a posição de autoridade confere credibilidade. Algumas pessoas, pela posição que ocupam, sabem mais que outras pessoas; daí devem ter acesso a mais fatos e, então, a sua informação deve ser, em princípio, mais correta. (TRAQUINA, 2016, p. 241)

De fato, o conteúdo das notícias está limitado à necessidade de fontes eficientes e dignas de crédito e à coação de padrões dominantes (HERMAN, 2016). E, geralmente, pela posição que ocupam, os atores políticos – principalmente aqueles detentores de mandato – têm privilégio por gozarem não apenas de autoridade, mas de credibilidade.

De qualquer maneira, para Patrick Charaudeau (2015, p. 152), “relatar o acontecimento tem como consequência construí-lo midiaticamente: no instante mesmo em que ele é relatado, constrói-se uma notícia”. Assim, conseqüentemente, esse acontecimento relatado é um misto de fatos e ditos.

Charaudeau (2015) divide o relato jornalístico entre fatos relatados e ditos relatados. Enquanto o fato relatado é objeto de uma descrição, de uma explicação e de reações – sempre na perspectiva da construção de uma narrativa -, o dito relatado está ligado à retomada, repetição e imitação do que os outros disseram. Por isso, é possível afirmar que a coluna Giro trabalha, essencialmente, com um misto de fatos e ditos relatados, às vezes até numa mesma nota.

Para tornar mais clara como se opera essa situação descrita por Charaudeau (2015) na coluna Giro, tomemos como exemplo duas notas publicadas no dia 11/09/2018. Na primeira nota, intitulada “Time dos tucanos”, o colunista relata um fato: “o programa do governador José Eliton (PSDB) mostrou ontem, pela primeira vez, o ex-governador Marconi Perillo (PSDB)”.

Já na nota seguinte, intitulada “Estratégia”, o jornalista passa a relatar um dito: “Marconi aparece no programa de Eliton dizendo que não é mais governador e pede voto para seu sucessor”. Essa decisão do colunista se dá pois a mescla desses elementos

ajuda na narrativa dos acontecimentos e torna a interpretação mais embasada e contextualizada.

Sobre esse fato e dito relatado acima, Caio, em tom interpretativo, analisa a situação, com base no que o “QG tucano” lhe disse, dizendo que “boa parte do eleitorado ainda não se deu conta da troca de faixa que ocorreu no início de abril”. Essa análise, no entanto, mesmo em tom interpretativo e apresentando dados passados, como a troca do governador, não passa de uma opinião, que atinge um nível de análise pronta, final, quando apresentada dessa forma.

Isso porque não há nenhuma pesquisa que comprove o quanto a população desconhece que o governador não seria mais Marconi Perillo. Trata-se, portanto, de uma impressão, pura e simples opinião. Por isso, ao realizar a análise, o jornalista deixa claro que não é ele que diz, mas o próprio governo. E dar o crédito para a informação ao “QG tucano” é ainda uma estratégia de preservar o sigilo da fonte, que pediu *off*.

Dessa forma, quando se procura por um “discurso relatado” na coluna Giro, o que se percebe é que ele tem a função estratégica de um discurso de prova, o que traz consigo a ideia de autenticidade, responsabilidade e verdade, valores e sentidos também ligados à objetividade, conforme detalhado por Ben-Hur Demeneck (2009) ao propor um debate contemporâneo do conceito.

Assim, ao adotar esse discurso, o colunista conquista para si os valores de autoridade, na medida em que relatar é mostrar que é detentor de informações importantes, às quais nem todos tem livre acesso, e de poder, no sentido de que ao possuir a informação, tem o poder de torná-la ou não pública.

Charaudeau (2015) propõe ainda que a forma de relatar pode se dar de diferentes maneiras: citando a fonte de forma direta, por meio de aspas ou dois pontos; integrando parcialmente a fala da fonte no texto, por meio do uso da terceira pessoa; narrativizando o relato; ou evocando, fazendo uma alusão a alguma outra coisa, geralmente por meio da utilização de recursos como o parênteses ou travessões.

O uso das fontes no texto jornalístico – e das aspas, para ser mais exato – é explicado por John Soloski (2016, p. 140) pelo fato de que, em sua rotina profissional “os jornalistas precisam ter fontes que lhes forneçam os fatos relativos aos acontecimentos”. E ao utilizar esse recurso, os jornalistas tentam responsabilizar apenas

as fontes pela exatidão dos fatos, muitas vezes esquecendo do seu papel de apurar as informações e contrapor ideias divergentes.

Todas essas formas descritas por Charaudeau são utilizadas na coluna Giro. A citação entre aspas é a mais recorrente. Além disso, diariamente, uma pergunta para alguma autoridade, que é respondida integralmente por ela. Nesse caso, a reprodução do dito sempre é, para utilizar a expressão de Charaudeau (2015, p. 171), “in extenso”.

A evocação é uma estratégia bastante utilizada em Giro. Ela se faz presente, por exemplo, no seguinte enunciado: “Eliton se reuniu com Cleomar Dutra (Agehab) e Hwaskar Fagundes (Secima), indicados pelo ministro Alexandre Baldy (Cidades) e por Heuler Cruvinel, vice de Daniel Vilela (MDB)”. Todas as palavras entre parênteses especificam e localizam o leitor ou para dizer a que partido o político citado pertence ou o órgão do governo do qual a fonte é responsável.

Mas é preciso lembrar que a coluna Giro, uma coluna de notas políticas enquadrada no gênero opinativo, é um mosaico de opinião e informação (MARQUES DE MELO, 1985). E isso explica o motivo de os comentários também estarem presentes. Até porque, “pela temática política, o enunciador é levado a produzir um discurso de opinião” (CHARAUDEAU, 2015, p. 235).

Comentar o mundo constitui uma atividade discursiva, complementar ao relato, que consiste em exercer suas faculdades de raciocínio para analisar o porquê e o como dos seres que se acham no mundo e dos fatos que aí se produzem. No fundo, desde a Antiguidade, pelo menos, o homem sempre tentou responder à questão do seu destino, desenvolvendo duas atividades discursivas complementares: o relato e o comentário. (CHARAUDEAU, 2015, p. 175)

Desta maneira, o comentário é, por definição, explicativo e tem como função, segundo Charaudeau (2015), problematizar os acontecimentos, construir hipóteses, desenvolver teses, trazer provar e impor conclusões. Até porque, “não é possível informar se não se pode, ao mesmo tempo, dar garantias sobre a veracidade das informações transmitidas” (CHARAUDEAU, 2015, p. 177).

“Como o comentário pressupõe a veracidade do fato, é preciso então explicar o porquê e o como, abordando-o de um ponto de vista global e distanciado” (CHARAUDEAU, 2015, p. 178), que só é possível por meio de um método objetivo. E

nesse sentido, a coluna Giro desempenha um papel de elucidação dos fatos, uma vez que se propõe a desvendar as intenções dos acontecimentos políticos.

O exercício do poder no campo político só é possível na dissimulação, e o papel do jornalista, que tem o dever de elucidar, consistiria em descobrir a intenção dissimulada por trás das declarações e dos atos de tal ou qual político. Isso só pode ser feito com o apoio de um trabalho de pesquisa em arquivos, de observação de comportamentos do passado, de entrevistas provocadoras etc., o que tende a atribuir ao jornalista, dependendo do caso, uma imagem de detetive, de inquiridor, que aumenta sua credibilidade, principalmente quando sua pesquisa consegue bons resultados. (CHARAUDEAU, 2015, p. 178)

No caso da coluna Giro, no período analisado, uma nota ilustra a afirmação acima. Reforçando a imagem de detetive, o jornalista Caio Henrique Salgado descobriu, antecipadamente e de forma exclusiva, a desistência da candidatura do então deputado federal Thiago Peixoto. Para usar o jargão jornalístico, um furo. Diante da informação bombástica e exclusiva, Caio teve uma decisão difícil a tomar: esperar o dia seguinte para dar a informação em sua coluna, ou já antecipá-la, sem riqueza de detalhes, no site do jornal.

Ouvindo os colegas de redação, decidiu por antecipar a notícia no site do jornal, explorando o tema no dia seguinte com todos os detalhes que só ele detinha. No entanto, em entrevista posterior, ele comentou que se arrependeu dessa decisão e que deveria ter seguido seu instinto - o que Tuchman (2016) chama de *news judgement* - e esperado para dar a notícia no jornal do dia seguinte.

De fato, o furo é um elemento muito presente na cultura jornalística. E, no caso da coluna Giro, que dá preferência pela exclusividade, o furo tende a se tornar uma rotina e agrega um valor simbólico ao colunista.

O jornalista que se preza procura o furo. O furo dá um gozo particular, um enorme prazer de conquistador. O furo é uma conquista que está associada ao brilho profissional, razão justificada de vaidade pessoal, e que fornece um prestígio que pode fazer progredir a carreira profissional. Concomitantemente, o furo é um fato que agudiza a concorrência. (TRAQUINA, 2016, p. 53)

De qualquer forma, a contextualização é algo recorrente na coluna Giro e isso pode ser explicado pelo fato de que, geralmente, “o jornalista invoca grandes notícias do passado para construir novas notícias no presente” (TUCHMAN, 2002, p. 103). Além

disso, durante o período analisado, por diversas vezes as notas pareciam buscar um certo equilíbrio de opiniões, o que é outra estratégia de objetividade. E, de fato,

o discurso do comentário jornalístico é, em princípio, marcado por uma argumentação de ponderação: uma dosagem equilibrada entre julgamento pró e julgamento contra, entre apreciação favorável e apreciação desfavorável, entre exposição de uma determinada opinião e de outra (muitas vezes contrária). Disso decorre uma argumentação em forma de gangorra, que corresponde, de fato, em uma recusa em escolher entre os termos de uma alternativa, entre uma opinião e seu contrário. (CHARAUDEAU, 2015, p. 183)

Essa gangorra, utilizando a expressão de Charaudeau (2015), é vista claramente em toda a coluna Giro e é evidenciada quando o colunista busca o equilíbrio, dando espaço ao contraditório e tentando balancear a quantidade de notas sobre o governo e sobre a oposição. E isso reforça ainda o entendimento de que o espaço público é “também o lugar de construção da opinião, que é o resultado da busca de uma verdade mediana” (CHARAUDEAU, 2015, 188).

No entanto, não se pode negar ainda a possibilidade de dramatização dos diferentes tipos de acontecimentos no texto jornalístico e, conseqüentemente, na coluna Giro. No caso dos políticos, há uma tendência geral a serem “tratados ora como um luta de boxe entre representantes de partidos opostos, ora como um palco no qual os atores se insultam, ou ainda como em uma investigação policial em torno dos casos de corrupção” (CHARAUDEAU, 2015, p. 254).

E isso ocorreu durante o período analisado da coluna Giro. Um claro exemplo ocorre nas notas em que Caio relata a desistência do deputado federal Thiago Peixoto de disputar as eleições. Apesar do jornalista utilizar a estratégia do uso judicioso das aspas (TUCHMAN, 1972) na narrativa que produz, que é uma das formas de o jornalista fazer uso da objetividade ao relatar fatos – e opiniões -, o deputado é apresentando como uma vítima das circunstâncias, o que fica claro no trecho “me senti preterido e desmotivado a continuar nesse trabalho parlamentar”.

Além disso, para utilizar a metáfora de Charaudeau (2015), como em luta de boxe, o jornalista – que mais que um mero observador da luta, é o juiz responsável por anunciar o vencedor – apresenta os algozes do perdedor: “afirma, em referência aos presidentes do PSD goiano e nacional, respectivamente. Homem a quem é atribuído o veto à presença de Thiago da vice, Vilmar é o nome pessedista na chapa governista”.

Ao contextualizar a fala do deputado que pretendia ser candidato a vice-governador, acaba por pontuar o vencedor dessa disputa interna do partido, exercendo seu papel de juiz dos acontecimentos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Apesar do que Eduardo Meditsch (1998, p. 28) chama de epistemologias críticas terem se dedicado nas últimas décadas a “desmistificar o preceito positivista da infalibilidade da Ciência”, elas ajudaram a “demonstrar o caráter cultural e histórico de toda a forma de conhecimento” – a invenção da sociologia - e contribuíram ainda “para destruir o ideal de uma verdade única e obrigatória” - o rompimento com a religião enquanto verdade universal.

Esse é o contexto que ajuda a explicar o porquê de os preceitos positivistas no jornalismo continuarem tão vivos e seguirem definindo o próprio jornalismo, seja no processo de delimitação do que é ou não jornalismo, seja da discussão da própria práxis jornalística. Seja no método de busca pela verdade, que é particular no fazer jornalístico e em sua deontologia, seja na valorização das fontes de autoridade, em que a valorização da ciência está implícita.

Assim, apesar da objetividade jornalística também poder estar presente na forma, ou para ser mais preciso e utilizar o termo proposto por Charaudeau (2015) - conforme foi descrito neste trabalho ao trazer o contexto gráfico da coluna Giro -, no dispositivo de visibilidade da imprensa escrita, é no conteúdo, ou seja, em cada nota que o jornalista apresenta, que a discussão ética – deontológica, para ser mais exato - sobre o método de apuração de notícias se materializa e ganha corpo.

De fato, o jornalismo é uma profissão ao mesmo tempo intelectual e ética. Jornalistas precisam saber pensar o mundo, saber escrever e ter ética. E ser jornalista é também ser um pouco cientista-social, pois o trajeto de ambos é semelhante: criam uma pauta, vão ao mundo, colhem informações (dados), sentam, escrevem e depois publicam. E isso é algo facilmente encontrado na cultura profissional dos jornalistas e intrínseco da sua própria deontologia.

A diferença entre o jornalismo e a ciência social, no entanto, reside no rigor, na qualidade do trabalho final, uma vez que o tempo que cada um tem para finalizar seu texto é muito diferente. Cientistas podem terminar uma pesquisa em meses – anos até. Jornalistas correm contra o tempo: em algumas horas precisam entregar o texto pronto, acabado. Assim, em um mundo cada vez sobrecarregado de informação, seu trabalho de

mediador, de selecionador do que merece – ou não – atenção do leitor se torna árduo e exaustivo.

Justamente por isso que aqui vale destacar ainda que as estratégias utilizadas pelos jornalistas para atingir a objetividade podem resultar, segundo Tuchman (1972), em efeitos contrários ao esperado. Isso porque também constituem um convite à percepção seletiva, insistem erroneamente na ideia de que os fatos falam por si, são um instrumento de descrédito e um meio do jornalista fazer passar a sua própria opinião, são limitados pela política editorial de uma determinada organização jornalística e, por fim, iludem o leitor ao sugerir que a análise apresentada é convincente, ponderada ou definitiva.

Mas isso se dá porque a questão da credibilidade é fundamental no jornalismo, principalmente daquele produzido em uma coluna de notas políticas. Afinal, se a política se faz também – e principalmente – nos bastidores, para ter acesso a ela é preciso ir atrás de fontes capazes de fazer declarações suficientemente credíveis ao relato jornalístico. No entanto, o problema reside no fato que, involuntariamente, ao se embasar em declarações, muitas vezes, o jornalismo opinativo acaba por se tornar refém de versões de agentes políticos que travam entre si – e por vezes até contra a própria imprensa - uma disputa de poder.

Não é à toa que, com um público cada vez mais disperso e bombardeado por uma avalanche de informações a todo minuto nas mais diversas plataformas, o jornalismo impresso, principalmente, tem perdido espaço. Historicamente, vem perdendo assinaturas. Mas, como diz Rogério Christofolletti (2008, p. 109), “o jornalismo não é mais o que pensávamos. Terá de se reinventar. Exatamente como fez outras vezes”.

Conglomerados de mídia já começam a perceber que seus públicos estão cada vez menos dispostos a pagar por conteúdos, como é o caso de *O Popular*, e que – quando encontram barreiras em sites – buscam alternativas mais baratas ou até mesmo gratuitas. No entanto, o jornalismo – e principalmente o bom jornalismo - é algo que custa caro, pois depende de recursos financeiros, humanos e operacionais.

Mesmo assim, vale lembrar, “no último século, o bom jornalismo sobreviveu – mesmo sem prevalecer sempre – a muitas mudanças tecnológicas” (MEYER, 2007, p.

12) e a internet é apenas um dos mais recentes adventos que contribuíram para a segmentação cada vez maior da mídia.

Apesar disso, o futuro para o jornal impresso ainda é incerto, cada vez mais ameaçado e até diminuído pelo meio digital. Durante a observação direta em *O Popular*, já percebe-se a forte preocupação de toda a redação – dos editores, em particular - em produzir conteúdo para a internet, seja para o site, seja para as redes sociais como *Instagram* e *Facebook*.

E, da mesma forma que o jornal impresso, o colunismo político tende também a ter essa preocupação, conforme foi constatado durante a observação direta. Manter a exclusividade das informações nos dias de hoje é uma missão extremamente difícil para um colunista sempre preocupado com o furo.

Independente disso, o que importa é que, seja qual for a plataforma, digital ou analógica, o jornalismo seguirá sempre guiado por uma instância objetiva (WARD, 2011). Esse é um dos principais fatores que o caracterizam enquanto campo. E, no caso do jornalismo opinativo, mais precisamente no colunismo de notas políticas, isso não é diferente. Valores e procedimentos que levam à objetividade - como o apartidarismo, pluralidade, distanciamento, equilíbrio, faticidade, transparência, rigor, acurácia, concisão, clareza, hierarquização de conteúdos, honestidade e justiça (DEMENECK, 2009) – sempre guiarão o trabalho do jornalista.

E isso porque a objetividade está presente no jornalismo tanto no gênero opinativo quanto no informativo – ou até mesmo no interpretativo. E ela se faz presente tanto na forma, representada pela sua diagramação, seu dispositivo de legibilidade (CHARAUDEAU, 2015), quanto em seu conteúdo, um mosaico de informações, opiniões e interpretações, conforme a definição de José Marques de Melo (1985).

Com a hibridização cada vez mais frequente dos conteúdos jornalísticos – a coluna apresenta características tanto informativas, quanto opinativas e interpretativas -, o método de apuração de notícias acaba sendo padronizado, independente do gênero. A diferença entre o trabalho do colunista e de um repórter de político, por exemplo, é que o repórter recebe uma pauta, um tema pré-designado. Já o colunista precisa estar com o radar ligado para descobrir onde estão os fatos. Ele é que deve ir atrás para descobrir o que pode e o que não pode render notícia.

E, ao fazer isso, o colunista acaba utilizando, mesmo que instintivamente, estratégias que levam à objetividade, seja utilizando o *news judgement* de Gaye Tuchman (1972), seja adotando as quatro regras pragmáticas de objetividade sugeridas por Philip Meyer (1989): sempre fornecer a fonte, obter o outro lado da história, dar espaço igual a grupos conflitantes e possibilitar que todos os interesses da comunidade tenham a mesma oportunidade de se tornar notícia.

É claro que, dependendo de cada caso, essas estratégias se mostram mais ou menos eficazes. De qualquer forma, elas não deixam de ser a parte material, aquilo que se vê de uma instância objetiva superior e por vezes abstrata (WARD, 2011) pela qual os jornalistas se guiam. Se o jornalista enquanto sujeito carrega em si sua própria subjetividade, seu método, objetivo, acaba se tornando uma máscara de proteção capaz de lhe trazer autoridade e credibilidade.

Agora, para finalizar, cabe aqui ainda fazer uma reflexão sobre que futuro terá o jornal impresso, mais especificamente o jornal *O Popular*, que foi onde o pesquisador pode observar diretamente a rotina produtiva de um colunista político. O que os dados e as evidências tendem a nos mostrar é que sua migração para o meio digital está cada dia mais próxima.

E isso se dá por fatores diversos. Magno Medeiros (2018) enumera pelo menos dez. São eles: sustentabilidade, alcance, velocidade, economia, logística, usabilidade, interatividade, novos hábitos de leitura, possibilidade de convergência de mídias e facilidade na pesquisa da memória do jornal.

De fato, ao utilizar o papel como matéria-prima principal, o impacto ecológico que o jornal impresso causa acaba por torná-lo cada dia mais insustentável, uma vez que o próprio leitor tem mudado, com o passar dos anos, seu hábito de leitura e se adaptado, cada vez mais, às novas tecnologias.

Mas, no caso de *O Popular*, especificamente, com base no que foi analisado, o fator principal – entre os enumerados acima – é o econômico. E com razão. Fazer um jornal impresso não é barato: envolve uma série de rotinas produtivas que precisam de uma estrutura grande (muitos jornalistas, logística eficiente, muitas máquinas, entre outras coisas).

Além disso, a evolução da tecnologia móvel e o baixo custo desse tipo de operacionalização, em contraste com os valores elevados dos jornais impressos, são outros fatores que reforçam essa tendência. Afinal, o fator econômico ainda é um componente importante no jornalismo tido de referência.

E, de fato, “por sua própria natureza o jornal precisa ser grande. Precisa vender muitos exemplares, precisa vender grande quantidade de publicidade para pagar suas contas e servir melhor a mais gente” (SCHRAMM, 1970, p. 77). No entanto, os anunciantes, que são quem financiam todo esse processo, estão cada dia mais escassos - no caso de *O Popular*, principalmente -, e também estão migrando para a internet, conforme apontam as mais recentes pesquisas do Índice Verificador de Circulação (IVC).

Em razão disso, não é de hoje que surgem previsões catastróficas em relação aos jornais impressos. Em 2011, o site *Future Exploration Network* (FEN), ao realizar uma estimativa com base na queda de tiragem dos maiores jornais impressos no mundo, já previa o fim do jornal impresso. No relatório divulgado à época, o primeiro país a abolir o jornal no formato impresso seria os Estados Unidos, em 2017, seguido por Inglaterra, 2019, Canadá e Noruega, em 2020. Para o Brasil as previsões do fim dos impressos eram para o ano de 2027. No entanto, essa previsão inicial já não se confirmou para os Estados Unidos e é bem provável que não se confirme em nenhum dos demais países.

A Associação Nacional dos Jornais (ANJ), em relatório de 2017, culpa a crise econômica pelo declínio do impresso, mas se mostra preocupada com a queda acentuada, em termos de circulação das edições impressas, que tem ocorrido no Brasil nos últimos anos. Em 2014, circulavam no Brasil diariamente 8,5 milhões de exemplares de jornais impressos. Esse número caiu para 5,7 milhões em 2017, o que significa uma retração de 33,2% em quatro anos, sendo que 21,% desse total ocorreu apenas nos dois últimos.

Seguindo essa tendência, um dos principais jornais impressos do Grupo Jaime Câmara, o *Jornal do Tocantins* (fundado em 1978), já não circula, desde 1º de janeiro de 2019 na sua versão impressa. Uma vez que sua relevância para Tocantins é semelhante a que *O Popular* tem para Goiás, pode-se dizer que a migração deste para o meio digital – assim como já foi concretizada a daquele – é uma questão de tempo.

De que forma essa migração pode impactar na rotina produtiva de um colunista de notas política é um tema para ser abordado em um próximo trabalho. Mas de antemão fica o sentimento antecipado de nostalgia da leitura de um jornal impresso, que, como aponta Simone Tuzzo (2016), estabelece um vínculo afetivo com o leitor ao despertar nele pelo menos três dos cinco sentidos: visão, olfato e tato.

Até o presente momento, o que pode ser previsto é que a tecnologia vai acabar por atropelar aqueles leitores mais tradicionais, de uma geração que ainda não se adaptou às novas mídias e que é resistente às mudanças, ou os que por qualquer razão não possuem acesso à internet. Esses, inevitavelmente, acabarão excluídos e terão sua cidadania plena negada, uma vez que não poderão exercer plenamente o seu direito à informação.

Mas é bom frisar que essa transição não quer dizer, necessariamente, em uma mudança de linguagem no caso específico da coluna política. A coluna Giro já está presente no ambiente digital, mas apenas com uma diagramação adaptada para esse meio – seu conteúdo é o mesmo tanto na versão impressa quanto na digital. E como no caso da coluna Antena Ligada, do Jornal do Tocantins – agora 100% digital -, o mesmo deve ocorrer com Giro.

O que se constata nesse trabalho, portanto, é a tendência e a capacidade dos meios – o impresso incluso – de se adaptarem às mudanças. Assim como a invenção do rádio não propiciou o fim do impresso, a TV não foi a algoz do rádio, a internet não acabou com TV, o jornalismo impresso sobreviverá, mesmo que em uma plataforma digital.

E isso porque o jornalismo, ao mesmo tempo em que ajuda a construir a realidade do mundo, também é moldado por essa mesma realidade que ajudou a construir. E como é, cada vez mais, dependente da tecnologia, terá que se adaptar e se reinventar em uma velocidade recorde em nome de sua própria sobrevivência.

REFERÊNCIAS

- ALBERTOS, José Luis Martínez. **Curso general de redaccion periodistica**: lenguaje, estilos y géneros periodísticos em prensa, radio, televisión y cine. Madri: Paraninfo, 1993.
- ALMEIDA, Barbara Cristina Arato Mendes de. **Rotinas de produção em colunas de notas políticas no período eleitoral**. Brasília: UNB, 2011. (Dissertação/ Mestrado)
- ALVES FILHO, Francisco. **Gêneros jornalísticos**: notícias e cartas de leitor no ensino fundamental. São Paulo: Cortez, 2011.
- AMARAL, Luiz. **A objetividade jornalística**. Porto Alegre: Sagra-Luzzatto, 1996.
- ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE JORNAIS. **Maiores jornais do Brasil**. Brasília: 2015.
- ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE JORNAIS. **A Indústria Jornalística Brasileira em 2017**. Brasília: 2017.
- BAHIA, Juarez. **Jornal, história e técnica**. Santos: Martins, 1967.
- BALZAC, Honoré. **Os jornalistas**. Rio de Janeiro: Ediouro, 2004.
- BARRETO, Emannel. **Jornalismo e política: a construção do poder**. **Estudos de Jornalismo e Mídia**. Vol. III, Nº 1, 2006.
- BARROS FILHO, Clóvis de. **Ética na comunicação**. São Paulo: Summus, 2003.
- BELTRÃO, Luiz. **Jornalismo interpretativo: filosofia e técnica**. Porto Alegre: Sulina, 1980.
- BENETTI, Marcia; HAGEN, Sean. **Jornalismo e imagem de si: o discurso institucional das revistas semanais**. **Estudos de Jornalismo e Mídia**, Florianópolis, Ano VII, nº 1, p. 123-135, jan-jun, 2010.
- BERGER, Peter L; LUCKMANN, Thomas. **A construção social da realidade**: tratado de sociologia do conhecimento. Petrópolis: Vozes, 1976.
- BERTRAND, Claude-Jean. **A deontologia dos media**. Coimbra: MinervaCoimbra, 2002.
- BOND, Frank Fraser. **Introdução ao jornalismo**: uma análise do quarto poder em todas as suas formas. Rio de Janeiro: Agir, 1962.
- BORGES, Rosana Maria Ribeiro. **Pensamentos dispersos, hegemonias concentradoras**: discursos jornalísticos e movimentos de territorialização no cerrado. Goiânia: UFG, 2013. (Tese/ Doutorado).
- BORGES, Rosana Maria; CHAVEIRO, Eguimar Felício. **As entrelinhas não publicadas de um jornal diário**: o roubo da história de Câmara Filho e consolidação do jornal O Popular (GO). In: 9º Encontro Nacional de História da Mídia, 2013, Ouro Preto. Anais (on-line). Disponível em: < <http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/9o-encontro-2013/artigos/gt-historia-do-jornalismo/as-entrelinhas-nao-publicadas-de>

um-jornal-diario-o-roubo-da-historia-de-camara-filho-na-criacao-e-consolidacao-do-jornal-o-popular-go> Acesso em: 11/01/2019.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**, seguido de A influência do jornalismo e Os jogos olímpicos. Rio de Janeiro: J. Zahar, 1997.

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1998.

BRASIL. Decreto Lei nº 5.452, de 1º de maio de 1943. **Consolidação das leis do trabalho (CLT)**. Rio de Janeiro. 1943. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Decreto-lei/Del5452.htm> Acesso em: 13/01/2019.

BREED, Warren. Controle social na redação: uma análise funcional. In: TRAQUINA, Nelson. (Org.) **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. Florianópolis: Insular, 2016.

BRINGHURST, Robert. **Elementos do estilo tipográfico**. São Paulo: Cosac Naify, 2005.

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

BUCCI, Eugênio. Introdução: o jornalismo ordenador. In: GOMES, Mayra Rodrigues. **Poder no jornalismo: discorrer, disciplinar, controlar**. São Paulo: Hacker Editores, Edusp, 2003.

CAMPONEZ, Carlos. **Deontologia do jornalismo: a autorregulação frustrada dos jornalistas portugueses (1974-2007)**. Coimbra: Almedina, 2011.

CHAPARRO, Manuel Carlos. **Pragmática do jornalismo: buscas práticas para uma teoria da ação jornalística**. São Paulo: Summus, 1994.

CHAPARRO, Manuel Carlos. **Sotaques d’aquém e d’além mar: percursos e géneros do Jornalismo português e brasileiro**. Santarém: Jortejo, 2000.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso Político**. São Paulo: Contexto, 2006.

CHARAUDEAU, Patrick. **Linguagem e discurso: modos de organização**. São Paulo: Contexto, 2009.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2015.

CHRISTOFOLETTI, Rogério. **Ética no jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2008.

CÓDIGO DE ÉTICA DOS JORNALISTAS BRASILEIROS. Federação Nacional dos Jornalistas. Vitória -ES, 2007.

COLLARO, Antonio Celso. **Projeto gráfico: teoria e prática da diagramação**. São Paulo: Summus, 2000.

COOK, Timothy E. O jornalismo político. **Revista Brasileira de Ciência Política**, n. 6, p. 203-247, 2011.

CORTINA, Adela. **O fazer ético: guia para a educação moral**. São Paulo: Moderna, 2003.

- CORTINA, Adela. **Cidadãos do mundo**: para uma teoria da cidadania. São Paulo: Edições Loyola, 2005.
- COSTA, Caio Túlio. **Ética, jornalismo e nova mídia**: uma moral provisória. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2009.
- COVRE, Maria de Lourdes Manzini. **O que é cidadania**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1991.
- CRUVINEL, Tereza. Colunismo político: análise, opinião e ética. In: **Jornalismo Político**: teoria, história e técnicas. SEABRA, Roberto; SOUSA, Vivaldo de. (Orgs.). Rio de Janeiro: Record, 2006.
- DEMENECK, Ben-Hur. **Objetividade Jornalística**: o debate contemporâneo do conceito. Florianópolis: UFSC, 2009. (Dissertação/ Mestrado)
- DI FRANCO, Carlos Alberto. **Jornalismo, ética e qualidade**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1995.
- DINES, Alberto. **O papel do jornal**: tendências da comunicação e do jornalismo no mundo em crise. Rio de Janeiro. Editora Artenova S. A., 1977.
- DUARTE, Jorge. Entrevista em profundidade. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2006.
- EMERICH, David. **O beijo de Mangabeira**: o jornalismo político das colunas de notas. Brasília: UNB, 1997. (Dissertação/ Mestrado)
- FONSECA, Joaquim da. **Tipografia & design gráfico**: design e produção gráfica de impressos e livros. Porto Alegre: Bookman, 2008.
- FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso**. 14 ed. São Paulo: Loyola, 2006.
- FOUCAULT, Michel. **A Arqueologia do Saber**. 8.ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2014.
- GARGUREVICH, Juan. **Generos periodísticos**. Quito: Editorial Belén, 1982.
- GARRET, Annette. **A entrevista, seus princípios e métodos**. Rio de Janeiro: Agir, 1972.
- GAUTHIER, Gilles. In defense of a supposedly outdated notion: the range of application of journalistic objectivity. **Canadian Journal of Communication**, vol. 18, n. 4, Vancouver, 1993.
- GOMES, Mayra Rodrigues. **Ética e jornalismo**: uma cartografia de valores. São Paulo: Escrituras Editora, 2002.
- GOMES, Wilson. **Jornalismo, fatos e interesse**: ensaios de teoria do jornalismo. Florianópolis: Insular, 2009.
- GROTH, Otto. **O poder cultural desconhecido**: fundamento da Ciência dos Jornais. Petrópolis, RJ: Vozes, 2011.

- GUERRA, Josenildo Luiz. **O Nascimento do Jornalismo Moderno**: Uma discussão sobre as competências profissionais, a função e os usos da informação jornalística. In: XXVI Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Belo Horizonte/MG. 2003.
- HALL, Stuart; CHRITCHER, Chas; JEFFERSON, Tony; CLARKE, John; ROBERTS, Brian. A produção social das notícias: o mugging nos media. In: TRAQUINA, Nelson. (Org.) **Jornalismo**: questões, teorias e “estórias”. Florianópolis: Insular, 2016.
- HEERDT, Mauri Luiz. **Construindo ética e cidadania todos os dias**. Florianópolis – SC: Sophos, 2005.
- HERCOVITZ, Heloiza Golbspan. Análise de conteúdo em jornalismo. In: LAGO, Cláudia; BENETTI, Marcia. (Orgs.) **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2010.
- HERMAN, Edward S. A diversidade de notícias: “marginalizando” a oposição. In: TRAQUINA, Nelson. (Org.) **Jornalismo**: questões, teorias e “estórias”. Florianópolis: Insular, 2016.
- HERNANDES, Nilton. **A mídia e seus truques**: o que jornal, revista, TV, rádio e internet fazem para captar e manter a atenção do público. São Paulo: Contexto, 2006.
- HOHENBERG, John. **Manual de Jornalismo**. Rio de Janeiro: Fundo de Cultura, 1962.
- HOHLFELDT, Antônio. **Objectivity**: a mythicized journalistic category. Revista FAMECOS, nº 24, Porto Alegre, julho 2014.
- KARAM, Francisco José Castilhos. **Jornalismo, ética e liberdade**. São Paulo: Summus, 1997.
- KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom. **Os elementos do jornalismo**: o que os profissionais do jornalismo devem saber eo público deve exigir. São Paulo: Geração Editorial, 2003.
- LAGO, Cláudia. Antropologia e Jornalismo: uma questão de método. In: LAGO, Claudia; BENETTI, Marcia. **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2010.
- LEITE JUNIOR, Edson Francisco. **A objetividade no gênero opinativo**: o caso da coluna política. In: XL Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2017, Curitiba, PR. Anais (on-line). São Paulo: Intercom, 2017. Disponível em: <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-0520-1.pdf>> Acesso em: 15/12/2017.
- LEITE JUNIOR, Edson Francisco; FARIAS, Salvio Juliano Peixoto. O design gráfico como parte do dispositivo de visibilidade do jornalismo: o contexto gráfico da coluna Giro, de O Popular. In: MAIA, Juarez Ferraz de; BORGES, Luana Silva; FARIAS, Salvio Juliano Peixoto (orgs.). **Estudos contemporâneos de Jornalismo**. Goiânia: UFG/FIC, Gráfica UFG, 2018.
- LEWIN, Kurt. Frontiers in group dynamics: II. Channels of Group Life. Social planning and action research. **Human relations**, vol. 1, n. 2.
- LIBANIO, João Batista. **Ideologia e cidadania**. São Paulo: Moderna, 1995.

- MARQUES, José Nello. **Perguntar ofende!** Perguntas cretinas que jornalistas não devem fazer (mas fazem). São Paulo: Disal, 2003.
- MARQUES DE MELO, José. **A opinião do jornalismo brasileiro**. Petrópolis: Vozes, 1985.
- MARQUES DE MELO, José. **Comunicação: direito à informação**. Campinas, SP: Papirus, 1986.
- MARQUES DE MELO, José. **Teoria do jornalismo: identidades brasileiras**. São Paulo: Paulus, 2006.
- MARQUES DE MELO, José. Jornalismo político: Democracia, Cidadania e Anomia. **Revista FAMECOS**, nº 35. Porto Alegre, 2008.
- MARTINEZ, Paulo. **Direitos de cidadania: um lugar ao sol**. São Paulo: Scipione, 1996.
- MARTINO, Luís Mauro Sá. **Mídia e poder simbólico: um ensaio sobre comunicação e campo religioso**. São Paulo: Paulus, 2003.
- MARTINS, Adolfo. Apresentação. In: TEIXEIRA, José Antônio. **Jornalismo de opinião**. Rio de Janeiro: Folha dirigida, 2002.
- MARTINS, Franklin. **Jornalismo político**. São Paulo: Contexto, 2005.
- MATOS, Carolina. **Jornalismo e política democrática no Brasil**. São Paulo: Publifolha, 2008.
- MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 1969.
- MEDEIROS, Magno. Cidadania, direitos humanos e jornalismo: percalços históricos e violência institucionalizada. In: MORAES, Ângela; SIGNATES, Luiz. (Org.). **Cidadania comunicacional: teoria, epistemologia e pesquisa**. Goiânia: Gráfica UFG, 2016.
- MEDEIROS, Magno. Mutações e vantagens do jornalismo digital. **Jornal UFG**, Goiânia, dez. 2018, Artigos.
- MEDINA, Cremilda. **Ciência e jornalismo: da herança positivista ao diálogo dos afetos**. São Paulo: Summus, 2008.
- MEDITSCH, Eduardo. Jornalismo como forma de conhecimento. **Revista Brasileira de Ciência da Comunicação**. São Paulo, v. XXI, n. 1, p. 25-38, jan./jun., 2008.
- MELO, Geraldo Lúcio de. Imprensa e poder, impressões éticas. In: PAIVA, Raquel (Org.). **Ética, cidadania e imprensa**. Rio de Janeiro: Mauad, 2002.
- MEYER, Philip. **A ética no jornalismo: um guia para estudantes, profissionais e leitores**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1989.

MEYER, Philip. **Os jornais podem desaparecer?** Como salvar o jornalismo na era da informação. São Paulo: Contexto, 2007.

MORAES, Ângela Teixeira de. **Jornalismo e Educação: (des)encontros discursivos.** Goiânia: PUC Goiás, 2013.

O POPULAR. **Mídia kit – 2017.** Disponível em: <<https://jaimecamaradigital.com.br/wp-content/uploads/2017/10/midiakit-opopular-2017.pdf>> Acesso em: 20/03/2018.

PAIVA, Raquel. A publicização da ética da ética no espaço midiático. In: PAIVA, Raquel (Org.). **Ética, cidadania e imprensa.** Rio de Janeiro: Mauad, 2002.

PARK, Robert. A notícia como forma de conhecimento: um capítulo da sociologia do conhecimento. In: STEINBERG, Charles S.. **Meios de comunicação de massa.** Editora Cultrix, 1970.

PARK, Robert E. Notícia e o poder da imprensa. In: BERGER, Christa; MAROCCO, Beatriz. **A era glacial do jornalismo: teorias sociais da imprensa.** Vol. 2. Porto Alegre: Sulina, 2008.

PENA, Felipe. **Teoria do jornalismo.** São Paulo: Contexto, 2005.

PEREIRA, Wellington; MESQUITA, Tarcineide. A contribuição da etnometodologia para análise do jornalismo social. **FAMECOS**, Porto Alegre, v. 19, n. 1, P. 46-64, jan-abr. 2012.

PEREIRA JUNIOR, Luiz Costa. **Guia para a edição jornalística.** Petrópolis, RJ: Vozes, 2012.

PERUZZO, Cicilia Maria Krohling. Observação participante e pesquisa-ação. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação.** São Paulo: Atlas, 2006.

PIMENTEL, Aldenor da Silva; TEMER, Ana Carolina Rocha Pessoa. Newsmaking in Portuguese: uma discussão das hipóteses de Gaye Tuchman no contexto brasileiro. **Comunicação & Informação**, Goiânia, v. 15, n. 2, p. 116-132, jul-dez. 2012.

RAMOS, Murilo César. **Intrigas da corte: o jornalismo político das colunas sociais.** Rio de Janeiro: Corpo da Letra, 1994.

RIBEIRO, Milton. **Planejamento visual gráfico.** Brasília: LGE Editora, 2003.

RIBEIRO, Lavina Madeira. A condição cidadã. In: MORAES, Ângela; SIGNATES, Luiz. (Org.). **Cidadania comunicacional: teoria, epistemologia e pesquisa.** Goiânia: Gráfica UFG, 2016.

RESTREPO, Javier Darío. **El zumbido y el moscardón.** Taller y consultoria de ética periodística. México: FCE, FNPI, 2004.

RODRIGUES, Ernesto. Em cada editoria um desafio diferente. In: CALDAS, Álvaro (Org.). **Deu no jornal**: o jornalismo impresso na era da internet. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio; São Paulo: Loyola, 2002.

RODRIGUES, Adriano Duarte. O acontecimento. In: TRAQUINA, Nelson. (Org.) **Jornalismo**: questões, teorias e “estórias”. Florianópolis: Insular, 2016.

SANTOS, Boaventura de Sousa. **Direitos humanos, democracia e desenvolvimento**. São Paulo: Cortez, 2013.

SCHRAMM, Wilbur. Seu desenvolvimento. In: STEINBERG, Charles (Org.). **Meios de comunicação de massa**. São Paulo: Cultrix, 1970.

SCHUDSON, Michael. **Descobrimo a notícia**: uma história social dos jornais nos Estados Unidos. Petrópolis, RJ: Vozes, 2010.

SEABRA, Roberto. Jornalismo político: história e processo. In: **Jornalismo Político**: teoria, história e técnicas. SEABRA, Roberto; SOUSA, Vivaldo de. (Orgs.). Rio de Janeiro: Record, 2006.

SIGNATES, Luiz; MORAES, Ângela. A cidadania como comunicação: estudo sobre a especificidade comunicacional do conceito de cidadania. In: MORAES, Ângela; SIGNATES, Luiz. (Org.). **Cidadania comunicacional**: teoria, epistemologia e pesquisa. Goiânia: Gráfica UFG, 2016.

SILVA, Rafael Souza. **Diagramação**: o planejamento visual gráfico na comunicação impressa. São Paulo: Summus, 1985.

SILVA, Luiz Martins da. Informação e mudança: repensando o conceito de comunicação e de processo na comunicação social. In: MORAES, Ângela; SIGNATES, Luiz. (Org.). **Cidadania comunicacional**: teoria, epistemologia e pesquisa. Goiânia: Gráfica UFG, 2016.

SOARES, Maria Victoria Benevides. Cidadania e direitos humanos. In: CARVALHO, José Sérgio. **Educação, cidadania e direitos humanos**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2004.

SODRÉ, Muniz. **O Brasil simulado e o real**: ensaio sobre o cotidiano nacional. Rio de Janeiro: Rio Fundo Ed., 1991.

SODRÉ, Muniz. **A narração do fato**: notas para uma teoria do acontecimento. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

SOLOSKI, John. O jornalista e o profissionalismo: alguns constrangimentos no trabalho jornalístico. In: TRAQUINA, Nelson. (Org.) **Jornalismo**: questões, teorias e “estórias”. Florianópolis: Insular, 2016.

SOUSA, Jorge Pedro. **Introdução à análise do discurso jornalístico impresso**: um guia para estudantes de graduação. Florianópolis: Letras Contemporâneas, 2004.

SOUSA, Jorge Pedro. **Elementos de jornalismo impresso**. Florianópolis: Letras Contemporâneas, 2005.

- SOUSA, Vivaldo de. Precisão e correção no jornalismo político. In: **Jornalismo Político: teoria, história e técnicas**. SEABRA, Roberto; SOUSA, Vivaldo de. (Orgs.). Rio de Janeiro: Record, 2006.
- SOUZA, Herbert; RODRIGUES, Carla. **Ética e cidadania**. São Paulo: Moderna, 2005.
- TEIXEIRA, José Antônio. **Jornalismo de opinião**. Rio de Janeiro: Folha Dirigida, 2002.
- TEMER, Ana Carolina Rocha Pessoa; NERY, Vanda Cunha Albieri. **Para entender as teorias da comunicação**. Uberlândia: Aspectus, 2004.
- TEMER, Ana Carolina Rocha Pessôa; TUZZO, Simone Antoniacci. Revisão crítica entre a comunicação e a cidadania: um estudo sobre a mídia. In: MORAES, Ângela; SIGNATES, Luiz. (Org.). **Cidadania comunicacional: teoria, epistemologia e pesquisa**. Goiânia: Gráfica UFG, 2016.
- THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.
- TISKI, Sérgio. Introdução à questão da filosofia primeira em Comte. **Acta Scientiarum. Human and Social Sciences**. Maringá, v. 32, n. 2, 2010.
- TOURAINÉ, Alain. **Igualdade e diversidade: o sujeito democrático**. São Paulo: EDUSC, 1998.
- TRAQUINA, Nelson. **A tribo jornalística: uma comunidade interpretativa transnacional**. Florianópolis: Insular, 2013.
- TRAQUINA, Nelson. (Org.) **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. Florianópolis: Insular, 2016.
- TRAQUINA, Nelson. As notícias. In: TRAQUINA, Nelson. (Org.) **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. Florianópolis: Insular, 2016.
- TRAVANCAS, Isabel. Fazendo etnografia no mundo da comunicação. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2006.
- TUCHMAN, Gaye. Objectivity as strategic ritual: An examination of newsmen's notions of objectivity. **American Journal of Sociology**, v. 77, n. 4, p. 660-679, 1972.
- TUCHMAN, Gaye. As notícias como uma realidade construída. In: PISSARA ESTEVES, João. **Comunicação e Sociedade: os efeitos sociais dos meios de comunicação de massa**. Lisboa: Livros Horizonte, 2002.
- TUCHMAN, Gaye. A objetividade como ritual estratégico: uma análise das noções de objetividade dos jornalistas. In: TRAQUINA, Nelson. (Org.) **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. Florianópolis: Insular, 2016.
- TUCHMAN, Gaye. Contando “estórias”. In: TRAQUINA, Nelson. (Org.) **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. Florianópolis: Insular, 2016.
- TUZZO, Simone Antoniacci. **Os sentidos do impresso**. Goiânia: Gráfica UFG, 2016.

VÁZQUEZ, Adolfo Sánchez. **Ética**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2014.

VIZEU, Alfredo. O newsmaking e o trabalho de campo. In: LAGO, Claudia; BENETTI, Marcia (Orgs.). **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2010.

WARD, Stephen J. A. **Ethics and the media**: an introduction. Cambridge University Press, 2011.

WHITE, David Manning. O gatekeeper: uma análise de caso na seleção de notícias. In: TRAQUINA, Nelson. (Org.) **Jornalismo**: questões, teorias e “estórias”. Florianópolis: Insular, 2016.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. Lisboa: Presença, 2002.

WOLTON, Dominique. **Informar não é comunicar**. Porto Alegre: Sulina, 2010.

APÊNDICE A – ENTREVISTA COM JARBAS RODRIGUES JR.

Entrevista com Jarbas Rodrigues Jr., realizada no dia 17/10/2017

Pesquisador - De que forma você se apresentaria pra mim?

Jarbas Rodrigues Jr. - Jarbas Rodrigues. Sou jornalista. De formado, 21 anos, de prática, 23 anos. Especializado em economia e política. Esse é meu lado de jornalista, mas também tem meu lado de empreendedor, que eu tenho meus negócios também. Sou nascido em Anápolis, mas na verdade eu só nasci em Anápolis. Na verdade, eu sou maranhense. Meus pais são maranhenses, mas como minha vó morava em Anápolis, e nessa época Anápolis tinha uma estrutura melhor, eu nasci em Anápolis. Mas com quatro meses de idade eu já estava no Maranhão. Por conta do negócio do meu pai, nós moramos em alguns lugares do Brasil – Paraná, São Paulo e tudo mais – e aí ele foi pro Tocantins e eu com 18 anos vim pra Goiânia pra fazer faculdade. Primeiro, tentei engenharia, por conta do negócio do meu pai, da construtora. Tentei engenharia, mas não era minha praia. Na época era, não sei é ainda hoje, vestibular de duas fases. Passei na primeira, bombei na segunda na UFG. Sempre tentei vestibular ou UFG ou UNB, até por questões financeiras mesmo, que era faculdades gratuitas. Aí passei na primeira fase aqui, vi que não era minha praia. Eu queria fazer publicidade. Fiz publicidade na UNB, que tinha o curso, aqui em Goiânia ainda não tinha o curso de publicidade. Fiz jornalismo. Na UNB eu passei na primeira, não passei na segunda. Pra jornalismo aqui eu passei. Aí eu falei: ah, vou fazer jornalismo.

Pesquisador - E, desde a faculdade, sempre atuou no jornalismo?

Jarbas - Desde a faculdade, sempre atuei. No terceiro ano eu já tava atuando no jornalismo, na prática.

Pesquisador - Você falou que também é empreendedor. Você tem outros projetos paralelos além do jornal?

Jarbas - É. Mas não tem nada a ver com o jornalismo. Os negócios da família mesmo.

Pesquisador - Como é sua rotina de trabalho?

Jarbas - Como todo jornalista, não tem uma rotina assim. Não tem uma rotina certa. Mas, basicamente, de manhã cedo você olhar assim... Você acorda cedo, você faz sua caminhada e tal, mas você vê as principais notícias que estão rolando tanto no Brasil e o que saiu aqui em Goiás. Principalmente o que seus concorrentes publicaram, o que deram de furo, ou deram alguma abordagem diferente que você. Ou você como colunista, ou o jornal que você trabalha publicou naquele dia. Então, basicamente essa é a checagem. E já começo a responder algumas mensagens. Hoje é mensagem eletrônica, muito mais isso, de fontes. Ou gente querendo acrescentar alguma coisa, ou gente querendo questionar alguma coisa que saiu na coluna e pessoas querendo passar algumas informações e tudo mais. Como eu te disse eu tenho a questão minha de

administrar as questões dos meus pais, os negócios dele. Então a manhã eu passo mais tempo cuidando disso. Mas atendo telefonema, faço alguma ligação quando é preciso e tal. Eu cuido do jornal mesmo a partir do almoço em diante.

Pesquisador - Você trabalha com alguns auxiliares na coluna?

Jarbas - Minha equipe é Jarbas Rodrigues Jr.

Pesquisador - Como você coloca sua coluna em relação a dois eixos: opinião e informação?

Jarbas - Muito mais informativa. Porque é uma característica do Giro. O Giro já nasceu assim. A coluna Giro nasceu o seguinte, há muitos anos atrás. Eu tenho 14 anos de coluna. O Ivan Mendonça foi meu antecessor e foi o primeiro colunista do Giro, no O Popular. Então nós estamos falando de 25, 26 anos da coluna. Ela nasceu quando não existia, ela era um espaço onde a editoria de política fazia as matérias. Ah, tem uma informação aqui mas não dá matéria, aí criaram uma coluna, que depois se transformou na coluna Giro e depois o Ivan Mendonça, acharam que devia ter um editor específico pra coluna. E ela nasceu basicamente disso. Ou antecipar fatos, isso foi depois né. Na verdade ela nasceu mais como bastidor. A informação que talvez não compensava em resultar numa matéria, não dava pra fazer uma matéria, não tinha espaço, não era informação pra uma matéria, mas valia a pena ser informada e divulgada, tudo o mais. E depois ela teve um outro cunho muito forte. Além dos bastidores, ela teve outro cunho muito forte de antecipar notícias. Ela nasceu na área política, o foco dela ainda continua sendo na área política, mas como eu vim da área de economia, eu também dei um peso maior de economia na coluna.

Pesquisador - Que critérios você utiliza para selecionar as notas que vão pra coluna?

Jarbas - Eu procuro saber... um exercício que eu faço é o seguinte: qual é a informação que tem maior número de interessados? Qual a relevância da informação? Tem que ter o maior número de pessoas interessadas em consumir aquela informação. Entendeu? Essa é uma. Outra: exclusividade, né? Então se ela tem uma informação relevante e ela é exclusiva, ela vai pro topo da coluna E o terceiro são os bastidores e tudo mais. Basicamente é isso mesmo. Relevância e exclusividade.

Pesquisador - Como você consegue avaliar a credibilidade de uma fonte?

Jarbas - Cara, isso aí a gente apanha muito no começo, né? Eu apanhei muito no começo da coluna Giro. Até porque quando eu assumi, eu quase que não tinha experiência nenhuma de coluna, né? A fonte primeiro ela tem que ter, ela tem que provar pra você que ela merece sua confiança. Eu confio muito nas pessoas, mas como jornalista eu tenho que confiar, desconfiando. Você tem que checar as informações. E algumas informações dá uma dificuldade de você checar. Até porque quando você começa a checar, essa informação começa a vazar. E hoje o meu maior concorrente não é nem o concorrente do jornal impresso não. Meu maior concorrente hoje chama rede

social. É o maior concorrente pra qualquer colunista hoje. Como você trabalha com um produto que você vai entregar ele só no dia seguinte, seu maior concorrente são as redes sociais. Então, em relação à fonte: primeiro, ela tem que transmitir total confiança, mostrar pra você que merece sua confiança. E o segundo, que eu tia falar sobre a questão da fonte é que além da confiança ela tem que ter relevância. Pra mim toda a informação é válida, eu me dou com todo tipo de fonte. Mas é claro que tem que ver a questão da relevância e tudo mais.

Pesquisador - O que você faz quando um citado na coluna não concorda com o que foi publicado?

Jarbas - Tem várias formas, né? Tem aqueles que ligam ou manda mensagem e falam que a informação saiu com algum equívoco ou algum erro, ou data ou nome, ou a própria informação em si. Geralmente é data ou nome que costuma sair com algum erro. Mas a própria informação também, aí o cara de forma educada fala e você fala então beleza. Eu prontamente sempre corrijo no dia seguinte. Ou às vezes não é a fonte que te passou a informação, mas às vezes é a pessoa que foi citada na nota. Olha, essa nota não procede. Mas pera aí, minha fonte eu tenho certeza do que ela me passou e tudo mais. Aí ele contra argumenta com essa pessoa. Se ele te convencer que realmente aquela informação que você recebeu da sua fonte é uma informação errada, ou com algum tipo de falha, aí sim eu vou corrigir. Até porque quando você lida com pessoa você tem que ter muito zelo. E eu tenho muito zelo em relação a isso. E agora tem também o cara que liga puto da vida, nervoso e tudo mais. Esse aí você precisa deixar ele acalmar um pouquinho pra começar a contra argumentar com ele.

Pesquisador - Tem alguma sequência apropriada que você adota pra começar a construir a coluna?

Jarbas - Eu costumo geralmente de baixo pra cima. Da área menos nobre, pra mais nobre da coluna. Essa geralmente é a minha ótica pra construir a coluna.

Pesquisador - Você tem algum acesso a alguma pesquisa qualitativa sobre o jornal ou a coluna?

Jarbas - O jornal faz esse tipo de pesquisa umas duas ou três vezes por ano. Eles me dão o feedback, às vezes tem algum tipo de reclamação. Tem reclamação porque você não consegue atingir todo o tipo de público, né? Tem gente que acha nessa pesquisa que tem muita política, podia ter mais esporte. Não é minha praia. Esporte assim, futebol, não é minha praia, eu tenho essa dificuldade. Agora a maioria das pessoas quer ler realmente é bastidor político. É o que a pesquisa mostra. Já teve uma visão equivocada, hoje ela é bem menor que é que eu leio o Giro, leio a Coluna e aí eu já li o jornal, isso me dá o resumo, como se o Giro fosse o resumo de notícias do jornal. Nunca foi isso. Tanto porque, quando a gente começa o dia, eu pego a pauta do jornal e os assuntos que estão presentes lá eu não vou tratar na coluna.

Pesquisador - Você sabe explicar quando e porque você utiliza as aspas na coluna?

Jarbas - Acho que é quando você precisa reforçar uma informação que você está dando. É comum quererem desmentir a informação, por isso muitas vezes você precisa de uma pessoa bancando a informação. E às vezes tem alguma informação que é de cunho pessoal. Por exemplo, uma crítica de algum deputado ao governo, ou de um deputado de governo criticando a oposição. Quando é uma crítica de cunho pessoal, essa aí tem que estar entre aspas.

***Pesquisador* - Em algum momento você já se sentiu censurado no seu trabalho?**

Jarbas - Dentro da empresa, eu tenho 14 anos de coluna, a única restrição que tive foi uma nota, que eu lembro foi no segundo ano de coluna, que era uma crítica muito pessoal de um deputado para outro. Então não o padrão do jornal colocar esse tipo de informação. Eu compreendi na hora.

***Pesquisador* - Alguma vez alguém já te falou qual seria a linha editorial de O Popular?**

Jarbas - Não. Não tem um manual aqui não. E é difícil encontrar esse manual em qualquer redação. Isso você vai aprender, primeiro, trabalhando dentro da casa, né? Todo jornal é uma empresa e toda empresa tem um acionista por trás. E todo acionista tem seu modo de pensar, pra trabalhar e agir. Então você vai aprendendo a cultura. Não só em relação a política. Você vai aprendendo onde é a cultura da empresa. Ou da redação que você está trabalhando, né? No meu caso foi o tempo que me ensinou.

***Pesquisador* - De que forma você acha que a internet alterou sua rotina produtiva e seu produto final?**

Jarbas - A rotina produtiva alterou muito. Hoje é muito mais fácil trabalhar com os instrumentos que você tem hoje. É uma plataforma de trabalho que facilitou muito o seu dia a dia, né? Pra você apurar a informação. Você faz entrevistas hoje sem falar diretamente com a fonte. Agora em relação ao que vai ser publicado não tanto. Ainda é o velho jornalismo, de você ligar, apurar, farejar onde tem notícia, ouvir várias pessoas, lados diferentes pra você construir a história mais real possível que tá acontecendo. Isso aí é o velho jornalismo. Isso eu acho que a tecnologia não mudou não.

APÊNDICE B – 1ª ENTREVISTA COM CAIO HENRIQUE SALGADO

Entrevista com Caio Henrique Salgado, realizada no dia 22/02/2018.

***Pesquisador* - Como você poderia se apresentar?**

Caio Henrique Salgado - Difícil. Não sei. Me considero um jornalista e agora, nesse momento, assumi a coluna tem pouco tempo. Poderia dizer, usar o termo, sou colunista. É, acho que seria.

***Pesquisador* - Vamos voltar um pouco na sua carreira. Quando se formou?**

Caio - Formei na UFG em 2008.

***Pesquisador* - E de lá até aqui como foi seu percurso como jornalista?**

Caio - Assim que estava formando ainda, eu comecei a trabalhar no Diário da Manhã. Aí naquela época eu era do caderno de Cultura, o DM Revista. Escrevia basicamente sobre música. Eu tinha uma coluna lá também sobre música. Inclusive eu acho que ali era bem mais opinativo do que o trabalho que eu faço hoje. E aí, depois dessa experiência, eu passei um curto tempo na Assembleia Legislativa como assessor parlamentar e dali eu fiquei um período muito curto no jornal Opção. Foi quando eu comecei a trabalhar com cobertura política. Eu acho que deve ter sido um mês. E de lá eu já fui pro jornal O Popular. E no jornal é onde eu estou desde então, desde 2011.

***Pesquisador* - E em O Popular sempre com política?**

Caio - Sempre com política. Eu passei agora uns dois meses agora – isso foi bem recente – eu fiz parte de um grupo de jornalismo investigativo que foi montado lá, que foi montado recentemente. Fiquei um curto período de tempo e fui convidado para assumir a coluna.

***Pesquisador* - Mas você já assinava a coluna às segundas.**

Caio - Assinava. Desde 2012, 2011 talvez. Não sei. Não lembro exatamente quando foi. Mas eu comecei sendo o substituto do substituto. Cobria férias.

***Pesquisador* - Você considera sua coluna mais informativa ou mais opinativa?**

Caio - Olha, mais informativa, apesar de... Tem uma pitada ou outra de opinião. Às vezes mais análise do que opinião. Mas eu considero ela mais informativa do que opinativa.

***Pesquisador* - E como você diferenciaria o jornalismo informativo do opinativo?**

Caio - Bom. É porque ali eu tento utilizar o método de apuração jornalística para cada notinha daquela. A gente tem até uma demanda grande de assessores que vão atrás e tudo mais. Mas mesmo esses casos, tem uma rotina de apurar qualquer informação que chega lá. E também de dar um caráter mais, tentar dar um caráter mais objetivo assim

pra informação. Sem tentar fazer propaganda de um ou de outro. É lógico que a gente trabalha o tempo inteiro com interesses e tudo que aparece ali, provavelmente alguém tem o interesse. E aí eu acho até um trabalho grande, e isso é bem trabalhoso mesmo, de administrar tudo isso.

Pesquisador - Quando você fala em objetividade, pra você objetividade é sinônimo de que?

Caio - É sinônimo de tentar checar o que está acontecendo e se aproximar ao máximo do que que está acontecendo de fato também. Eu acho que é mais ou menos isso que eu tento fazer. Eu sei que é praticamente impossível, sempre vai ser um recorte do que é a realidade, mas eu sempre tenho esse interesse de buscar outras fontes pra ver se aquela informação procede.

Pesquisador - Como você diferenciaria a sua coluna do restante do jornal?

Caio - Olha... o diferencial dela... Pensando aqui... Eu não sei... Ela funciona meio que como um radar ligado, assim, tentando ficar aí o tempo todo atrás do que está acontecendo. Mas ela tem essa característica bem específica. Mas não sei te dizer exatamente o que diferencia exatamente te dizer o que diferenciaria ela no método de apuração. No geral eu tento me apegar um pouco ao que tem de factual. Eu tenho que ficar atento a bastidores. Mas um diferencial da coluna eu acho – o jornalismo já pressupõe isso de alguma maneira -, mas eu acho que o diferencial é que eu tenho que tá lá o tempo inteiro buscando informações exclusivas, que não vão ser publicadas em nenhum outro lugar. Esse é um pressuposto que tento seguir. Que é uma lógica que eu acho que é pra isso que a coluna foi criada. E é a única do jornal com esse perfil. Não tem nenhuma outra. Tem a Direito e Justiça, que é parecida, que é uma coluna de notas também, mas ela tem o foco jurídico. Na minha eu coloco qualquer coisa, inclusive o jurídico.

Pesquisador - Como você me descreveria sua rotina de trabalho?

Caio - Eu vou todos os dias à redação, de tarde. Chego lá geralmente às 2 horas. Eu posso ir de manhã também. Isso depende muito. Vou todo dia, mas mesmo não estando lá é praticamente que *full time* meu trabalho. Tenho que ficar o dia inteiro ali buscando informações e recebendo também. A gente sabe que as pessoas procuram pra contar bastidores. E como a coluna, independente do que acontecer, ela vai tá lá, existe uma preocupação de garantir que eu vou ter material pra publicar todo dia. Então eu consigo ter outras atividades, consigo conciliar isso, eu tenho até um tempo razoável livre, mas sempre atento também.

Pesquisador - Quando você fala em outras atividades, significa que você tem outros empregos também?

Caio - Não, estou só na coluna.

Pesquisador - Você assina a coluna de terça à domingo. Você então vai ao jornal todos os dias?

Caio - Depende também. Sábado eu sempre faço a coluna também de alguma maneira. Eu faço ajustes. É claro que se eu deixasse pra fazer a coluna inteira no sábado eu teria muita dificuldade, por que fica mais difícil achar as pessoas e tudo mais. Mas eu sempre trabalho no sábado. Às vezes só de casa, às vezes na redação.

Pesquisador - Domingo é o único dia que você não está na redação?

Caio - Domingo eu não vou. Sábado só às vezes. Depende.

Pesquisador - Como você busca as informações pra sua coluna?

Caio - Faço de tudo. Direto com as fontes, internet. As pessoas eventualmente me convidam pra um café, a gente conversa. Tem as pessoas que eu mantenho contato por telefone. Tem pessoas que eu falo diariamente de todas as esferas que você puder imaginar. E também na internet. Faço a leitura todos os dias do Diário Oficial, porque eu acho que sempre tem coisas ali por às vezes poderiam passar batido, mas eu vou acompanhando. Acompanho sessão de Assembleia. Quando eu tô na redação, principalmente, a rotina é bem frenética.

Pesquisador - E quem são suas fontes?

Caio - São autoridades em geral, são assessores, pessoas que estão em bastidor também. É bem amplo, na verdade.

Pesquisador - Alguma vez, algum personagem envolvido em algo que você publicou se sentiu ofendido ou pediu direito de resposta?

Caio - Sim. Isso é comum, na verdade. Eu sempre abro o direito de resposta, não tenho dificuldade quanto à isso não. Mas normalmente quando isso acontece, é mais por algum tipo de erro mesmo, algo relacionado com a rotina do trabalho. Na semana passada por exemplo, não tenho problema nenhum de falar dessas coisas, eu publiquei uma nota que sobre uma questão lá, existe uma polêmica grande relativa a auditores fiscais que tem mandato e eu publiquei uma nota citando que tinha sido aprovado, ia ser promulgado um auxílio moradia pra dois deputados específicos porque era auditores fiscais. Errei. Porque não era auxílio moradia. Era uma parcela indenizatória, que inclui uma série de despesas que inclui hospedagem, pode ser moradia também, mas não era auxílio moradia. Errei esse termo específico por um ato falho. Porque o auxílio moradia está na moda. Eu sabia que não era e escrevi na hora. Literalmente um ato falho. Então, existe vários tipos de situações. E me procuraram e claro que na hora eu disse amanhã vai sair uma nota eu dizendo que eu errei e tudo mais e dizendo que não é auxílio moradia. Até porque os deputados já tem auxílio moradia. A nota realmente foi errada e por ato falho. Mas tem outras situações também. Às vezes, eu já vi casos, aí não posso nominar nem nada, porque tem muito off, que a pessoa diz olha você tem razão aí, é isso mesmo, mas se você publicar eu vou negar. Só que eu publico. Eu não posso me

ater ao discurso oficial de nada. Às vezes, ao condensar a informação em uma notinha, a pessoa sente que ali ficou confuso de alguma maneira, mais coisa desse tipo. Mas eu tento ser bem criterioso na apuração.

Pesquisador - E no jornalismo informativo você também lidava com esse tipo de situação?

Caio - Como repórter eu fazia muita reportagem especial. Eu trabalho com dados, trabalhava, né? Na coluna eu até tento fazer alguma coisa ou outra, mas não tenho tempo nem espaço. Eu fiz uma série de cursos de dados e tudo mais e, às vezes, era comum querer contestar alguma informação, direito de resposta. Isso acontecia talvez até mais, não sei. Talvez pelo perfil das matérias que eu fazia, isso se for considerar o percentual, né? Eu não publicava matérias diárias, por exemplo. Alguma semanas sim, mas, na maioria das vezes eu publicava três matérias por semana. Então, eu não sei, na verdade.

Pesquisador - Que critério você utiliza para avaliar a credibilidade de uma fonte?

Caio - É complicado isso, né? Em muito tempo que eu sou repórter de política e a minha própria experiência como repórter me mostrou uma ideia de que fontes são confiáveis ou não. Muitas vezes até essa própria situação de você publicar alguma coisa e a pessoa questionar depois. Então meio que você vai testando as fontes. É complexo. A gente não tem uma fórmula pra isso não, mas, assim, eu tenho as fontes que eu sei que eu posso confiar mais e outras que eu sei que eu preciso fazer uma checagem maior das informações. Mas é difícil, uma coisa que é com o tempo mesmo.

Pesquisador - E você vê alguma diferença do seu trabalho como o colunista principal para o de quando você era o substituto?

Caio - Quando era substituto eu tentava ter uma certa coerência com o trabalho do colunista principal. Não era uma coisa também totalmente engessada não, mas ao mesmo tempo eu acho que tinha diferenças. Sempre teve alguma diferença. Mas de qualquer forma, mesmo hoje, a coluna tem uma lógica própria, tem um perfil próprio, que eu também sei que eu não posso mudar muito.

Pesquisador - Se fosse pra você tematizar sua coluna, você diria que sua coluna é uma coluna de...

Caio - Bastidores e política, acho.

Pesquisador - E se outros temas aparecem você os descarta?

Caio - Não descarto, mas tudo depende. A questão é que um critério importante que tem pra coluna é essa questão de exclusividade. Naturalmente, o perfil de informações exclusivas de outras áreas às vezes eu não alcanço tanto. Mas não tem problema nenhum de dar informações de outras áreas.

Pesquisador - Você chega a participar da reunião de pauta?

Caio - Não.

***Pesquisador* - E como você consegue se certificar que o conteúdo da sua coluna é realmente exclusivo e não vai estar presente na matéria do seu colega que está fazendo algo factual?**

Caio - Eu tenho acesso à pauta, eu vejo isso, e independente de qualquer coisa também, às vezes, mesmo aquele assunto que é objeto da matéria eu acho que é importante pontuar ali na coluna. Tem coisas que eu acho que não dá pra ignorar. E aí é ter um bom diálogo também com os colegas. A gente sempre conversa, vejo qual o enfoque que está dando, pergunto, sempre tempo ficar atento à isso.

***Pesquisador* - Como você vê a internet no seu trabalho?**

Caio - Ela não atrapalha não. Ela ajuda. Não sei. Eu não vejo que atrapalha tanto não. Tem coisas que, não sei, ainda existe muito, não sei até quando isso vai durar, eu não sei também nem quanto tempo eu vou ficar fazendo esse trabalho, mas ainda existe o interesse, em alguns aspectos, não é tudo, claro, em deixar algumas informações exclusivas pra sair na coluna. Eu acredito que ela ainda tenha uma prestígio, que ela ainda tenha um certo prestígio. E aí eu acho que não vejo tanto problema. A internet ajuda a checar informações. Não vejo problema na internet não. Eu só não sou uma pessoa muito ativa em redes. Eu não tenho muita paciência pra debate na internet. Essas coisas, eu me esquivo disso.

***Pesquisador* - Na construção do texto da coluna, tem alguma sequência de escrita apropriada que você se utiliza?**

Caio - Depende. Eu tenho uma preocupação maior com a nota principal da coluna, precisa ser um assunto que dê pra trabalhar mais. Tento também que seja um assunto mais quente, mas às vezes nem é também. Mas não sei, vou ponderando ali. Sempre tenho uma atenção especial pra decidir o que que vai abrir a coluna.

***Pesquisador* - Dentro da sua coluna, há uma hierarquização da importância de cada nota na própria diagramação do material?**

Caio - Eu acho que as notas, talvez, que estejam mais no alto da coluna sejam mais importantes. Tem duas maiores ali abaixo da principal. Mas aí que tá o problema, eu queria ter uma noção maior de como é a leitura das pessoas em relação à coluna. Eu até gostaria de ter uma noção melhor disso. Às vezes eu direciono aquelas duas notas maiores abaixo da principal pra assuntos às vezes que eu preciso trabalhar um pouco mais o texto também, às vezes eu coloco ali por uma questão de importância. Depende.

***Pesquisador* - Em algum momento, em seu trabalho como colunista, já se sentiu censurado de alguma forma?**

Caio - Não. Censurado não. Mas você sente pressão. É difícil. Eu acho que não dá pra dizer que eu sou isento de sentir pressão nem nada. Mas eu tento ignorar na medida do

possível. Mas você sente pressão pelo próprio conteúdo que você tá publicando. Às vezes, como eu te disse, eu tento o tempo inteiro sair do que tá no discurso oficial e isso muitas vezes desagrada algumas pessoas. E o meu trabalho é ignorar isso. Agora, de dentro da empresa, zero. Minha coluna não passa por nenhum tipo de...

Pesquisador - E a linha editorial do veículo influencia no seu trabalho?

Caio - Não. O que eu levo em conta e que eu acho que... Eu entendo bem essa questão assim de tá num jornal é justamente considerar as questões institucionais no seguinte aspecto: que a coluna tem um objeto principal que é o que está acontecendo com os agentes políticos, principalmente os que têm mandato, essa questão toda, como que eles estão se movimentando. Então nesse aspecto, acho que isso é evidente pra quem pega pra ler, o foco mais é pra como essas figuras estão agindo. E essas figuras tem institucionalmente um mandato, um poder regulamentado. Então esse é o foco principal. Então eu não sei se seria a linha editorial, mas, enfim, é isso.

Pesquisador - Hoje você conseguiria dizer qual seria a linha editorial de O Popular?

Caio - Aí é que tá. Isso é muito polêmico. É um jornal que, óbvio que eu não vou ser inocente aqui de achar que isso é atingível, ou que é viável, mas acho que tenta trabalhar dentro dessa questão da objetividade, acaba ficando ali, na minha opinião, tentando equilibrar isso. Então seria uma coisa mais de centro. Acho que, com certeza, dependendo de alguma pauta ou outra, acaba adotando uma linha editorial muitas vezes até mais progressista do que a média dos políticos locais, que eu acho que tem até um perfil bem conservador a política goiana. Mas, ao mesmo tempo, com certeza não assume uma pauta totalmente progressista, libertária. Isso não.

Pesquisador - Você já teve acesso a alguma pesquisa do jornal com relação a quantidade de leitores que leem sua coluna?

Caio - Não. É possível que o jornal tenha feito alguma pesquisa nesse sentido, mas não especificamente sobre a coluna. Mais recentemente, quando o jornal mudou de formato, a gente soube que foram feitas várias pesquisas a respeito.

Pesquisador - Muita gente diz que a coluna Giro seria o espaço do jornal mais lido pelos leitores. Tem algum dado que confirma isso?

Caio - É isso o que a gente escuta também. Mas não sei.

Pesquisador - Porque você acha que entre todos os jornalistas da redação você foi o escolhido pra assinar a coluna com a saída do seu antecessor?

Caio - Eu acho que a primeira coisa que vem a cabeça mesmo é o fato de eu já ser o substituto, já estar habituado com a rotina da coluna. Por ser substituto, já substituí durante algumas férias, já passei um mês escrevendo a coluna, já escrevi em outras temporadas de 15, 20 dias. Acho que o principal aspecto é esse.

Pesquisador - E quando você foi escolhido o substituto, porque você acha que te escolheram?

Caio - Acho que é um conjunto de fatores. Acho que tem uma questão de pessoal mesmo, básica. O jornal tava naquele momento algumas figuras que já eram mais experientes ou saíram do jornal ou mudaram de função, assumido cargos de editor, esse aspecto clássico. Por exemplo, só uma lembrança, quando eu fui ser substituto eu lembro que as outras pessoas que faziam a coluna... Quem fazia a coluna era o Reche, hoje ele saiu, hoje ele é assessor do governador. O Bruno Rocha Lima ou a Fabiana, foi assumir o cargo de editor. Tô me confundindo totalmente. Tiveram algumas mudanças e o Reche passou uma coluna específica na época, que saía na segunda, acho que era cena política, num formato diferente, era um artigo de opinião mesmo sobre algum assunto que a coluna definia como o mais importante da semana e também comentava na CBN. Com a saída dele, a Fabiana foi pra esse posto, o Bruno virou editor. Então tem uma questão prática mesmo ali de mudanças de peças dentro do jornal que me colocou. Mas eu vejo que tem uma questão de perfil também. Acho que eu tava já fazendo algum trabalho dentro do jornal. Acredito que tavam gostando do meu perfil, alguma coisa nesse sentido. E é isso.

Pesquisador - Você participa da produção do conteúdo digital de O Popular?

Caio - Faço pouco. Provavelmente, agora chegando o período de eleições eu deva fazer mais alguma coisa. Mais em ocasiões especiais assim.

Pesquisador - E no período eleitoral você acha que seu trabalho vai sofrer alguma mudança de rotina?

Caio - Imagino que a rotina vai ser mais intensa. A pressão já existe em um momento desse pré-eleitoral. A pressão já começa a ficar grande. Mas mais uma vez, pressão mais externa. E que ela é também, muitas vezes, velada. Você sente, às vezes uma fonte fica brava a ponto de não querer falar, mas tem que relevar e ir embora. Coisas da política, mas que, sinceramente, acho que não tem problema em contar isso não. Assim que eu entrei no jornal eu fui cobrir a Assembleia Legislativa. E aí se você ficar uma pesquisa lá em 2011, eu fiz várias matérias polêmicas em relação à Assembleia, mas muitas mesmo. E eu era setorista mesmo. Eu tava lá toda semana. E, geralmente, durante a semana, eu ia colhendo informações pra soltar uma especial durante o fim de semana. E naquele momento, acho que principalmente por eu ser uma figura nova dentro do jornal, eu era bem mais novo, ali em senti muita pressão, com pedido de resposta, coisas do tipo, algum tipo de ataque em redes sociais. Isso até hoje tem, mas naquele momento, é onde eu tô querendo chegar, eu era muito mais inexperiente, eu tava mais vulnerável porque eu não sabia lidar com isso tão bem quanto eu sei hoje. E hoje é o que eu tô te dizendo, na minha cabeça aqui, sinceramente, eu continuo fazendo o meu trabalho. Me afetou muito mais antes, hoje eu lido tranquilamente com isso.

Pesquisador - E quando você trabalhou na Assembleia foi com algum deputado específico?

Caio - Foi. Samuel Belchior. Acho que ele não tá na política mais. Nos bastidores ele com certeza tá, mas sem mandato.

APÊNDICE C – 2ª ENTREVISTA COM CAIO HENRIQUE SALGADO

Entrevista com Caio Henrique Salgado, realizada no dia 07/08/2018.

Pesquisador - Há rumores de venda do jornal. Você sabe algo sobre isso?

Caio Henrique Salgado - Até onde eu sei não há nada confirmado. Mas a gente sabe muito pouco, na verdade. Não tem muita informação sobre isso. As informações que chegam é que não está resolvido. Como, de fato, acho que não. As especulações começaram há tanto tempo e até hoje ninguém falou nada, não teve nenhum anúncio oficial.

Pesquisador - Você se sente totalmente livre para alterar a estrutura visual de sua coluna?

Caio - Se eu quiser mudar, posso com certeza discutir isso com os editores do jornal. Só que, na prática, quando houve a reformulação do jornal houve uma discussão de um novo padrão para a coluna e isso foi debatido com quem cuida da diagramação. Então tem toda uma estrutura por trás. Não é simples assim. Não dá pra chegar e falar que vou mudar algo hoje. Mas com certeza eu tenho autonomia para dar opinião e discutir qualquer coisa lá assim. Só que nesse caso não é uma decisão individual porque o jornal tem todo um padrão mesmo. Então isso foi pensado em conjunto e tudo mais, não é uma coisa que depende só de mim.

Pesquisador – Você consegue descrever seu método de trabalho?

Caio – Meu método de trabalho é assim: desde de manhã eu fico atento ao que está acontecendo. Eventualmente eu escuto algumas coisas em rádio pra ter uma noção do que está rolando. Fico acompanhando as notícias e, ao mesmo tempo em que isso acontece, sempre tem alguma pessoa ou outra que vai passando informação e eu já vou pensando em coisas que podem render no dia. Onde que eu vou apostar, onde não vou. E, depois, quando chego no jornal, tem o trabalho um pouco mais intenso de apuração mesmo. Eu vou ligando para as pessoas de acordo com o que está acontecendo, de acordo com o que eu sei que está colocado no momento ali. Acho que sempre a gente parte de um ponto factual, assim, né? Tentando falar com aquela pessoa que não está falando com ninguém. Coisa do tipo assim. E por aí vai. Eu vou trabalhando nessas questões e, ao mesmo tempo, de acordo com o que você recebe de informação, a gente começa a ir atrás. Então são situações. Tem aquelas que são as apostas que eu tenho e tem coisas que chegam até mim. Então eu vou destrinchar aquilo. E aí, depois, com base nisso, eu vou construindo, pensando, hierarquizando as informações e faço a coluna. Igual ontem, por exemplo. Foi um exemplo que eu pensei várias coisas, mas no final do dia teve aquela informação que você acompanhou que chegou até mim. Mudei toda a hierarquia com base na informação que chegou por último.

Pesquisador – Com base em tudo isso que você relatou agora, você consegue eleger qual seria sua principal ferramenta de trabalho, aquela que você não conseguiria trabalhar sem?

Caio – O telefone.

***Pesquisador* – O celular ou o fixo?**

Caio – Não, o celular basicamente, até porque aí tem o Whatsapp. Mas é claro que eu uso tudo né. Mas o principal seria o celular. Eu fico nele o tempo inteiro, na verdade, né?

***Pesquisador* – Você considera que tem opinião na sua coluna?**

Caio – Eu acho que o que eu faço é mais informativo do que opinativo. Eu não sei quantificar isso, mas eu acho que é bem mais pra esse lado. Mas é claro que eventualmente entre um pouco de opinião sim. Na verdade opinião de fonte tem o tempo inteiro. Eu publico opinião, mas o jornal inteiro faz isso, né? As reportagens fazem isso, o jornalismo faz isso. Então com certeza tem opinião das fontes. A minha pode aparecer às vezes, em algum título, uma brincadeira. Mas mais suave. Assim, eu não creio que tenha alguma opinião explícita, alguma coisa nesse sentido. Eu busco não fazer isso. Eu poderia, sei lá, em vários aspectos, em várias coisas, eventualmente. Sei lá, se eu fosse considerar as minhas opiniões políticas, minhas convicções, não sei, não publicaria nada, talvez. Porque, de fato, por convicção mesmo, não tenho alinhamento com nenhum grupo desses que estão aí, não tenho nada a ver com esse pessoal, não acredito em nada.

***Pesquisador* – Agora com relação à essa pesquisa, especificamente, você acredita que a presença do pesquisador na redação vai influenciar ou alterar a sua rotina de trabalho?**

Caio – Não, não acho. Minha rotina é basicamente aquela mesmo. Inclusive nas horas que eu levanto e saio andando pela redação, é um tique. Dependendo da conversa, eu tenho mania de sair andando.

***Pesquisador* – E você tem alguma expectativa com o resultado da pesquisa?**

Caio – Não, não tenho.

APÊNDICE D – 3ª ENTREVISTA COM CAIO HENRIQUE SALGADO

Entrevista com Caio Henrique Salgado, realizada no dia 08/11/2018.

***Pesquisador* – Você acha que a minha presença na redação te atrapalhou de alguma forma?**

Caio – Não, acho que atrapalhar não. Acho que não foi atrapalhar, mas lógico que é diferente. Não influenciou em nada no rendimento ou coisa assim, mas é estranho alguém ficar te observando. Você entende o que eu estou falando. Um coisa é atrapalhar no sentido de atrapalhar o trabalho, outra coisa é você ter a presença e enfim...

***Pesquisador* – Mas você acha que interferiu na sua rotina?**

Caio – Não. A rotina eu mantive a mesma.

***Pesquisador* – Você tem algum jornalista em quem você se inspira?**

Caio – Nossa! Difícil, hein!? Que me inspira? Não. Tem vários que admiro, assim, que eu gosto de ler.

***Pesquisador* – E quem seriam essas pessoas?**

Caio – Tem um que eu acho ele muito foda, que é o (José Roberto de) Toledo, que tá na Piauí, né? Deixa eu ver quem mais... É...

***Pesquisador* – Em Goiás tem algum?**

Caio – Em Goiás eu gosto muito da Fabiana (Pulcineli). É minha amiga, mas eu acho ela incrível também. A Cileide (Alves). Tem algumas pessoas que eu acho... São pessoas do meu convívio, inclusive, mas eu gosto muito do trabalho, assim, né? O Márcio (Leijoto) é um cara bom também, faz umas coisas incríveis.

***Pesquisador* – Muito se fala sobre o fim do jornal impresso. Alguns até já migraram totalmente para a internet. Que futuro você vê para o jornal impresso?**

Caio – Essa aí é difícil... Eu não arriscaria uma aposta não, mas eu vejo que o momento continua esse, assim, de questionamento do futuro mesmo, do que que vai ser, se vai ser possível mesmo os jornais impressos existirem mesmo depois de tudo isso que vem mudando. Eu acho que nenhum deles conseguiu ainda dar uma resposta sobre o que precisaria diante desse dilema, né? Se os jornais impressos vão se manter ou não. Não sei se eu consigo ver um exemplo, assim... O que se vê lá fora é alguns migrando pro digital e conseguindo resolver a situação, mas eu não sei. É esquisito. Você entra, sei lá, algumas coisas que eu vejo assim. E aí eu nem vou falar do O Popular, porque eu tô lá dentro e tal, mas eu vou citar exemplo de fora e que eu acho que o O Popular se encaixa bem nisso. Muitas vezes você pega a manchete da Folha de São Paulo no dia seguinte, eu recebo no celular todo dia, no e-mail, e aí já é uma notícia que você tava acompanhando no dia anterior, sabe? É um problema. Você entra no site de jornais gringos, sei lá, o The Guardian, e tem propaganda ostensiva lá te pedindo pra doar

dinheiro, um amarelão gigante assim: “ajude a gente a se manter”. Então, assim, a gente vê que... Eu dei dois exemplos diferentes, mas que eu acho que indicam um mesmo problema assim.

***Pesquisador* – Vamos supor que por um dia a internet não funcione. Um dia sem Whatsapp. Como você faria a coluna do dia seguinte sem essas ferramentas?**

Caio – O telefone, a ligação está mantida?

***Pesquisador* – Vamos supor que sim.**

Caio – É seria isso. O telefone o tempo todo.

***Pesquisador* – E sem o telefone o que você faria?**

Caio – Aí eu não sei. Não sei. Complica. Eu acho que sem o telefone seria impossível. Mesmo se você imaginar quem fazia jornalismo, quem fazia colunas lá nos anos 70, já tinha o telefone. Eu acho que é impossível sair, pegar o carro e ir nos lugares. Pode até ser que essa seria a saída. Mas seria muito mais complicado, não consigo imaginar não.

***Pesquisador* – Em algum momento, você já constatou que alguma fonte tentou passar pra você alguma fake news?**

Caio – Já.

***Pesquisador* – E como você lidou com essa situação?**

Caio – Bom, assim... Na campanha aconteceu algumas vezes, na verdade. Fui checar algumas histórias que eu imaginava que não era verdade, e eu vi que não era assim. Mas eu tento ir atrás de tudo, assim. A não ser que... Uma coisa que eu acho mais complicado de medir, e talvez tenha acontecido assim também, é quando a pessoa fala dela mesma. A pessoa tá te contando uma coisa dela, é a versão dela e você acaba confiando porque é ela falando e ela tá assumindo aquela versão. Às vezes é uma pessoa te contando uma coisa, te dando aquela informação sobre ela. Mas aí é um problema. Em alguns casos, com algumas fontes, eu comecei a checar coisas que ela me contava dela mesma.

***Pesquisador* – Você consegue diferenciar o que é bastidor da política do que é boataria ou fofoca?**

Caio – Eu acho que consigo. Mas não sei se é 100% das vezes. Pode ter uma situação em que a informação não tenha relevância. É muito complicado isso aí. Muito complicado. O que eu tenho colocar às vezes são informações curiosas, engraçadas, que aconteceram no bastidor. Por exemplo, hoje mesmo eu publiquei uma nota do (Ronaldo) Caiado com o (Jair) Bolsonaro. E ali é um bastidorzinho de escolha de um ministro que tava lá e chamou e não sei o que. Não é uma coisa tão relevante, mas eu achei que era um bastidor, uma situação de bastidor curiosa. Tem uma indiretinha ali e tudo mais. Então esse é um exemplo, mas não é só esse tipo de exemplo. Eu tento assim

pegar situações curiosas e engraçadas, que, às vezes, não é um bastidor que seria uma articulação para fazer alguma coisa ou outra, mas que pode dizer alguma coisa no todo, no contexto geral do que está acontecendo e tudo mais. Quando eu pego uma situação de bastidor é mais ou menos nesse sentido. É o que eu tento fazer. Aí se eu consigo ou não é outra história. Mas é que a gente erra na mão várias vezes, eu erro muito na mão várias vezes. Escreve demais, né? Todo dia é um monte de nota, então é natural.

Pesquisador – E com relação aos rumores de venda do jornal. Você sabe algo sobre isso?

Caio – Nenhuma informação. Sinceramente, eu não sei. Eu vejo o povo escrevendo em site alguma coisa ou outra. Às vezes me mandam alguma coisa ou outra.

Pesquisador – Você considera que tem opinião na sua coluna?

Caio – Tem muita opinião da fonte publicada. É a maioria, quase tudo. Eu acho que é o que tem mesmo. Eu acho que minha tem bem menos. Tem as escolhas que eu faço, mas eu acho que praticamente não tem assim opinião minha. Muitas vezes eu uso o título da nota pra dar uma angulação para a interpretação da informação, porque as notas são curtas e eu não consigo colocar alguma coisa ali. E às vezes tem informação no título. Às vezes tem ironias, né? Então, se considerar as ironias ou algumas coisas assim acho que a minha opinião entra de alguma maneira. Não sei se... Acho que é diferente de ser uma opinião assim...

Pesquisador – E a sua opinião você acha mais converge ou diverge da opinião do jornal?

Caio – Minha opinião diverge. Em vários casos, mas isso nunca interferiu no meu trabalho.

Pesquisador – Se dependesse só de você mudar a estrutura visual e os elementos internos da coluna. O que você tiraria ou colocaria a mais?

Caio – A foto às vezes me irrita um pouco. Eu acho que tem hora que ela não tem tanta relevância assim. E a lógica para isso funcionar não é boa. E ao mesmo tempo que eu acho interessante o jeito que ela tá, tem hora que eu gostaria de ter mais notas, assim, tirar a foto e colocar nota. Mas eu entendo o rolê. Eu acho que tá tudo certo, mas a coluna reduziu bastante de tamanho de um tempo pra cá. E às vezes... Nessas semanas mesmo tem acontecido muito: eu tenho uma quantidade muito maior de informação do que eu consigo colocar lá. Mas também facilita minha vida, né? Porque muitas coisas que eu tenho acesso na segunda e às vezes na sexta ainda é exclusivo e eu posso trabalhar com isso, eu posso aproveitar e eu acabo aproveitando essa situação. Mas tem hora que é chato, que você quer usar e não tem espaço.

Pesquisador – Você acha que é o mesmo jornalista antes e depois da pesquisa?

Caio – Eu não consigo te responder assim exatamente se eu mudei, o que que eu mudei, mas com certeza você me fez pensar mais na coluna assim. E eu acho que isso tem reflexo sim. Agora eu não sei te dizer assim: eu mudei isso, isso e isso. Mas eu acho que sim, eu acho que influenciou sim.

APÊNDICE E – DIÁRIO DE CAMPO (21/03/2018 - PRÉ-TESTE)

Diário de campo - 21/03/2018 (Pré-teste)

14h10 – Caio chega à pé à redação, dentro do prazo que havia sido combinado com o pesquisador (entre 14h e 1h15). Ele explica que do setor Marista, onde mora, até o setor Bueno, a duas quadras do jornal, de bicicleta, para então terminar o trajeto caminhando. Comenta sobre a repercussão e desdobramentos da nota principal do dia da coluna com a colega Fabiana Fulcineli. A mesa de Caio é a primeira ao entrar na redação, de costas para a entrada. Do seu lado direito, já está sentado seu colega Galtierly Rodrigues, da editoria de reportagens especiais. Do seu lado direito, está Fabiana Pulcineli, também da editoria de especiais. Sobre sua mesa, chama a atenção três robôs de papel, uma espécie de brinquedos que enfeitam a mesa e ícones da cultura nerd. No CPU, está grudada a lista de ramais da redação de O Popular.

14h13 – O desconforto de Caio com a presença do pesquisador é perceptível. Também é perceptível os olhares curiosos de toda a redação ao perceberem a presença de alguém estranho no ambiente de trabalho. No caso, a pessoa estranha é o pesquisador.

14h14 – Caio levanta de sua mesa para tomar água. Leva consigo um copo de plástico antigo do Festival Bananada, um festival de Rock alternativo que existe em Goiânia.

14h20 – Caio confere e-mails e mensagens de Whatsapp pelo celular. Ele comenta que, pela manhã, já leu os jornais e o Diário Oficial. Também comenta que já recebeu pela manhã diversos telefonemas e mensagens para repercutir a nota principal do dia, publicada na coluna Giro.

14h21 – Caio já parece mais confortável com a presença do pesquisador.

14h25 – Comenta com o colega Marcos Nunes, da editoria de política, sobre os desdobramentos da nota principal do dia da coluna. Avisa o colega que pretende colocar nota na coluna sobre esse assunto e colega avisa que é provável que também saia uma reportagem sobre o tema do jornal do dia seguinte.

14h29 – Cessam os olhares curiosos da redação para o pesquisador.

14h30 – Caio faz sua primeira ligação do dia: Caio tenta primeiro contato com o deputado federal Roberto Balestra. Enquanto conversa com Balestra, transcreve no computador as falas do deputado. O objetivo da ligação é checar informações direto com a fonte sobre a reunião da executiva nacional do partido – o PP - com líderes estaduais.

14h34 – Caio recebe sua primeira ligação do dia: assessoria de imprensa quer divulgar um festival gastronômico e avisa que mandará email com todas as informações. Enquanto conversa com ela, checa releases em seu email. Nesse momento, revela que às vezes, dependendo da forma como acontece, as abordagens de assessores o incomoda um pouco.

14h35 – Caio continua checando e-mails. Enquanto deleta alguns, acena negativamente com a cabeça. Comenta que recebe muitos e-mails sobre assuntos que não tem a ver com sua coluna.

14h40 – Pergunta para colega Fabiana Pulcineli: “o que que tem de bom hoje?”. Ela responde: “Eu que te pergunto”. Ele comenta com ela sobre o teor da conversa com o deputado Roberto Balestra e ressalta da divergência de versões sobre o mesmo assunto nesse caso. Ele já havia falado com Ciro, presidente nacional do PP, no dia anterior.

14h43 – Caio liga para Carmem Jungman, assessora de imprensa da Sefaz, mas não consegue contato com ela. Deixa telefone para contato.

14h45 – Fabiana ouve a ligação e comenta com Caio que já estão fazendo matéria sobre o tema. Caio comenta com Fabiana sobre o ministro Alexandre Baldy. Eles falam da dificuldade de conseguir declarações importantes dessa fonte específica.

14h49 – Caio liga para Tiãozinho Porto, líder do prefeito na Câmara Municipal de Goiânia. Enquanto conversa, transcreve as falas no computador. A ligação é para checar informações de bastidores direto com a fonte. Enquanto conversa com a fonte, mexe em um dos seus robôs de papel. No meio da conversa, reforça que a fonte pode confiar nele, pois a informação será tida como um “off”. A ligação é extensa, com duração de cerca de 10 minutos. Diversos temas foram abordados relacionados à gestão do prefeito e à Câmara de Goiânia.

15h00 – Caio checa seu Whatsapp no computador.

15h01 – Caio checa seu Facebook.

15h02 – Caio torna a checar mensagens no Whatsapp.

15h03 – Caio liga para deputado estadual Lucas Calil. A ligação fica ruim e pede para que a fonte retorne a ligação mais tarde. A fonte não retorna prontamente.

15h04 – Caio pega fones de ouvido em sua mochila para acompanhar a sessão da Assembleia via internet.

15h07 – Sua colega, a repórter Fabiana Pulcineli, tira dúvida com Caio sobre quantos secretários executivos são permitidos por lei e quantos estão devidamente nomeados. Caio utiliza a internet para checar a informação e responder para a colega.

15h11 – Caio torna a checar e-mails, redes sociais e Whatsapp.

15h13 – Caio liga para o chefe do gabinete de imprensa do governador, Carlos Eduardo Reche para checar informações.

15h16 – Ainda enquanto conversa com a fonte, Caio abre pela primeira vez o programa que diagrama a coluna.

15h17 – A conversa pelo telefone ainda continua e Caio navega no site de O Popular na internet.

15h18 – Caio começa a transcrever falas da fonte.

15h25 – Pela primeira vez, o pesquisador percebe que foi notado na redação pela editora de O Popular, Silvana Bittencourt.

15h30 – Reunião de pauta tem início em sala de vidro que fica localizada logo atrás da mesa de Caio. Ele não participa da reunião.

15h33 – Caio ainda conversa por telefone com Carlos Eduardo Reche enquanto checa o site Opina Cidadão com o intuito de monitorar os projetos da Assembleia.

15h34 – Caio encerra a ligação com Carlos Eduardo Reche, que teve duração de cerca de 21 minutos.

15h37 – Caio torna a checar e-mails e mensagens no Whatsapp.

15h41 – Recepção liga na redação avisando que representante da Coletar Entulhos (que ganhou destaque na foto da coluna do dia, mesmo sem ser nominalmente citada) está na portaria querendo falar com o colunista que assina a coluna Giro. Caio decide não atendê-lo, alegando que nenhum horário foi agendado anteriormente nem sequer recebeu uma ligação à respeito.

15h43 – Pausa para tomar água. Enquanto retorna para a mesa, telefone toca, mas não dá tempo de atender.

15h44 – Conversa com Fabiana Pulcineli sobre informação que recebeu via Whatsapp sobre medida do prefeito Iris Rezende.

15h45 – Recepção torna a ligar para Caio e coloca na linha o representante da Coletar Entulhos. Apesar de não ter citado nominalmente a empresa na nota, Caio diz que pode publicar correção e decide descer na recepção para conversar com o representante. No caminho para o saguão de entrada, Caio explica para o pesquisador que a foto da coluna é de responsabilidade dos repórteres fotográficos do jornal, que, geralmente, já trazem a foto e as informações sobre algum fato do cotidiano da cidade.

15h46 – Caio chega à recepção do jornal e atende o representante da Coletar Entulhos, que explica que o que foi publicado não condiz com o que aconteceu de fato e aponta na foto um elemento que corrobora para a veracidade de sua versão. Caio promete a correção da informação na coluna e o representante agradece muito. O representante explica que desde a manhã daquele dia ele e sua família são alvo de ofensas e xingamentos no bairro onde vivem e trabalho, tendo sido chamados de ladrões, bandidos e safados.

15h47 – Crianças, alunos da escola particular Roda Viva, chegam à redação para fazer uma visita. Caio permanece alheio a isso e navega na internet.

15h58 – Caio continua checando informações na internet.

15h59 – Chega para Caio via Whatsapp informação sobre a nomeação de novo secretário de infraestrutura da prefeitura de Goiânia.

16h00 – Caio liga por diversas vezes para ligar para diversas fontes para checar a informação que chegou via Whatsapp, mas ninguém atende.

16h04 – Caio torna a checar no computador e-mails, redes sociais e mensagens de Whatsapp.

16h05 – Caio comenta com o pesquisador que pode ter acabado de receber a informação (em off, de fonte confiável) principal da coluna do dia seguinte. Agora, passa a monitorar sites para confirmar a exclusividade da informação. Jornal Opção é o primeiro site procurado.

16h06 – Caio liga para vereador Lucas Kitão.

16h15 – Jackson Abrão chega à redação para gravar chamada para a TV com as principais notícias do jornal do dia seguinte. Giro não ganha destaque.

16h16 – Caio continua ouvindo – e assistindo – sessão da Assembleia pela internet.

16h17 – Caio questiona o colega repórter de política, Marcos Nunes, se tem algum outro repórter cobrindo a Assembleia naquele dia. Marcos afirma que ninguém está cobrindo e Caio avisa que estão derrubando vetos do governador naquele momento.

16h18 – Caio recebe a ligação de uma fonte frequente. Ele não sabe especificar quem é, nem que nem se ocupa algum cargo no governo. A informação do dia é que o jornalista Ulisses Aesse, colunista do jornal Diário da Manhã (jornal concorrente), está internado em hospital para tratar pedra nos rins.

16h23 – Telefone toca, mas, ao atender, cai a ligação.

16h25 – Caio torna a checar Whatsapp, redes sociais e e-mails.

16h26 – Caio continua ouvindo sessão da Assembleia.

16h28 – Caio começa a redigir algumas notas e a estruturar o que deve entrar na coluna.

16h30 – Caio liga para Lucas Calil, que pediu por Whatsapp para que Caio retornasse a ligação.

16h35 – Caio liga para representante do Codese, fonte que pode confirmar a indicação do novo secretário de Iris Rezende. Ligação cai.

16h36 – Fonte retorna a ligação e Caio checa as informações.

16h40 – Enquanto ainda conversa com a fonte, checa email e redes sociais.

16h44 – Caio recebe mais informações via Whatsapp.

16h47 – Caio pede contato para colega da editoria de cidades da assessoria de imprensa da Secretaria de Segurança Pública.

16h52 – Caio checa novamente Whatsapp, email e redes sociais.

16h54 – Caio tenta fazer uma ligação, mas ninguém atende.

16h55 – Caio tenta fazer a ligação novamente, dessa vez de seu celular pessoal, mas ninguém atende. Ele explica para o pesquisador que às vezes tem de ligar do celular pessoal porque algumas fontes só o atender quando ele liga do seu celular.

16h56 – Pausa para o lanche. Caio desce para a lanchonete da OJC acompanhado dos colegas Fabiana Pulcineli (Especiais), Paula Parreira (Esporte), Bruna Aidar (Política) e Márcio Leijoto (Especiais).

17h06 – Caio interrompe seu lanche para atender ligação. Ligação cai.

17h17 – Caio retorna à redação. Telefone já está tocando.

17h23 – Caio liga para Cileide Alves, ex-editora de O Popular, para checar informações.

17h25 – Caio liga para Ana Paula Rezende, filha do prefeito Iris Rezende.

17h28 – Caio checa novamente e-mails e Whatsapp.

17h29 – Caio comenta com Fabiana Pulcineli informação que recebeu via Whatsapp.

17h30 – Caio liga para fonte próxima ao senador Wilder Moraes para checar informações.

17h34 – Pausa para água.

17h35 – Caio come um bombom.

17h36 – Enquanto come, comenta que já teria material suficiente para fechar a coluna (“até sobrando”, segundo ele), mas que ainda precisa checar algumas informações.

17h37 – Caio recebe uma ligação no celular. Era Cileide Alves novamente com as informações que Caio precisava.

17h38 – Caio recebe outra ligação de Cileide, que tinha esquecido de passar alguns detalhes.

17h39 – Caio checa novamente e-mails, redes sociais e WhatsApp.

17h47 – Caio liga para secretário de planejamento urbano e habitação da prefeitura de Goiânia, Agenor Mariano, para checar informações.

17h56 – Caio recebe ligação. É a assessora de imprensa do gabinete do prefeito de Goiânia, Lênia Soares Santana.

18h02 – Caio recebe ligação do ex-colunista de Giro, Jarbas Rodrigues Jr. Atualmente, na equipe que assessoria do governador Marconi Perillo e do vice José Eliton.

18h07 – O ex-governador Maguito Vilela chega à redação para entrevista com o repórter da editoria de política, Marcos Nunes, que foi transmitida pelo Facebook.

18h14 – Pausa para banheiro.

18h15 – Caio conversa com assessor de Maguito Vilela antes do início da entrevista. Maguito pergunta até que horas Caio fica no jornal e ele avisa que pelo menos até às 19h30.

18h16 – Caio começa a redigir a coluna diretamente no programa de diagramação.

18h21 – Caio admite está “travado” para escrever com a presença do pesquisador e pede para que o pesquisador tome uma distância maior.

18h24 – Caio checa informações com colegas das editorias de Economia e Cidades sobre a pauta do dia.

18h25 – Caio conversa com a editora Silvana Bittencourt. Ela o comunica que, do conteúdo fechado para assinantes na internet, sua coluna foi o conteúdo mais acessado da página de O Popular na internet. Contando as matérias abertas para não assinantes, foi a terceira mais acessada. Caio também checa com ela as pautas que estão sendo feitas para decidir o que entra e o que não entra em sua coluna.

18h30 – Caio volta a redigir a coluna.

18h38 – Caio conversa com colegas na redação para checar informações.

18h40 – Caio atende o telefone. Era o presidente da Assembleia, José Vitti. Ele passa uma nova informação que Caio ainda tem que checar.

18h45 – Caio liga para o deputado estadual Wagner Siqueira, o Waguinho, o novo líder do MDB na Assembleia.

18h48 – Caio recebe ligação do ex-líder do MDB na Assembleia, José Nelto.

18h54 – Caio recebe ligação do assessor do presidente da Comurg.

18h56 – Maguito termina a entrevista e vem à mesa de Caio para conversar com ele.

18h57 – Celular de Caio toca enquanto ele conversa com Maguito. Ele não atende. Caio checa informações com Maguito.

19h12 – O repórter de política, Marcos Nunes, checa com Caio novamente a pauta para evitar de dar a mesma informação.

19h15 – Jorge Braga, cartunista de O Popular, passa por Caio e faz uma piada.

19h16 – Caio continua concentrado, escrevendo sua coluna.

19h24 – A redação dá uma salva de palmas e Caio permanece alheio à isso, concentrado, redigindo a coluna. Como as palmas iniciaram do outro lado da redação, os colegas ao lado de Caio não sabem o motivo das palmas.

19h25 – Celular de Caio toca. Era deputado José Nelto novamente, “retornando ligação”. Mas como eles já tinham se falado, não passou de um engano do deputado.

19h45 – Caio acessa Diário Oficial do município e checa informações em sites com o objetivo de conferir a exclusividade de algumas notas.

19h55 – Colega, repórter de política Bruna Aidar, reclama que Caio está distante, sentado no “ponto Jarbas”. Caio explica que antes sentava mais próximo à ela e revela, inclusive, que preferia sua mesa de trabalho anterior, localizada mais na zona central da redação. Segundo Caio, sua estação de trabalho atual o deixa muito “exposto”. Ele fica de costas para entrada da redação. Assim, quem entra na redação logo já pode ver o que ele está fazendo, que site está acessando.

20h00 – Caio enfrenta um dilema quando sua nota principal não cabe no espaço destinado à ela na diagramação. Ele precisa fazer cortes e opta por não explicar as siglas dos órgãos públicos citados.

20h02 – O repórter de Cidades, Vandrê Abreu, reconhece o pesquisador na saída da redação e o cumprimenta.

20h11 – Caio vai à mesa do repórter fotográfico para conferir a foto da coluna.

20h15 – Com o início do Jornal Nacional, o volume dos aparelhos de TV da redação (três ficam à vista) é aumentado e os três televisores estão ligados na Globo. Antes disso, um permanecia na Globo e os outros zapeavam por outros canais.

20h17 – Caio comunica o pesquisador que já fechou a coluna.

20h18 – Caio faz uma ligação pessoal.

20h19 – Caio revisa pela última vez sua coluna. Para escrever, ele utilizou a seguinte ordem: começou pela pergunta, depois passou a redigir as notas menores para então seguir para a nota principal. Por fim, escreveu o arremate para então dar uma legenda à foto.

20h20 – Fim de expediente. Caio deixa a redação.

APÊNDICE F – DIÁRIO DE CAMPO (06/08/2018 - SEGUNDA-FEIRA)**Diário de campo - 06/08/2018 (segunda-feira)**

Obs.: o dia anterior (05/08) foi o último prazo para a realização das convenções partidárias.

14h00 – Caio chega à redação.

14h05 – Caio chega e-mails, sites oficiais.

14h10 - Comenta com os colegas de redação sobre a movimentação política do dia anterior. Ele estava de folga mas acompanhou os bastidores, principalmente pelas redes sociais Twitter, Facebook e Whatsapp.

14h12 – A jornalista Fabiana Pulcineli, que senta ao lado de Caio na redação, comenta com os colegas sobre como foi o fechamento da edição do jornal do dia anterior.

14h13 – Caio recebe sua primeira ligação do dia.

14h18 – Caio pergunta para Fabiana sobre quais as pautas do dia.

14h19 – Caio liga de seu celular para o deputado Sandes Junior. Se afasta de sua mesa e anda pela redação enquanto fala com a fonte.

14h20 – Caio parece mais à vontade com a presença do pesquisador do que no pré-teste.

14h21 – Caio e Fabiana comentam sobre suas impressões e estranhezas que perceberam nos bastidores políticos, principalmente em relação ao PP.

14h26 – O jornalista Marcos Nunes Carreiro comenta com Caio e Fabiana sobre os bastidores políticos.

14h27 – Caio confere mensagem no celular.

14h28 – Caio pergunta para Fabiana sobre a expectativa com a estreia do programa sobre eleições na página do Facebook do jornal, prevista para as 15 horas. Juntamente com Marcos, eles batem o martelo sobre a duração que terá o programa: 20 minutos.

14h31 – Fabiana pede opinião para Caio sobre a pauta do programa.

14h33 – Marcos pede opinião para Caio sobre seu texto. Busca um sinônimo para a palavra suplente.

14h34 – Caio pergunta para Fabiana se ela acredita que a eleição ainda está em aberto ou se Ronaldo Caiado é o franco favorito. Especulam sobre quem vai para o segundo turno. Marcos participa da conversa.

14h37 – Caio liga para fonte. Um secretário de Estado. Está atrás de novidades. Enquanto conversa, checa caixa de e-mails e também faz anotações no computador as

informações coletadas. Ao pesquisador, se restringe a dizer que se trata de uma fonte palaciana.

14h42 – Caio confere o Diário Oficial.

14h46 – Telefone fixo toca. Caio ainda está no celular com a fonte palaciana.

14h53 – Término da ligação.

14h56 – Caio liga para outra fonte.

14h58 – Ainda falando no celular, segue para o local onde será a transmissão do novo programa sobre política da página no Facebook do jornal.

14h59 – Juntamente com Fabiana e Marcos, Caio já está pronto para a transmissão ao vivo.

15h10 – Início da transmissão. Os bastidores das convenções partidárias predominam no bate papo entre os jornalistas. Caio comenta que chapa de Caiado reúne apenas partidos pequenos. Ele ainda lembra da permanência do PSD na base governista e da saída do PP e PRB.

15h37 – Com o término da transmissão, Caio volta para sua mesa e checa Whatsapp.

15h38 – Caio faz outra ligação. Quem atende avisa que irá retornar mais tarde.

15h40 – Caio continua no Whatsapp.

15h41 – Caio liga para deputado Thiago Peixoto, que pede para retornar mais tarde.

15h42 – Caio pede para Fabiana a lista com os contatos de todos os secretários do governador José Eliton.

15h43 – Caio faz uma nova ligação.

15h46 – Fabiana comenta sobre a duração do programa na página do jornal no Facebook. Achou pouco tempo. Caio comenta que tem fama de falar pouco.

15h47 – Caio lê o Diário Oficial, confere sites oficiais, checa Whatsapp.

15h49 – Caio pede que Marcos lhe envie a relação de todos os partidos que compõem a chapa do governador José Eliton.

15h50 – Caio liga para Sandes Junior. Enquanto conversa pelo telefone, lê o Diário Oficial.

15h58 – Caio faz outra ligação.

16h00 – A editora Silvana Bittencourt vai até a mesa de Caio e Fabiana para elogiar a transmissão pelo Facebook. Ela comenta sobre a audiência que considerou alta (cerca de 60 pessoas acompanharam ao vivo a transmissão). “Vocês mandam bem”, disse ela.

16h10 – Caio ainda está em uma ligação. Anda inquieto pela redação enquanto fala ao celular.

16h20 – Caio e Fabiana comentam sobre bastidores. Após ouvirem diversas fontes, ambos acreditam que a saída do PP da base do governador foi vontade da própria base e não do partido.

16h27 – Caio atende ligação de Thiago Peixoto.

16h39 – Caio atende outra ligação.

16h41 – Caio interage com o cartunista Jorge Braga, que se prepara para gravar uma chama para a TV, com os principais destaques do jornal que chegará às bancas no dia seguinte.

16h50 – Caio confere Whatsapp.

16h51 – Caio liga para Tiãozinho Costa.

16h54 – Caio confere Diário Oficial e mensagens no Whatsapp.

16h59 – Caio come uma bolacha de água e sal enquanto checa o Twitter.

17h04 – Caio faz ligação do telefone fixo. É o vereador Lucas Kitão.

17h07 – Caio confere Whatsapp.

17h14 – Caio pergunta a Fabiana até que dia podem ser fechadas as chapas proporcionais.

17h25 – Caio confere decretos da Prefeitura.

17h44 – Caio escolhe via Whatsapp qual foto será destaque na coluna.

17h46 – Caio confere no computador a relação de filiados de partidos.

18h02 – Caio começa a escrever a coluna.

18h05 – Caio comenta com o pesquisador sobre dúvidas quanto à hierarquização das notas.

18h07 – Caio faz ligação.

18h16 – Caio pede opinião a Fabiana sobre a relevância de uma nota que está pensando em publicar.

18h23 – Caio pede ajuda a Marcos e Fabiana sobre o que publicar em “Pergunta para”. Marcos sugere que ele foque na Assembleia Legislativa e Caio acata a sugestão.

18h25 – Caio faz ligação para Chiquinho Oliveira, líder do governo na Assembleia.

18h43 – Caio questiona Fabiana sobre a Saneago.

18h46 – Uma das televisões da redação está ligada na Record, que exibe o programa Cidade Alerta. O volume está mais alto do que o habitual.

18h55 – Caio checa com Marcos qual o cargo de João Furtado na campanha de Zé Eliton.

19h04 – Caio checa mais uma vez Whatsapp.

19h05 – Caio comenta com Marcos e Fabiana sobre situação de Armando Virgílio.

19h07 – Caio revisa suas anotações e torna a escrever.

19h16 – Caio comenta com Fabiana sobre a dificuldade em falar com deputado e checa com ela o número de telefone.

19h18 – Caio sugere a Fabiana que ligue para o deputado Lucas Calil.

19h19 – Começa o Jornal Anhanguera – 2ª edição. O volume da TV é aumentado. Editora Silvana Bittencourt assiste próximo à TV.

19h20 – Caio muda pela terceira vez teor da nota principal.

19h22 – Caio atende ligação de Vanderlan Cardoso.

19h30 – Caio comenta com Marcos sobre situação do PP.

19h31 – Caio atende ligação.

19h35 – Fabiana passa recado para Caio. O ministro Alexandre Baldy que falar com ele.

19h40 – Caio liga para o ministro Baldy.

19h46 – Caio recebe ligação pessoal.

19h48 – Caio confere Whatsapp.

20h10 – Caio reclama da lentidão do computador.

20h14 – Colegas de redação comentam a “alegria” de não precisarem mais escrever “pré-candidato”. Caio concorda.

20h19 – Caio pede que Fabiana revise seu texto.

20h20 – Fim de expediente.

APÊNDICE G – DIÁRIO DE CAMPO (14/08/2018 - TERÇA-FEIRA)**Diário de campo - 14/08/2018 (terça-feira)**

14h00 – Redação está mais calma e silenciosa do que o habitual. O jornal do dia está sobre a mesa de Caio.

14h05 – Caio está ao telefone com fonte da campanha do candidato a governador Daniel Vilela. Enquanto conversa, faz anotações no computador. A ligação dura cerca de 10 minutos.

14h15 – Fabiana chega à redação. Caio pergunta: “qual é a boa”? Ela comenta sobre a diferença da campanha atual, mais curta que as anteriores. Fala da redação mais enxuta. Antes iam para o interior e acompanhavam as eleições mais de perto. Hoje fazem tudo praticamente por telefone.

14h21 – Telefone toca. Caio atende. É uma assessora de imprensa confirmando o recebimento de email.

14h23 – Caio conversa pelo Whatsapp.

14h24 – Caio lê plano de governo do governador José Eliton. Comenta que o plano é muito extenso (70 páginas) e diz que irá focar, por enquanto, nas questões que considera principais.

14h27 – Caio vai até a mesa de sua colega de redação Bruna Aidar.

14h30 – No computador de Caio, já tem o esboço de quatro notas (Dona Iris, Caiado, Chiquinho Oliveira e Talles Barreto).

14h31 – Caio conversa com o colega de redação Marcos Nunes Carreiro.

14h32 – Caio torna a conversar pelo Whatsapp.

14h33 – Caio confere o Diário Oficial.

14h34 – Caio comenta com Fabiana sobre o fato do plano de governo de José Eliton não ter incluído as OSs na Educação.

14h37 – Caio continua a leitura do Diário Oficial.

14h38 – Caio confere e-mails e site do jornal O Popular.

14h43 – Fabiana comenta exonerações do PP no governo (sete engenheiros da Agehab). Comenta com Caio sobre a fonte em comum dos dois que repassou a informação.

14h46 – Caio conversa pelo Whatsapp.

14h48 – Caio confere site da Assembleia e continua conversa pelo Whatsapp pelo computador.

14h49 – A colega de redação Bruna Aidar vem até a mesa de Caio para conversar. Comentam sobre seriados.

14h51 – Caio comenta com Fabiana que é o dia da feira na rua lateral da Organização Jaime Câmara.

14h52 – Caio liga para Jayme Rincón. Enquanto conversa, anda pela redação. Volta para mesa e começa a fazer algumas anotações no computador.

14h58 – Ligação cai. Caio retorna.

14h59 – Ligação cai novamente. Caio retorna e Jayme não atende.

15h02 – Caio retorna novamente para Jayme, que atende. Ligação cai.

15h03 – Caio liga de novo para Jayme. Ele atende, mas como a ligação continua ruim, ele desliga.

15h06 – Caio pergunta para colegas de redação sobre as pautas do dia.

15h11 – Caio confere e-mails.

15h12 – Caio retorna para Jayme Rincón, que não atende.

15h13 – Caio conversa pelo Whatsapp.

15h14 – Caio liga para deputado Thiago Peixoto.

15h29 – Termina a ligação com Thiago Peixoto e Caio comenta as declarações do deputado com Fabiana.

15h34 – Caio conversa pelo Whatsapp.

15h35 – “Isso é política antiga”, disse Caio após Fabiana comentar que nenhum candidato fez do registro de candidatura um evento.

15h46 – Caio comenta com o pesquisador sobre as declarações de Thiago Peixoto. Ele parece bastante impressionado.

15h53 – Fabiana recebe ligação. Sandes Junior comenta da desistência da candidatura de Thiago Peixoto. Ela sugere a Caio a já dar a notícia no site do jornal e dar um complemento na coluna do dia seguinte.

15h57 – Caio diz não saber o que fazer com a nota sobre Thiago Peixoto. Fabiana reafirma para ele dar logo a notícia no site porque a informação deve vazar logo. Caio ainda está reticente.

16h03 – Caio decide escrever logo o texto par ao site. Ele publica no site.

16h07 – Caio conversa pelo Whatsapp.

16h13 – Fabiana cobra de Caio a matéria sobre Thiago Peixoto para a versão on line do jornal. Ele diz que já está no site.

16h14 – Caio recebe ligação de Alexandre Magalhães.

16h19 – Caio vai até a mesa dos editores para conversar com eles sobre as informações que recebeu do deputado Thiago Peixoto.

16h27 – Caio abre o programa de edição da coluna e começa a escrever a primeira nota.

16h28 – Caio abre novamente programa de governo do governador José Eliton.

16h37 – Caio confere o site da Assembleia Legislativa.

16h38 – Caio faz ligação para Adib Elias. “E aí? Como estamos de novidades?”

16h48 – Adib Elias retorna para Caio.

16h 54 – Caio tirar dúvidas com Fabiana sobre uma decisão relacionada à diagramação da coluna.

17h01 – Caio conversa pelo Whatsapp.

17h03 – Fabiana pede para Caio enviar um email recebido da campanha para senador de Marconi Perillo que ela apagou acidentalmente.

17h14 – Caio conversa pelo Whatsapp.

17h16 – Caio atende ligação do governador José Eliton.

17h24 – Caio liga para o candidato a senador Vanderlan Cardoso.

17h29 – Caio conversa pelo Whatsapp.

17h30 – Pausa para lanche na feira próxima à redação.

18h16 – Retorno para a redação. Enquanto lanchava, atendeu duas ligações.

18h18 – Caio conversa pelo Whatsapp.

18h25 – Ao voltar a escrever a coluna, Caio pede ao pesquisador que se distancie por alguns minutos para que ele se sinta mais à vontade para escrever.

18h37 – Caio dá uma pausa na escrita para conversar pelo Whatsapp.

18h39 – Caio volta a escrever a coluna.

18h50 – Caio pausa a escrita pra checar email e Whatsapp.

18h53 – Caio pesquisa no histórico do jornal entrevista antiga de Thiago Peixoto. Tira dúvida com Fabiana à respeito de datas.

19h00 – Caio checa Whatsapp.

19h04 – Dois dos televisores da redação estão ligados na entrevista do candidato a presidente Jair Bolsonaro. O volume está bastante alto. Fabiana reclama do volume. Caio continua escrevendo sua coluna, alheio a tudo isso.

19h05 – Caio comenta com Fabiana sobre a agenda do candidato a governador Daniel Vilela.

19h21 – Caio checa Whatsapp.

19h22 – Começa o jornal Anhanguera – 2ª edição. O volume da TV é aumentado.

19h41 – Caio comenta com pesquisador sugestões de notas que recebe por email, mas que se recusa a publicar. São notas que poderiam soar como promoção pessoal de candidatos a deputado federal.

19h44 – Caio faz ligação. Ninguém atende. Quer confirmar uma nota. “Se ninguém atender, coloco na boca de quem me passou a informação”.

19h58 – Caio comenta que vai dar palestra no dia seguinte sobre Fake News para menores aprendizes.

20h02 – Caio comenta com o pesquisador sobre sua dificuldade em escrever o Arremate de sua coluna. Ele prefere colocar no Arremate notas mais factuais, sobre eventos e solenidades. Algumas notas mais gerais, ele prefere guardar para outro dia.

20h08 – Caio caminha até a mesa do fotógrafo para checar foto da coluna.

20h10 – Caio comenta que sua intuição estava certa e que ninguém mais tinha dado a nota sobre a desistência de Thiago Peixoto. Comenta que poderia ter deixado para dar na coluna em primeira mão, ao invés de antecipar no site. Ele disse que a fonte havia garantido exclusividade, mas cedeu às pressões dos colegas de redação.

20h12 – Caio finaliza a coluna.

20h14 – Fim de expediente.

APÊNDICE H – DIÁRIO DE CAMPO DO DIA (22/08/2018 - QUARTA-FEIRA)**Diário de campo – 22/08/2018 (quarta-feira)**

10h40 – Caio chega à redação mais cedo do que de costuma. É o dia que o jornal vai realizar a sabatina com o governador candidato à reeleição José Eliton, transmitida ao vivo pelo Facebook. Ao chegar, cumprimenta Jarbas Rodrigues Junior, seu antecessor na coluna Giro, que agora é assessor do governador. Ao terminar a sabatina, Caio consegue uma entrevista exclusiva com José Eliton. Eles caminham até uma sala reservada para a conversa.

11h15 – Termina a entrevista com o governador e Caio comenta com Fabiana que não há nada de bombástico nas declarações do governador. Falaram sobre agenda e estratégia de campanha.

11h19 – Caio faz ligação pessoal.

11h24 – Caio retorna ligação que recebeu enquanto entrevistava o governador.

11h30 – Caio conversa pelo Whatsapp. Recebe por lá uma foto do candidato a governador Ronaldo Caiado varrendo a calçada. Repassa para Fabiana Pulcineli.

11h44. Caio permanece conversando pelo Whatsapp.

11h53 – Caio checa e-mails.

11h57 – Caio critica, se dirigindo ao pesquisador, email recebido por assessoria de imprensa.

12h03 – Caio sai para o almoço.

14h00 – Caio retorna à redação.

14h05 – Caio conversa pelo Whatsapp.

14h06 – Caio confere anotações de entrevista com José Eliton e inicia a escrever esboço de notas em seu computador.

14h08 – Caio confere e-mails.

14h09 – Fabiana comenta com Caio sobre pesquisa IBOPE, que incluiu a pergunta: “Quem você acha que vai ganhar”?

14h13 – Caio continua escrita no computador, sempre conferindo suas anotações.

14h15 – Jornalista Marcos Nunes Carreiro repassa convite de professora Lívia Amaral, da Fasam, para que Caio ministre palestra aos alunos do 7º período em jornalismo.

14h23 – Caio lê o Diário Oficial.

14h24 – Caio liga para o candidato a senador Vanderlan Cardoso. Inicia a conversa com o que parece ser até um bordão: “E aí? Como estamos de novidades?”

14h34 – Termina a ligação com Vanderlan Cardoso.

14h35 – Caio conversa pelo Whatsapp.

14h37 – Caio confere notícias no site de O Popular.

14h39 – Caio liga para vereador do PROS. Enquanto fala com a fonte, anota informações no computador.

14h44 – Caio confere Facebook, e-mails e Whatsapp.

14h57 – Caio liga para o vereador Tiãozinho Porto.

15h05 – Caio conversa no Whatsapp.

15h10 – Caio confere site do Tribunal Superior Eleitoral (TSE).

15h12 – Caio pede assistência técnica para instalar programa no computador.

15h23 – caio liga para o assessor de imprensa do governador, Jarbas Rodrigues Junior.

15h30 – Enquanto ainda conversa com Jarbas, Fabiana escreve em um papel pergunta para ele fazer para o entrevistado.

15h32 – Caio confere e-mails e Whatsapp.

15h37 – Caio recebe ligação.

16h04 – Caio segue sua apuração no Whatsapp/ e-mails.

16h09 – Caio recebe ligação.

16h12 – Caio começa a escrever sua coluna, iniciando pelas notas superiores, à esquerda.

16h15 – Caio recebe ligação.

16h21 – Caio recebe ligação em seu celular. É o assessor de imprensa do candidato a governador Daniel Vilela.

16h29 – Caio reclama para o pesquisador de fonte ligada à campanha do governador que marcou encontro em cima da hora para repassar informações exclusivas. O encontro seria naquela mesma noite, mas ele já tinha um compromisso agendado anteriormente. Ele demonstra uma certo descontentamento com a situação.

16h35 – Caio liga para o presidente da Assembleia, José Vitti.

16h45 – Enquanto conversa com Vitti, Caio caminha pela redação.

16h48 – Caio checa Whatsapp.

16h49 – Jornalista da editoria de cidades pede ajuda para Caio para manusear uma planilha de excel com dados complexos.

17h09 – Caio continua a escrever sua coluna.

17h20 – Pausa para o lanche.

17h50 – Caio retorna à redação e continua a escrita da coluna.

18h05 – Caio checa e-mails e Whatsapp.

18h23 – Caio reclama da lentidão do computador. Seu colega Márcio Leijoto comenta que também teve problemas com sua máquina mais cedo.

18h26 – Caio checa Whatsapp.

18h29 – Caio faz ligação para fonte ligada à campanha de Ronaldo Caiado.

18h33 – Caio continua escrevendo a coluna.

18h51 – Caio confere e-mails e Whatsapp e torna a escrever a coluna. Nota principal é a penúltima a ser escrita. O Arremate fica para o final.

19h01 – Dois televisores da redação estão ligados na Record, na entrevista com o candidato a presidente Henrique Meirelles. O volume é aumentado. Repórteres de política e caio estão alheios a isso.

19h07 – Caio já escreve o Arremate.

19h09 – Caio comenta com o pesquisador sobre um email que recebeu. O conteúdo era uma “nota de pauta”, algo que não faz qualquer sentido.

19h16 – Caio escreve legenda da foto da coluna.

19h20 – Caio finaliza a coluna.

19h23 – Fim de expediente.

APÊNDICE I – DIÁRIO DE CAMPO DO DIA (30/08/2018 - QUINTA-FEIRA)**Diário de campo – 30/08/2018 (quinta-feira)**

Obs.: no dia seguinte terá início a propaganda eleitoral gratuita no rádio e na TV.

14h30 – Caio chega à redação um pouco mais tarde do que o costume.

14h50 – Caio checa e-mails.

14h58 – Telefone toca. Caio atende. Foi engano.

15h00 – Caio checa com Fabiana algumas informações sobre o Centro de Cultura e Convenções.

15h02 – Caio confere Whatsapp.

15h06 – Caio atende o celular. Enquanto conversa, transcreve algumas falas e lê o Diário Oficial.

15h14 – Caio segue no Whatsapp.

15h24 – Caio lê matérias no jornal O Popular. Reclama da lentidão do computador.

15h35 – Caio continua no Whatsapp.

15h37 – Caio pede contato da polícia para colegas da editoria de Cidades.

15h43 – Caio segue no Whatsapp.

15h52 – Caio liga para Jayme Rincón. “Alguma novidade de ontem para hoje”?, pergunta. Pediu o contato da Portobelo, empresa que administra o Centro de Cultura e Convenções de Goiânia.

15h55 – Caio liga para Celso, do Centro de Convenções. Apura a informação que recebeu. Transcreve as falas no computador. Depois passa a andar na redação enquanto fala. Volta para sua mesa e escreve mais. Explica para a fonte que trabalha com notas exclusivas e que só depois de publicar suas notas que as editorias devem fazer matérias.

16h03 – Caio pede para Fabiana contato de Renata Vieira, assessora do Centro de Convenções.

16h04 – Caio liga para Renata e reforça o pedido de exclusividade.

16h12 – Fabiana confirma com Caio nome completo de fonte.

16h15 – Caio comenta com jornalista da CBN sobre pedido de retratação. Ele mantém a nota após confirmar a existência do documento que comprova a informação dada.

16h19 – Caio confere Whatsapp.

- 16h23 – Caio recebe pedido da Portobelo para segurar a informação até depois das eleições. Ele pergunta a Fabiana o que fazer diante dessa situação.
- 16h33 – Caio segue no Whatsapp.
- 16h38 – Caio abre o programa de diagramação da coluna e comenta com o pesquisado sua expectativa de sair mais cedo do jornal.
- 16h44 – O jornalista Luiz Spada vai até a mesa de Caio pedir para que ele publique nota que ele lhe enviou por email.
- 16h54 – Caio continua no Whatsapp.
- 17h00 – Caio confere comparativo dos candidatos no site do TSE.
- 17h08 – Pausa para o lanche. Durante o lanche, Caio recebe uma ligação e conversa pelo Whatsapp.
- 17h38 – Caio retorna à redação.
- 17h42 – Caio checa Whatsapp.
- 17h45 – Caio já começa a escrever a coluna. Começa pelo “Pergunta para”.
- 17h49 – Caio levanta para conversar com colega da editoria de Cidades.
- 17h50 – Caio segue no Whatsapp.
- 17h59 – Caio pede para o jornalista Marcos Nunes Carreiro o telefone do vice-prefeito de Catalão.
- 18h02 – Caio faz pesquisa no Google.
- 18h10 – Caio checa e-mails.
- 18h12 – Caio mostra para o pesquisador mensagem recebida via Whatsapp sobre debandada de lideranças da campanha do governador José Eliton.
- 18h14 – Caio liga para vereador Lucas Kitão.
- 18h20 – Caio faz ligação para fonte do TRE, que havia lhe encaminhado uma nota mais cedo por email. Ele já havia ligado antes para Caio durante o lanche.
- 18h26 – A nota principal é a segunda nota que Caio escreve.
- 18h27 – Caio passa a escrever as notas superiores.
- 18h36 – Caio atende ligação de sua fonte no TRE.
- 18h46 – Caio confere Whatsapp.

18h49 – A editora de Política e Economia, Elaine Soares, pede para Caio encaixar no Arremate nota sobre a sabatina de O Popular.

18h54 – Colega de redação pede para Caio gravar um vídeo pro perfil no Instagram do jornal (stories) algo sobre as eleições. Ele explica dizendo que o foco de sua coluna naquele dia não será as eleições.

18h55 – Caio recebe nova ligação de sua fonte no TRE.

18h57 – Caio escreve notas inferiores.

19h10 – Caio já escreve o Arremate.

18h16 – Caio confere seu Whatsapp.

19h26 – Caio levanta e vai conversar com fotógrafo sobre fotolegenda.

19h35 – Caio finaliza a coluna.

19h39 – Fim de expediente.

APÊNDICE J – DIÁRIO DE CAMPO DO DIA (07/09/2018 - SEXTA-FEIRA)**Diário de campo – 07/09/2018 (sexta-feira)**

Obs.: É feriado, mas mesmo assim Caio vai trabalhar por conta da pesquisa eleitoral que chegará na redação naquele dia.

14h30 – Caio chega à redação e comenta que no feriado é mais difícil ter que ir trabalhar. Ele está vestido de bermuda. Redação está bem mais vazia que o habitual.

14h36 – Caio recebe na redação pacote lacrado da pesquisa Serpes de intenção de votos. Ele reforça com o pesquisador da necessidade de sigilo dos números até a publicação no jornal. Caio folheia as páginas da pesquisa à procura de dados que considera interessantes para a coluna.

14h39 – A TV está ligada na rede Globo. O Vídeo Show é interrompido para noticiar o estado de saúde do presidente Jair Bolsonaro. De toda a redação, é possível ouvir.

14h50 – Caio deixa a pesquisa de lado e segue para o computador. Checa e-mails. Depois procura dados de pesquisas das eleições de 2006. Pede ajuda a Fabiana Pulcineli, que acaba de chegar à redação.

14h54 – Caio comenta com Fabiana sobre o fato novo da pesquisa Serpes. Comenta ainda sobre ligação que recebeu de Maguito Vilela para comunicar a morte de uma tia de 98 anos.

14h57 – Caio já abre o programa de edição da coluna.

15h06 – Caio continua sua pesquisa de pesquisas eleitorais de eleições anteriores.

15h17 – Caio tenta ligar para algumas fontes. Ninguém atende.

15h19 – Caio liga para Chiquinho Oliveira. Enquanto conversa, transcreve dados no computador.

15h27 – Caio confere Whatsapp.

15h47 – Coluna já está praticamente toda estruturada. Falta apenas a nota principal, a fotolegenda e o Arremate.

15h56 – Caio comenta que vai fechar também a coluna de domingo. Ele reforça que caso surja um fato novo, ele pode fazer alterações na coluna de casa.

15h58 – Caio navega pelo site da Câmara Municipal de Goiânia.

16h01 – Caio escreve as duas notas inferiores da coluna de domingo.

16h02 – Editora Elaine Soares comenta com Caio sobre áudio de vereador vazado no Whatsapp. Caio confirma que vai dar nota sobre isso.

- 16h18 – Caio confere o Twitter.
- 16h20 – Caio faz ligação, mas ninguém atende.
- 16h23 – Caio faz ligação para checar a autenticidade do áudio recebido.
- 16h33 – Fabiana tira dúvidas com Caio sobre cálculo de inflação que irá fazer para uma matéria.
- 16h44 – Caio confessa que o Arremate é a parte da coluna que se sente menos estimulado a fazer.
- 16h57 – Caio já escreve o Arremate.
- 17h05 – Caio escreve a fotolegenda.
- 17h09 – Caio checa o Twitter.
- 17h12 – Caio escreve a “Pergunta para” da coluna de domingo. Ele escolhe um trecho da conversa que teve com Maguito Vilela.
- 17h18 – Caio checa Whatsapp.
- 17h29 – Fabiana comenta atitude de assessora de imprensa que não para de mandar mensagens. Caio comenta que a informação que ela quer “vender” já está no Facebook do assessorado.
- 17h31 – Caio confere novamente a pesquisa Serpes.
- 17h40 – Enquanto escreve notas, Caio confere números da pesquisa.
- 17h58 – Fabiana tira dúvidas com Caio sobre teto de gastos do Estado. Caio acessa seu histórico para passar a informação para a colega.
- 18h04 – Caio atende ligação. A fonte avisa que vai enviar um vídeo que pode render nota.
- 18h08 – Caio escreve as notas inferiores da coluna de domingo.
- 18h37 – Caio checa mais uma vez a pesquisa Serpes.
- 18h43 – Caio lê matéria do jornal Valor Econômico sobre o aeroporto de cargas de Anápolis.
- 19h00 – Caio finaliza o Arremate de domingo. Comenta com o pesquisador que em feriados ou finais de semana é mais difícil de fazê-lo pela falta de agenda em órgãos públicos.
- 19h12 – Caio pede opinião de Fabiana sobre uma fotolegenda que considera inusitada.
- 19h17 – Caio desliga o computador e se despede dos colegas.

19h20 – Fim de expediente.

APÊNDICE K – DIÁRIO DE CAMPO DO DIA (10/09/2018 - SEGUNDA-FEIRA)**Diário de campo – 10/09/18 (segunda-feira)**

14h25 – Caio entra na redação.

14h31 – Caio faz ligação pelo celular. Ninguém atende.

14h32 – Caio liga mais uma vez e, dessa vez, é atendido. Começa o assunto com seu bordão: “Como estamos de novidades”?

14h37 – Caio checa seus e-mails.

14h39 – Caio confere Whatsapp.

14h45 – Caio dá uma nova olhada em seus e-mails.

14h46 – Caio volta a conversar pelo Whatsapp.

14h48 – Caio faz ligação para fonte ligada à campanha de José Eliton. Quer saber sobre as estratégias para os próximos dias.

14h56 – Enquanto conversa pelo telefone, lê o Diário Oficial.

15h05 – Caio agora checa as conversas no Whatsapp.

15h16 – Caio cumprimenta o candidato a senador pelo Psol, Fabrício Rosa, que acompanha a candidata a vice-presidente, na chapa de Guilherme Boulos, Sônia Guajajara, que será entrevistada para a página do jornal no Facebook.

15h26 – Caio confere Whatsapp novamente.

15h33 – Caio cumprimenta na redação o candidato a senador pelo PT, Luis César Bueno, que chega para ser entrevistado para a página do jornal no Facebook.

15h41 – A jornalista Fabiana Pulcineli, que assina a coluna às segundas-feiras, brinca com Caio sobre a facilidade de fechar a coluna. “Sentei e escrevi a coluna em 15 minutos”, disse ela.

15h43 – Caio consulta Fabiana sobre convite que recebeu para analisar debate da rádio Sagres. Ela o recomenda consultar a editora Silvana Bittencourt antes de aceitar o convite.

16h04 – Caio checa Whatsapp.

16h15 – Caio e Fabiana comentam debate ocorrido pela manhã.

16h19 – Caio navega no site da Assembleia Legislativa.

16h20 – Caio segue para uma sala isolada para conversar com o candidato a senador Luis César Bueno, do PT. Em tom de brincadeira, Fabiana o recrimina dizendo que ele não estava no jornal pela manhã para entrevistar a candidata a senadora Lúcia Vânia.

16h30 – Caio abre pela primeira vez o programa de edição da coluna.

16h45 – Matheus Ribeiro, âncora do Jornal Anhanguera 2ª edição, chega à redação para perguntar aos jornalistas de política mais experientes dados de eleições anteriores. Ele está se preparando para a sabatina que a TV está fazendo com os governadoriáveis.

17h00 – Caio comenta com Fabiana que a editora Silvana Bittencourt o desencorajou a comentar o debate da rádio Sagres.

17h02 – Caio atende o telefone.

17h07 – Caio acessa o site do jornal concorrente, Diário da Manhã.

17h16 – Caio faz ligação.

17h20 – Pausa para o lanche.

17h47 – Retorno para a redação. Assim que senta, inicia conversa pelo Whatsapp.

17h51 – Caio faz ligação. Ninguém atende.

17h52 – Caio comenta com o pesquisador sobre o aumento do assédio de assessores e políticos durante a campanha.

17h54 – Caio abre programa de diagramação da coluna.

18h02 – Caio confere documentos da prefeitura que recebeu por email.

18h23 – Caio faz ligação para José Vitti, presidente da Assembleia.

18h33 – Caio liga para deputado Talles Barreto.

18h43 – Caio escreve o “Pergunta para”.

18h52 – Caio checa Whatsapp.

18h54 – Caio volta a escrever a coluna.

19h11 – Jornal Anhanguera 2ª edição começa e o volume da TV é aumentado.

19h32 – Caio já escreve o Arremate.

19h50 – Caio escreve a fotolegenda.

19h53 – Caio fecha a coluna.

20h00 – Fim de expediente.

APÊNDICE L – DIÁRIO DE CAMPO DO DIA (18/09/2018 - TERÇA-FEIRA)**Diário de campo – 18/09/18 (terça-feira)**

14h06 – Caio chega à redação.

14h10 – Caio conversa com colegas de redação sobre opção de voto

15h19 – Caio pergunta para a editora Elaine Soares se ela quer uma entrevista com a candidata a vice-presidente na chapa de Ciro Gomes, Kátia Abreu. Ele conversa com a assessoria da ministra via Whatsapp.

14h21 – Caio atende o telefone. É o assessor de imprensa de Kátia Abreu. Enquanto conversa, lê o Diário Oficial.

14h30 – Caio lê o jornal O Popular do dia. Ele comenta com a jornalista Fabiana Pulcineli sobre uma das reportagens publicadas.

14h45 – A editora Elaine Soares vem à mesa de Caio para informá-lo os horários disponíveis para uma transmissão com Kátia Abreu na página de O Popular no Facebook.

14h46 – Caio escreve no computador algumas informações que recebeu via Whatsapp.

14h48 – Caio, com fones de ouvido, ouve discurso de Dona Iris que recebeu via Whatsapp.

14h58 – Caio segue conversando pelo Whatsapp.

14h59 – O jornalista Jackson Abrão chega à redação e cumprimenta alguns jornalistas. Caio não é cumprimentado.

15h02 – Caio navega no site da Câmara Municipal de Goiânia.

15h10 – Caio abre o programa de diagramação da coluna pela primeira vez no dia.

15h12 – Caio segue no Whatsapp.

15h19 – Caio liga para o candidato a governador Daniel Vilela. Enquanto conversa, caminha pela redação.

15h32 – Fabiana comenta com Caio sobre o que está acontecendo na sessão da Assembleia.

15h33 – Caio confere e-mails.

15h36 – Caio confere sua conta no Twitter.

15h37 – Caio confere site do TSE.

15h38 – Caio checa e-mails.

- 15h39 – Caio escreve nota direto no programa de diagramação.
- 15h40 – Caio lê o jornal O Hoje.
- 15h44 – Caio recebe ligação.
- 15h56 – Caio segue no Whatsapp.
- 16h16 – Caio confere e-mails.
- 16h17 – Caio confere Instagram.
- 16h18 – Caio navega pelo site da Assembleia.
- 16h27 – Caio liga para fonte da campanha do governador José Eliton. Enquanto conversa, escreve alguns dados no computador.
- 16h40 – Caio e todos os jornalistas e editores de política do jornal entram em reunião a portas fechadas. A pauta é o debate que o jornal irá realizar. Fecham os últimos detalhes e realizam um ensaio geral.
- 17h04 – Caio volta para a redação. Em cima da mesa, um recado para retornar para a assessoria de imprensa da Goiásprev.
- 17h08 – Caio confere e-mails.
- 17h09 – Caio atende ligação de assessor da campanha de Daniel Vilela.
- 17h10 – Pausa para o lanche.
- 18h06 – Retorno para a redação.
- 18h07 – Caio retorna para a assessoria da Goiásprev. Enquanto conversa, checa e-mails.
- 18h12 – Caio faz ligação.
- 18h20 – Caio escreve notas superiores.
- 18h37 – Caio liga para o presidente da Assembleia, José Vitti.
- 18h45 – Caio atende ligação. É a vereadora Sabrina Garcês.
- 18h50 - Caio atende outra ligação. É o candidato a senador Vanderlan Cardoso. Enquanto conversa com a fonte, checa o Twitter e escreve alguns dados da conversa no computador.
- 19h02 – Caio checa Whatsapp.
- 19h09 – Caio faz ligação para o vereador Delegado Eduardo Prado.
- 19h23 – Caio escreve “Pergunta para”.

19h28 – Caio escreve as notas inferiores.

19h42 – Caio escreve a nota principal.

19h57 – Caio escreve o Arremate.

20h09 – Caio escreve a fotolegenda.

20h17 – Caio envia a coluna finalizada para seu email.

20h20 – Fim de expediente.

APÊNDICE M – DIÁRIO DE CAMPO DO DIA (26/09/2018 - QUARTA-FEIRA)**Diário de campo – 26/09/18 (quarta-feira)**

14h14 – Caio chega à redação.

14h23 – Caio está concentrado no Whatsapp. Na tela de seu computador, seu email e Facebook estão abertos.

14h30 – Jornalista Pablo Santos, editor da coluna Direito e Justiça, sugere a Caio uma foto para sua coluna de propaganda eleitoral irregular na Avenida 85.

14h34 – Caio continua no Whatsapp.

14h53 – Caio busca por arquivos em seu computador.

15h05 – Caio consulta site do TSE.

15h08 – Caio continua no Whatsapp.

15h29 – Celular de Caio toca. Ele não atende.

15h30 – Caio checa e-mails e Facebook.

15h31 – Caio trabalha em uma tabela de Excel com dados de deputados.

15h32 – Caio acessa site do TSE novamente.

15h38 – Caio liga para um advogado para tirar dúvidas à respeito da legislação eleitoral.

15h55 – Fabiana comenta com Caio sobre manobra na Assembleia para impedir votação de PEC.

16h04 – Caio faz ligação para apurar a história que Fabiana comentou.

16h12 – Caio confere Whatsapp.

16h17 – Caio atende ligação.

16h18 – Caio atende nova ligação de fonte ligada à campanha do governador José Eliton.

16h25 – Enquanto ainda fala ao telefone, confere e-mails e Facebook.

16h44 – Caio navega pelo site da Assembleia.

16h55 – Caio confere site do TSE. Enquanto confere, anota alguns dados no computador.

17h12 – Caio liga para o candidato a vice-governador na chapa de Ronaldo Caiado, Lincoln Tejota.

- 17h17 – Pausa pra o lanche.
- 17h37 – Retorno para a redação.
- 17h38 – Caio checa Whatsapp.
- 17h44 – Caio liga a TV para assistir o debate dos presidenciais do SBT.
- 17h47 – Caio confere Facebook.
- 17h49 – Caio começa a escrever a coluna diretamente no programa de diagramação.
- 17h56 – Caio liga para vereador Tiãozinho Porto.
- 18h00 – Caio conversa com o assessor do governo de Goiás, Carlos Eduardo Reche, via Whatsapp.
- 18h03 – O vereador Tiãozinho Porto retorna a ligação.
- 18h09 – Jornalista da editoria de Cidades pede ajuda a Caio para apurar dados em planilhas de Excel.
- 18h17 – Assessores das campanhas de Daniel Vilela e de Ronaldo Caiado chegam à redação.
- 18h29 – Caio vai conversar com os assessores, que estão com outros jornalistas em uma sala fechada de vidro.
- 18h41 – Caio retorna para sua mesa. Confere Facebook e Whatsapp.
- 18h50 – Caio começa a escrever a coluna pelas notas inferiores.
- 18h53 – Caio faz ligação para Adib Elias, fonte ligada à campanha de Ronaldo Caiado. Inicia conversa pedindo novidades. Enquanto conversa, escreve a resposta do “Pergunta para” no próprio programa de diagramação da coluna.
- 18h59 – Caio conversa pelo Whatsapp.
- 19h01 – Caio atende ligação de Sandes Junior.
- 19h19 – Caio escreve a nota principal da coluna.
- 19h59 – Acidentalmente, Caio derrama água em seu teclado.
- 20h13 – Caio termina de escrever o Arremate.
- 20h14 – Caio caminha até a mesa do fotógrafo para decidir a foto da coluna.
- 20h28 – Caio finaliza a coluna.
- 20h30 – Fim de expediente.

APÊNDICE N – DIÁRIO DE CAMPO DO DIA (26/09/2018 - QUINTA-FEIRA)**Diário de campo – 04/10/18**

Obs.: último dia de observação antes da realização do 1º turno.

14h30 – Caio chega à redação.

14h43 – Fabiana comenta com Caio sobre entrevista que fez com candidato a governador Ronaldo Caiado e seu vice, Lincoln Tejota.

14h45 – Caio checa Whatsapp e Facebook.

14h57 – Caio trabalha em uma planilha do Excel.

15h05 – Parte da redação para cantar parabéns para uma colega jornalista. Caio, alheio a tudo isso, continua trabalhando em sua planilha.

15h18 – Caio pergunta a colegas sobre as pautas do dia.

15h19 – Caio confere Whatsapp e Facebook.

15h26 – Caio faz ligação. Enquanto conversa, transcreve falas.

15h41 – Caio ainda está na ligação com fonte ligada à campanha de José Eliton. Enquanto conversa, confere Facebook.

15h48. Caio desliga o telefone e comenta o que apurou com Fabiana Pulcineli.

15h53 – Caio confere site do TSE.

16h06 – Caio abre o programa de diagramação da coluna.

16h09 – Caio conversa pelo Whatsapp.

16h10 – Enquanto se prepara para escrever a primeira nota da coluna, Caio cantarola a música “Borbulhas de Amor”, de Fagner: “Quem dera ser um peixe...”

16h11 – Caio liga para vereadora Sabrina Garcês. Enquanto conversa, transcreve falas em seu computador.

16h16 – Enquanto ainda fala ao celular, vai tomar água.

16h27 – Telefone toca. Caio atende. Enquanto conversa, checa caixa de e-mails.

16h32 – Caio abre novamente o programa de diagramação da coluna, mas logo em seguida segue para o Whatsapp.

16h35 – Caio faz ligação. Enquanto conversa, transcreve falas.

16h47 – Caio checa Whatsapp.

- 16h51- Caio navega pelo site da Assembleia.
- 17h06 – Caio confere e-mails e Whatsapp.
- 17h11 – Pausa para o lanche.
- 17h22 – O lanche é interrompido com um protesto pró-Bolsonaro na porta da Organização Jaime Câmara.
- 17h38 – Caio retorna para a redação.
- 17h47 – Caio já escreve o Arremate.
- 17h50 – Caio conversa com o jornalista Marcos Nunes Carreiro sobre a matéria que ele está fazendo
- 17h55 – Caio checa Whatsapp.
- 17h56 – Caio escreve “Pergunta para”.
- 18h00 – Caio confere Whatsapp e Facebook.
- 18h15 – caio escreve notas inferiores.
- 18h22 – Caio confere Facebook.
- 18h27 – Caio conversa pelo Whatsapp.
- 18h39 – Jornal Anhanguera 2ª edição inicia e o volume da TV é aumentado na redação.
- 18h48 – Caio checa e-mails.
- 18h56 – Caio conversa pelo Whatsapp.
- 19h13 – Caio escreve nota principal da coluna.
- 19h34 – Caio manifesta sua ansiedade em conferir o resultado da pesquisa Datafolha para presidente, que está prestes a ser divulgada.
- 19h35 – Caio escreve notas superiores.
- 19h53 – Caio escreve o Arremate.
- 19h59 – Caio confere e-mails.
- 20h08 – Caio confere e-mails.
- 20h25 – Caio finaliza a coluna.
- 20h28 – Fim de expediente.

ANEXO A – COLUNA GIRO (07/08/2018)

GOIÂNIA, terça-feira, 7 de agosto de 2018 O POPULAR / 7

GIRO



Caio Henrique Salgado

caio.salgado@opopular.com.br

Novo cargo

Chefe de gabinete da governadoria, o ex-conselheiro do TCE Frederico Jayme é o novo titular da Secretaria de Governo.

PP no governo

Ellton se reuniu com Cleomar Dutra (Agehab) e Hwaskar Fagundes (Secma), indicados pelo ministro Alexandre Baldy (Cidades) e por Heuler Cruvinel, vice de Daniel Vilela (MDB). Disse que a permanência no governo dependerá deles. Toparam ficar.

Bemquistos

O governador considera Cleomar e Hwaskar bons técnicos. Além do mais, o Palácio das Esmeraldas avalla que boa parte da militância pepista seguirá na base do governo.

Meio silêncio

Sem querer comentar, por enquanto, os rumos do PP, o deputado federal Roberto Balestra foi monossilábico ao ser procurado pela coluna: "Permanecerá na base do governo."

? Pergunta para



FRANCISCO OLIVEIRA
Deputado estadual pelo PSDB

A Assembleia Legislativa retoma seus trabalhos hoje. O clima eleitoral vai dominar os debates na Casa?

Acredito que nesta primeira semana deve haver debate sobre as posições tomadas por alguns deputados sobre alianças. Mas a Casa está muito madura para realizar qualquer tipo de debate eleitoral. O fato é que agora as candidaturas estão definidas e é hora de arregaçar as mangas e trabalhar sem conversa fiada.

Ministros pepistas preparam agenda com "100 prefeitos" em Goiânia

Um dia após o fechamento da aliança PP-MDB, o ministro Alexandre Baldy (Cidades) iniciou articulações para realizar uma "força-tarefa administrativa" do governo federal em Goiânia nos próximos dias. Conforme o apurado, a ideia é reunir até a semana que vem, ao lado do ministro da Saúde, Gilberto Occhi, também filiado ao PP, cerca de 100 prefeitos goianos para debater "problemas administrativos", ouvir demandas e apresentar "soluções" para as áreas de habitação, mobilidade, saneamento e saúde. Apesar do tom administrativo e da ausência de candidatos, seguindo a legislação eleitoral, o ato é encarado como uma contraposição à máquina do governo estadual, que aposta no programa Golás na Frente para manter o apoio de partidos que deixaram a base aliada, caso do PP, que fechou aliança com Daniel Vilela, candidato ao governo pelo MDB.

André Costa/



Força da natureza – Esse pé de bucha cresce junto ao fio de rede telefônica, na avenida C-6, no Jardim América.

Subiu

A agência de classificação de risco Fitch Ratings aumentou a nota da Saneago para BBB+, com tendência positiva e podendo chegar a A até o fim do ano. Em 2017, a nota da estatal era BBB-. Diretor de Relação com Investidores da empresa, Elie Chidrac atribui o resultado ao PDV, que teve adesão de 400 funcionários, e ao alongamento das dívidas.

Pediram benção

Daniel Vilela, Heuler Cruvinel e os candidatos ao Senado Agenor Mariano (MDB) e Vanderlan Cardoso (PP) e o deputado federal João Campos (PRB) estiveram ontem no Paço Municipal para reunião com o prefeito Iris Rezende (MDB). De acordo com o candidato emedebista ao governo, foi o primeiro ato do grupo após a definição da chapa.

Com Caiado e sem Iris de Araújo

Líder de Iris na Câmara de Goiânia, Tiãozinho Porto (Pros) apoiará Ronaldo Caiado (DEM) para o governo, assim como Maria Aparecida, candidata de seu partido a deputada federal.



Arremate

NACIONAL – Goiânia receberá, entre os dias 27 e 30 de agosto, a edição 2018 do congresso Zootecnia Brasil. O evento ocorrerá no Centro de Convenções da PUC-GO.

ELEIÇÃO – O Conselho Regional de Medicina elege hoje seus novos membros. Os conselheiros escolherão a nova diretoria, que tomará posse em outubro.

POSSE – O cardiologista José Silvério Peixoto Guimarães será empossado amanhã na presidência do Sindicato dos Hospitais e Estabelecimentos de Serviços de Saúde. Ficará no posto até 2021.

SEGUNDO SEMESTRE – A Prefeitura de Goiânia realizará mais um mutirão neste fim de semana. O evento, que atenderá a região noroeste, será no Jardim Curitiba.

ANEXO B – COLUNA GIRO (15/08/2018)

GOIÂNIA, quarta-feira, 15 de agosto de 2018 O POPULAR / 7

GIRO


Caio Henrique Salgado

caio.salgado@opopular.com.br

Reprise

Após as eleições de 2010, quando se elegeu deputado federal pela primeira vez, Thiago Peixoto iniciou rompimento com o MDB. À época também se sentia preterido. Por ora, não pretende deixar o PSD.

Não durou

Thiago havia falado em deixar de ser candidato a deputado no início da semana passada. Reflutu após pedido de José Elton.

Vezescinco

As frentes da campanha governista, entre elas as lideradas por Elton, Marconi e pela senadora Lúcia Vânia (PSB), visitarão juntas 110 cidades entre sexta e domingo. Chegarão a 203 em nove dias de campanha.

Todos juntos

A campanha do senador Ronaldo Calado (DEM) começará com seis frentes que sairão de cidades diferentes e se encontrarão na cidade de Golás. Calado partirá de São Miguel do Araguaia.

? Pergunta para



ANDREY AZEREDO
Coordenador do MDB em Goiânia

Qual será o nível de participação do prefeito Iris Rezende na campanha de Daniel Vilela?

Eu e o (deputado federal) Pedro Chaves (coordenador geral da campanha) tivemos uma boa conversa com o prefeito e ele reforçou que está de corpo e alma nesse projeto, que ele acredita ser o melhor. Ele é um homem de partido e vai participar da campanha sempre que a agenda dele como prefeito permitir.

Thiago Peixoto: “Me senti preterido dentro do PSD”

O deputado federal Thiago Peixoto (PSD), que decidiu não disputar reeleição, afirma que abriu mão da corrida após encontrar resistência interna à sua pré-candidatura a vice na chapa do governador José Elton (PSDB), que tenta reeleição. “Tinha construído essas bases para deputado federal, mas de olho na chapa majoritária. A partir do momento que isso não foi possível, com interferência do Vilmar (Rocha) e respaldo do Kassab, me senti preterido dentro do meu próprio partido e desmotivado a continuar nesse trabalho parlamentar”, afirma, em referência aos presidentes do PSD goiano e nacional, respectivamente. Homem a quem é atribuído o veto à presença de Thiago na vice, Vilmar é o nome pesadista na chapa governista. Ele ocupa a primeira suplência do ex-governador Marconi Perillo, candidato ao Senado, a partir de articulação com Kassab. Thiago diz ainda que entregará o posto de secretário-geral do PSD em Golás e que não tem pretensão de participar de governo. “É provável que vá passar uma temporada em alguma universidade americana.”



Fábio Lima

Irresponsabilidade tripla – Este homem transportava três garotos, todos sem capacete, em sua moto. O flagra é na Avenida São Paulo, no Parque Real, em Aparecida de Goiânia.

Qualquer hora

Diante de pendências na negociação da Prefeitura de Goiânia com servidores sobre a reforma do IPSM, a presidente da CCJ da Câmara de Goiânia, Sabrina Garcéz, pretende deixar a reunião da comissão aberta durante todo o dia de hoje. Caso o acordo seja fechado e Wellington Peixoto (MDB) finalize seu relatório, a matéria pode ser votada.

Nomes nas urnas

Nos registros enviados à Justiça Eleitoral, o deputado federal Daniel Vilela (MDB) virou só Daniel. José Elton ganhou a alcunha de Zé Elton e o nome de Ronaldo Calado aparece como “Dr. Ronaldo Calado”. Coordenador da campanha do democrata, Adib Elias diz que houve erro e que a referência à profissão do candidato, que é médico, seria retrada.

Região Noroeste

O primeiro ato da campanha do deputado federal Daniel Vilela será uma caminhada, no fim da tarde de amanhã, no Jardim Nova Esperança. O prefeito Iris Rezende (MDB) confirmou presença.



Arremate

REUNIÃO – A chapa governista terá almoço amanhã com os candidatos a deputado estadual e federal dos 11 partidos da coligação que apoia a candidatura do governador José Elton.

CONSTRUTORAS – Executivos de construtoras e incorporadoras discutem hoje planejamento e controle de obras na Amcham Goiânia. A partir das 8h30.

PASSOU – A Assembleia Legislativa aprovou ontem, em primeira votação, proposta da deputada estadual Adriana Accorsi (PT) que institui o dia Estadual de Combate ao Feminicídio.

LICENÇA – O vereador Vinícius Cirqueira (PROS) pediu licença por 125 dias para tentar se eleger deputado estadual. Divino Rodrigues (Pros) assumirá seu lugar.

ANEXO C – COLUNA GIRO (23/08/2008)

GOIÂNIA, quinta-feira, 23 de agosto de 2018 O POPULAR / 7

GIRO


Caio Henrique Salgado

caio.salgado@opopular.com.br

Termômetro

O "rush" governista por quase todas as cidades goianas também servirá para medir quem são os prefeitos e lideranças mais expressivas do interior que estarão, de fato, na campanha tucana.

Enquanto isso...

A chapa MDB-PP iniciará na sexta a sua agenda dividida em frentes. Candidato ao governo, Daniel Vilela (MDB) vai para o Vale do São Patrício, mas também terá evento em Senador Canedo com o senador Irlan Vanderlan Cardoso (PP). Vice do emedebista, Heuler Cruvinel (PP) rodará pelo Sudoeste com Maguito Vilela (MDB).

Em Goiás

O QG tucano prepara agenda com o presidente Geraldo Alckmin para a primeira semana de setembro.

Renúncia

Michel Magui (PSD) foi o primeiro candidato a deputado a retirar candidatura. Atuará na campanha de Marconi.

? Pergunta para



LINCOLN TEJOTA (PROS)
Candidato a vice-governador

O tempo de TV e rádio de Ronaldo Caiado será menor do que o de seus adversários. Como superar isso?

Todos os estudos que temos visto são claros ao mostrar que a televisão não é mais a principal influenciadora dos eleitores. O pessoal que se informa pelas redes sociais supera. A TV é importante, mas não define eleição. Vamos focar na internet, nas redes sociais e usar a militância. Nossa campanha cresce dia após dia.

Chapa governista reduzirá frentes de campanha e deve se unir em maiores cidades

Após percorrer mais de 200 municípios com suas cinco frentes de campanha, a chapa majoritária da base governista deve passar a atuar de forma mais condensada a partir da próxima semana. As ações do governador José Elton, da candidata a vice Raquel Telxela, do ex-governador Marconi Perillo, todos do PSDB, da senadora Lúcia Vânia (PSB) e da primeira-dama Fabrina Müller devem se concentrar em duas ou no máximo três agendas, com formato em discussão no QG governista. No caso dos maiores municípios goianos, a ideia é que os eventos contem com a presença de todos os candidatos majoritários. Segundo tucanos, pesquisas qualitativas apontam que as candidaturas governistas ganham corpo quando a chapa completa é apresentada. Seguindo a mesma linha, as carreatas, que ainda terão destaque neste fim de semana, devem dar espaço para reuniões políticas, que permitem maior diálogo com a militância.



Convivência – Torcedores que foram ver Goiás x São Bento, na terça, no Estádio Olímpico, reclamavam que esta rede atrapalha a visão do jogo. A proteção é utilizada para a prática de outro esporte, o lançamento de disco.

Desembarque

A executiva municipal do PROS se reúne hoje para tratar de seu futuro, com tendência de saída da base do prefeito Irlan Rezende. A sigla tem em seus quadros o líder do Paço na Câmara, Tiãozinho Porto, que não pretende ir para a oposição. Suplentes em exercício de mandato, Caio Sallim e Paulo da Farmácia dizem que vão seguir a decisão partidária.

Só no banner

Com o rosto estampado no palanque montado na noite de terça, no Tateral de Elite, Vilmar Rocha (PSD) não deu as caras no evento da chapa governista, organizado pelo presidente da Assembleia Legislativa, José Vitti (PSDB). Assim como o tucano, que acompanha Lúcia Vânia, o pessedista é primeiro suplente de Marconi Perillo.

O Sem Posse

A SES abrirá os envelopes do chamamento público para a Unidade de Saúde Especializada (USE) de Posse em 24 de setembro. O valor previsto do contrato, de quatro anos, é de R\$ 65,9 milhões.

* Arremate

TEMPO – O TRE tem reunião hoje com partidos, coligações e emissoras para formalizar a distribuição dos tempos de rádio e TV, além de sortear a ordem de veiculação dos programas.

PRA VALER? – Os partidos também deverão firmar, junto ao TRE, Protocolo de Intenções para manter a disputa livre da disseminação de fake news.

CERVEJA – A Assembleia Legislativa aprovou ontem, em primeira votação, projeto de lei que cria programa de incentivo à produção de cervejas e chapas artesanais no Estado.

SESSÃO ESPECIAL – A Câmara de Goiânia fará hoje homenagem aos professores de carreira jurídica. O evento está marcado para 19h30.

ANEXO D – COLUNA GIRO (31/08/2018)

GOIÂNIA, sexta-feira, 31 de agosto de 2018 O POPULAR / 7

GIRO



Caio Henrique Salgado

calo.salgado@opopular.com.br

Mulher

Candidata a vice, Raquel Teixeira (PSDB) terá bom espaço no programa de estrela do governador José Elton (PSDB). "As mulheres são um diferencial da nossa chapa. Seria equívoco não apostar nisso", diz membro do marketing tucano.

Família

O primeiro programa do deputado federal Daniel Vilela (MDB) não trará seu pai, o ex-governador Maguito Vilela, cuja imagem deve ser usada com moderação na campanha.

É que...

O fato de ser filho de político é um dos pontos fracos do emedebista, conforme pesquisas qualitativas. Não por acaso, Elton passou a citar o histórico familiar para desgastar o adversário.

Mistura

Um dos vereadores mais próximos do governo, Lucas Kifão (PSL) decidiu apoiar Vanderlan Cardoso (PP) na corrida pelo Senado. Ele segue com Elton e com o ex-governador Marconi Perillo (PSDB).



Pergunta para



RENATO MONTEIRO
Publicitário

Programas e pilulas de rádio e TV perderam espaço?

Não perderam. Segundo Mauro Paulino, do Datafolha, mais de 60% dão mais importância ao que sai nos programas de rádio e TV. Há um número muito elevado de desinteressados e indecisos que buscam informações sobre candidatos e propostas nos programas. As redes terão seu boom como ferramenta de mobilização e desconstrução de adversários e depois se acomodarão como mais um veículo.

Porto Belo decide devolver concessão do Centro de Convenções ao Estado

A diretoria da Porto Belo Engenharia, que administra o Centro de Convenções há 18 anos, decidiu ontem devolver a concessão do espaço ao Estado. A decisão foi tomada após a cobrança de IPTU pela Prefeitura, conforme a publicado com exclusividade pela coluna. A cúpula da empresa alega que o valor do imposto, fixado em R\$1,7 milhão, é três vezes maior do que o pago anualmente ao Executivo estadual pelo uso de toda a estrutura, inviabilizando a operação. Nos últimos dias, Celso de Paula, que é proprietário da construtora, teve conversas com o secretário estadual de Gestão e Planejamento, Joaquim Mesquita, e com o secretário municipal de Finanças, Alessandro Melo, para buscar solução. O governo chegou a propor repactuação dos valores do contrato, mas Celso diz que, mantida a posição da Sefin, não há alternativas. "É um tiro no pé. O setor arrecada de ISS muito mais do que a Prefeitura quer de IPTU. Nenhuma empresa conseguirá assumir o espaço nessas condições."

Diomício Gomes



Nada mudou – Abrigo de ponto de ônibus atingido por carro, já mostrado pela coluna, permanece esquecido. A estrutura danificada fica na Rua 88, no Setor Sul.

Barrados

O Tribunal Regional Eleitoral de Goiás negou, por unanimidade, dois pedidos de registro de candidatura sem filiação partidária. Raulino Naves Junqueira e Mauro Junqueira queriam ser candidatos avulsos a governador e deputado estadual, respectivamente. O relator dos processos foi o juiz Rodrigo de Silveira.

Energia

A Celg GT participa hoje de leilão promovido pela Câmara de Comercialização de Energia Elétrica. A meta da estatal é vender a energia que será produzida pelas usinas Erco Bittencourt e Salto Duran, além da central Ari Franco, todas localizadas no Sudoeste goiano e que demandaram investimentos de R\$ 715 milhões.

Adesões

O senador Ronaldo Calado (DEM) recebeu apoios do ex-deputado Tilozinho Costa, tradicionalmente ligado à base governista, e de Irondes José de Moraes, ex-conselheiro do TCM e emedebista.



Arremate

SABATINAS – Wesley Garcia (Pso) será entrevistado pela CBN Goiânia das 9h40 às 10 horas. Em seguida, será a vez do POPULAR, às 10h15, com duração de 30 minutos e transmissão via site e Facebook.

CANCELOU – Prevista para tarde de hoje, a sabatina com Alessandro Aquino foi cancelada. Ele aguarda posicionamento do PCO sobre sua candidatura ao Senado.

EDUCAÇÃO – A Câmara de Goiânia aprovou ontem projeto de lei que institui o ensino de educação financeira e o código de defesa do consumidor nas escolas da capital. Proposta de Eduardo Prado (PV).

ABERTO – Pela primeira vez na sua história, a TV Assembleia, que agora é aberta, vai retransmitir a propaganda eleitoral televisiva, que começa hoje.

ANEXO E – COLUNA GIRO (08/09/2018)

GOIÂNIA, sábado, 8 de setembro de 2018 O POPULAR / 7

GIRO



Caio Henrique Salgado

caio.salgado@opopular.com.br

Cifratucana

Suplente de deputado que assumiu mandato, Santana Gomes (PDT) recebeu R\$ 45 através de financiamento coletivo. Ele tenta voltar à Assembleia Legislativa.

Querem voltar

Entre quem tenta reeleição, o deputado estadual Lissauer Vieira (PSB) recebeu R\$ 7,6 mil através de vaquinha. Os deputados federais João Campos (PRB) e Fábio Sousa (PSDB) receberam R\$ 3,7 mil e R\$ 2,9 mil.

Diz que vai

O prefeito Iris Rezende (MDB) avisou que participará da carreta com o presidente Henriques Meireles e Daniel Vilela, em Aparecida de Goiânia.

Paralelo

Candidata a vice na chapa do governador José Eliton (PSDB), Raquel Teixeira também fará carreta em Aparecida na manhã de hoje. Ao lado da primeira-dama Fabrina Müller e da ex-primeira-dama Valéria Perillo.

?
Pergunta para



FRANCISCO OLIVEIRA
Deputado estadual pelo PSDB

José Eliton terá condições de chegar ao segundo turno?

É um momento de transição porque os materiais começaram a chegar nesta semana ao interior. A campanha começou de fato nesta semana e agora que a máquina da base governista vai começar a operar de fato para alavancar a candidatura. Nós temos 30 dias para sairmos da casa dos 10% nas pesquisas para chegar a 15%, 20% e a ir adiante.

Financiamento coletivo arrecadou apenas R\$ 122,2 mil em Goiás até agora

As campanhas de financiamento coletivo, que permitem aos candidatos o recebimento de dinheiro doado por eleitores, arrecadaram apenas R\$ 122,2 mil em Goiás até agora. De acordo com dados do Tribunal Superior Eleitoral (TSE), o dinheiro representa apenas 2% dos 4,5 milhões distribuídos pelas campanhas em todo o País e foi repassado a 21 candidatos. À exceção de Fabrício Rosa (PSOL) e Ronaldo Calado (DEM), que disputam vaga no Senado e no governo estadual e receberam R\$ 1,9 mil e R\$ 7 mil, respectivamente, todo o dinheiro foi parar em campanhas de deputado estadual e federal. O maior beneficiado até agora é o deputado estadual Virmondes Cruvinel (PPS), que tenta reeleição e recebeu R\$ 40,5 mil a partir de sua "vaquinha" digital. Postulantes de cadeiras na Câmara dos Deputados, Alano Ribeiro (Novo) e José Frederico (Rede) foram destinatários de R\$ 23,6 mil e R\$ 17,7 mil, respectivamente.



Que coisa – Água de esgoto estava acumulada em buracos em frente a plataforma de ônibus do Eixo Anhangüera, no Centro.

No WhatsApp

O presidente do IPSM, Silvio Fernandes, mandou mensagem agradecendo a líderes empresariais pelo empenho na aprovação da reforma do Instituto. "Sem vocês essa reforma não tinha saído", diz ele no áudio vazado. Procurado na coluna, o auxiliar explicou que houve ajuda na interlocução com vereadores de oposição.

Sem ataques

O jurídico da campanha de Ronaldo Calado (DEM) conseguiu, através de decisão do juiz Juliano Taveira Bernardes, barrar pílula de Daniel que mostra a relação política que o democrata tinha com José Eliton. E também outra da campanha tuca que exibe carros com adesivos dos adversários ignorando pedidos de carona de uma família.

Sanduíche

Iris e a primeira-dama Iris de Araújo (MDB) ficaram entre Calado e Eliton no palco do Radicais Livres. Daniel Vilela estava na outra ponta, perto de João Campos (PRB) e Vanderlan Cardoso (PP).

Arremate

CANDIDATOS – A Aciieg iniciará na quinta-feira sua série de conversas com os três candidatos mais bem colocados nas pesquisas. O primeiro será José Eliton. Nos dias 20 e 27 de setembro serão as vezes de Daniel e Calado, respectivamente.

PERÍODO ELEITORAL – O portal oficial do governo de Goiás está fora do ar.

ABERTA – A Prefeitura de Goiânia realizará audiência pública na próxima quinta-feira para debater a Lei Orçamentária Anual de 2019. Será às 9 horas no Salão Nobre do Paço Municipal.

MOBILIDADE – A Câmara de Goiânia receberá, na terça, a quinta edição Fórum Goiano de Mobilidade e Trânsito, que é organizado pela UEG.

ANEXO F – COLUNA GIRO (11/09/2018)

GOIÂNIA, terça-feira, 11 de setembro de 2018 O POPULAR / 7

GIRO



Caio Henrique Salgado

caio.salgado@opopular.com.br

Time dos tucanos

O programa do governador José Ellton (PSDB) mostrou ontem, pela primeira vez, o ex-governador Marconi Perillo (PSDB). E também a senadora Lúcia Vânia (PSB). A ideia é seguir explorando a chapa completa. Principalmente com imagem de campanha nas ruas.

Estratégia

Marconi aparece no programa de Ellton dizendo que não é mais governador e pede voto para seu sucessor. É que, segundo o QG tucano, boa parte do eleitorado ainda não se deu conta da troca de faixa que ocorreu no início de abril.

Quanto vale?

Coordenador da campanha de Ellton em Goiânia e articulador junto a prefeitos, Jayme Rincón declarou doação de R\$10 mil ao tucano. Em valor estimável relativo aos serviços que presta.

R\$3 milhões

O governador recebeu mais uma doação de R\$1,5 milhão do PSDB nacional.

? Pergunta para



TALLES BARRETO (PSDB)
Deputado estadual

Candidatos reclamam da dificuldade de colocar a campanha nas ruas. Está difícil mesmo?

Como o fim da doação das empresas ficou péssimo para nós deputados estaduais. O fundo partidário, por exemplo, só vai para federal e a campanha está toda nas nossas costas. Estamos sem recursos, mas pelo menos é um problema que todo mundo está enfrentando e quem tem serviço prestado ganha uma vantagem.

Campanha de Caiado intensifica ações para conquistar voto feminino

A campanha do senador Ronaldo Caiado (DEM) deve intensificar, nos próximos dias, ações para melhorar sua aceitação junto às mulheres. A primeira delas será um evento denominado *Unidas Para Mudar Goiás*, puxado por Graçinha Calado, mulher do candidato. Ela terá auxílio da vereadora Priscilla Tejota (PSD), que é mulher do deputado estadual Lincoln Tejota (Pros), vice na chapa do senador. A ideia é reunir no sábado mulheres representantes da sociedade civil e as candidatas da coligação, com apresentação de propostas específicas para as eleitoras. A reunião também servirá, é claro, para a produção de material para os programas de rádio e TV, além das redes sociais. Conforme a última rodada da pesquisa Serpes/O POPULAR, Caiado tem 49,2% de intenção de voto entre os homens e 32,1% entre as mulheres. Além disso, o democrata é o mais rejeitado pelo eleitorado feminino (19,9%), onde a soma entre aquelas que votam nulo e estão indecisas é de 41%.



André Costa

Pode isso? – Essa montanha de lixo estava acumulada na calçada da Avenida Anhanguera, no Centro, em frente a loja de tradicional rede varejista, criando triste cenário e atrapalhando a passagem de pedestres

Quer espaço

A cúpula do PROS pretende visitar hoje o prefeito Iris Rezende (MDB). Quer anunciar a filiação do vereador Romário Polcarpo, que também é presidente do Sind Goiânia, e mostrar que a bancada do partido na Câmara de Goiânia cresceu. Com a presença do suplente Calro Sallm, que exerce mandato, são quatro cadeiras.

Reforço evangélico

O pastor Abigail Almeida (PSC), um dos principais nomes da Assembleia de Deus em Goiás, ocupará a vaga de primeiro suplente do senador Wilder Moraes (DEM), que tenta reeleição. Substituirá Domingos Sávio (DEM), que passará a ser segundo suplente no lugar de Eduardo Macedo (PMN), o qual deixou o Paço fora do prazo legal.

Ligação com o Paço

O pastor Abigail Almeida é pai do ex-deputado Samuel Almeida, que até abril atuava como secretário de Governo na gestão de Iris Rezende.



Arremate

RESPOSTA – A Saneago informa que encaminhou equipe ao Exo Anhanguera no sábado para resolver o vazamento mostrado na fotolegenda da coluna. De acordo com a empresa, o problema, já resolvido, era de água e não esgoto.

INDÚSTRIA – Fieg e Sebrae promovem amanhã o fórum *Indústria 4.0*, que tratará da integração ao mundo digital.

GESTÃO – O Sindgestor realiza amanhã, no Senac Cora Coralina, edição de seu *Ciclo de Palestras em Gestão Pública*. Com participação de Fernando de Souza Coelho, economista pela USP e doutor em Administração Pública pela FGV.

LIDERANÇA – Amcham realiza na quinta a 13ª edição do CEO Fórum, com a presença de executivos de grandes empresas nacionais.

ANEXO G – COLUNA GIRO (19/09/2018)

GOIÂNIA, quarta-feira, 19 de setembro de 2018 O POPULAR / 7

GIRO


Caio Henrique Salgado

caio.salgado@opopular.com.br

Resultado

Os QGs do deputado federal Daniel Vilela (MDB) e de Ronaldo Calado (DEM) avallam que Iris de Araújo (MDB), candidata a deputada federal, perdeu mais do que ganhou com a ida ao evento com membros da Assembleia de Deus e o senador.

Tantofaz

Durante seu discurso no evento, Iris de Araújo citou os nomes de Daniel e Calado. "Para que possamos cantar juntos e dizer que a mudança tem que acontecer".

Salada

A vereadora Sabrina Garcéz (PTB) organizou ontem, no comitê da deputada estadual Ellane Pinheiro (PSDB), evento a favor das candidaturas de Marconi Perillo (PSDB) e Vanderlan Cardoso (PP).

Evitar conflitos

Ellane Pinheiro, que apola Lúcia Vânia (PSB), Marconi e Vanderlan não compareceram. Queriam evitar problemas com as respectivas chapas.

? Pergunta para



EDUARDO PRADO
Vereador pelo PV

É possível aprovar o novo Código Tributário até o fim do mês?

Quando a base quer eles fazem de tudo, fazem manobra e dão um jeito. Mas acho que é um projeto que deve ser muito discutido, principalmente para que fique benéfico tanto para a Prefeitura quanto para a sociedade. Fui procurado pelas entidades esportivas e escolas particulares, que acham que estão sendo prejudicadas. Quero ouvi-las sobre isso.

Candidatos a deputado têm mais gastos com impressos e cabos eleitorais

A primeira parcela da prestação de contas das campanhas em Goiás mostra que os candidatos a deputado estadual e federal priorizaram gastos com publicidade por materiais impressos e com pessoal. De acordo com dados disponibilizados pelo TSE, os candidatos a federal gastaram R\$ 2,1 milhões com santinhos, adesivos e afins, R\$ 798 mil com pagamento de funcionários e R\$ 684 mil com "serviços prestados por terceiros". No caso da corrida por cadeiras da Assembleia Legislativa, foram R\$ 1 milhão com impressos, R\$ 735 mil com pessoal e R\$ 684 mil com prestação de serviços. Na disputa pelo governo a lógica é outra e a maior despesa (R\$ 4 milhões) foi com programas de TV e rádio, seguida por despesas com publicidade por carros de som (R\$ 612 mil) e transporte ou deslocamento (R\$ 539 mil). No caso dos senadores, foram R\$ 763 mil com TV e rádio, R\$ 647 mil com pessoal e R\$ 599 mil com impressos.



Lúcia Gobbi

Luz de alerta - Poste de iluminação danificado na Rua 13, no Bairro dos Aeroviários, significa mais escuridão e menos segurança para os moradores da região. Lâmpada pendurada no alto pede por manutenção.

Amanhã

Presidente da Comissão do Sistema Prisional do Conselho Nacional do Ministério Público, Dermeval Farias Gomes Filho virá a Goiás para inspecionar o Semiaberto, no Complexo Prisional de Aparecida de Goiânia. O membro do CNMP será acompanhado por Luciano Melreles, que é coordenador do CAO Criminal do Ministério Público Estadual (MP-GO).

Agendas pedetistas

A vinda do presidente eleito Ciro Gomes a Goiás foi adiada para a última semana de campanha. O PDT goiano prepara uma caminhada entre a Praça Cívica e a Praça Universitária, de olho no eleitorado universitário. Candidata a vice na chapa pedetista, Kátia Abreu terá agendas em Goiânia, sua cidade natal, e Trindade, na segunda-feira.

Outro momento

O deputado federal Giuseppe Vecchi diz que a doação à campanha de Lair Mendonça (Avante) foi feita quando o candidato "estava habilitado" e que o dinheiro veio do PSDB via fundo eleitoral.



Arremate

TUDO CERTO - O governo federal renovou ontem o Certificado de Regularidade Previdenciária (CRP) do Estado de Goiás, com validade de seis meses. O documento é necessário para repasses da União.

PSDB E MDB - O senador Ronaldo Calado recebeu apoios dos prefeitos de Trombas, Agostinho Rodrigues (PSDB), e Buriti de Goiás, Edmar Borges (MDB).

ELEIÇÕES - O Sindicato e a Associação dos Funcionários do Fisco (Sindifisco e Affego) recebem hoje o governador José Eiton (PSDB) para conversa com os auditores fiscais. Calado e Daniel também foram convidados.

EAD - A Secretaria Estadual de Trabalho lança hoje, em Trindade, 17 novos cursos de qualificação profissional.

ANEXO H – COLUNA GIRO (27/09/2018)

GOIÂNIA, quinta-feira, 27 de setembro de 2018 O POPULAR / 11

GIRO



Caio Henrique Salgado

caio.salgado@opopular.com.br

Coincidência?

A maior parte dos deputados estaduais que apolam Calado não estava na sessão quando houve a tentativa de votar o Orçamento Impositivo.

Eogoverno?

Líder do governo de José Eliton (PSDB), Francisco de Oliveira (PSDB) não estava presente. Assim como o presidente José Vitul (PSDB).

Entrou de vez

Roberto Balestra acompanhou Marconi Perillo (PSDB), que disputa o Senado, em Catapônia. Participaram de reunião política com o prefeito local, Calo Lima, e o de Vianópolis, Issy Quinan. Assim como o deputado federal, os dois são filiados ao PP, que oficialmente apola a candidatura de Daniel Vilela (MDB).

Interesse direto

Quase todo o dinheiro da campanha de Jorge Kajuru (PRP) foi doado por seus suplentes. De R\$ 77,2 mil, R\$ 68,2 mil vieram do 1º, Benjamin Beze Jr. e R\$ 7 mil vieram do 2º, Milton Mercéz.



Pergunta para



SANDES JÚNIOR
Deputado federal pelo PP

O sr. ainda acredita na possibilidade de segundo turno com a presença do deputado federal Daniel Vilela?

Acredito. Historicamente sempre teve segundo turno em Goiás. Desde que essa possibilidade existe, Goiás nunca ficou sem. Partindo desse histórico, acredito que na última hora as pesquisas devem mostrar esse indicativo e acredito que quem vai estar lá é o Daniel.

Vice na chapa de Caiado, Lincoln se diz contra Orçamento Impositivo

Candidato a vice-governador na chapa do senador Ronaldo Caiado (DEM), o deputado estadual Lincoln Tejada (Pros) afirma que é contra a aprovação da PEC do Orçamento Impositivo na Assembleia Legislativa. “Eu não voto e não votel desde o começo (quando outras propostas semelhantes não foram aprovadas) porque eu não concordo. Nem em Brasília é uma realidade. Lá existem as emendas Impositivas e elas não são pagas para todo mundo. O governo federal barra de acordo com seu Interesse”, argumenta. O parlamentar foi um dos que não esteve na sessão de ontem, que foi marcada por discursos que apontavam Calado como articulador da falta de quórum que impediu a aprovação da PEC em segunda votação. Segundo parlamentares, o democrata não quer a obrigação do pagamento de emendas em eventual governo. “Garanto que não teve orientação neste sentido. Até tentei falar sobre isso com ele, mas não foi possível”, diz.



É proibido – Candidato a deputado federal faz uso de trecho do canteiro central da Avenida 85, um espaço público, para tentar impulsionar sua campanha.

Cronograma

O Paço Municipal considera que há segurança jurídica para votar sua proposta de Código Tributário, que tramita na Câmara de Goiânia, até 11 de outubro e garantir a validade das mudanças nas alíquotas do IPTU para o exercício de 2019. Nesse caso, a votação final em plenário fica para a semana seguinte ao primeiro turno das eleições.

Não deu

O governo estadual já dá como certa a impossibilidade de finalizar a concorrência da PPP das unidades do Vap Vupt ainda neste mandato. O processo está barrado pela Justiça e o secretário de Gestão e Planejamento, Joaquim Mesquita, assinou recentemente documento para formalizar a sua suspensão.

“Chama o Daniel”

O presidenciável emedebista Henrique Meirelles (MDB) é um dos aliados que aparecem na TV pedindo voto para Daniel Vilela (MDB). Para isso, deu nova roupagem ao seu bordão.



Arremate

ANIVERSÁRIO – Os 51 anos da Seneago serão comemorados hoje em culto ecumênico no estacionamento da estatal. O governador José Eliton participará do evento.

CONSCIENTIZAÇÃO – A Secretaria Estadual de Saúde fará ação em comemoração ao Dia Nacional do Doador de Órgãos. Na Praça do Bandeirante.

NÃO PASSOU – O governador José Eliton vetou projeto de lei que previa o fim de cursos técnicos de nível médio à distância voltados à formação de profissionais da enfermagem.

QUER VETAR – Tramita na Câmara projeto de lei que pode proibir estacionamento com manobristas nos shoppings de Goiânia. O autor é Zander Fábio (Patriotas).

ANEXO I – COLUNA GIRO (05/10/2018)

GOIÂNIA, sexta-feira, 5 de outubro de 2018 O POPULAR / 7

GIRO



Caio Henrique Salgado

calo.salgado@opopular.com.br

Quase tudo

O deputado estadual Jean Carlo (PSDB), que tenta ser federal, declarou até agora R\$1,6 milhão em receitas. 81% delas (R\$1,35 milhão) vieram de José Carlos Garrote, proprietário da Só Frango.

Briga local

O governador José Elton (PSDB) teve duas agendas de campanha em Luziânia anteontem e repetirá a dose hoje, com duas carreatas. Uma com o grupo do prefeito Cristóvão Torrin (PSD) e outra com o do deputado federal Célio Silveira (PSDB).

Surpresa na base

A senadora Lúcia Vânia (PSB) apareceu nas agendas de Luziânia após cerca de 10 dias sem dar as caras em eventos da base. Pediu votos para a chapa completa.

Aliás...

Elton e o ex-governador Marconi Perillo (PSDB) voltarão a ter agenda em comum hoje. Amanhã, os dois tucanos também farão juntos a caminhada de encerramento.



Pergunta para



ANDRÉ AZEREDO (MDB), Coordenador de Daniel Vilela

Ainda é possível que haja segundo turno em Goiás?

Estamos certos do segundo turno. Nossa campanha está em um outro momento. Há uma demonstração de carinho com ele (o Daniel). As pessoas o chamam pelo nome nas ruas. O crescimento na reta final é o que havíamos planejado desde o início. As pessoas agora o conhecem um pouco mais e acreditamos que isso deve gerar efeito positivo para a ele nas urnas.

Candidatos já colocaram R\$14 milhões do próprio bolso em suas campanhas

Dados disponibilizados pelo Tribunal Superior Eleitoral (TSE) mostram que os candidatos goianos já colocaram R\$14 milhões dos próprios bolsos em suas campanhas. O montante cresceu 62% desde a primeira parcela, quando foram declarados R\$8,8 milhões de autofinanciamento, e deve subir ainda mais até o fechamento da prestação de contas das eleições. Quem mais colocou dinheiro até agora foi o senador Wilder Moraes (DEM), que tenta reeleição. Ele já transferiu R\$2,25 milhões para a conta de sua campanha. O valor é mais do que duas vezes maior que o declarado na primeira parcela (R\$906 mil). O deputado estadual José Neto (Podemos), que tenta se eleger federal, é o segundo que mais colocou dinheiro na campanha. Ele doou R\$1,93 milhão. É quase o dobro do que foi declarado anteriormente (R\$1 milhão). Glaukston Batista Rios, o Glaukston da Fokus, também candidato a federal, aparece em seguida com R\$1,53 milhão. Os três apareceram entre os 20 candidatos em todo o Brasil que mais investiram nas próprias campanhas.



Sem visão – Carro transita sem retrovisor na Avenida Anhangüera, no Setor dos Funcionários. Sem o acessório, segurança fica comprometida

Indícios

Investigadores da Operação Cash Delivery avallam que o ex-presidente da Agetop, Jayme Rincón, que está preso, deu recados sobre uma possível delação. Além de ter assumido repasse de caixa dois em seu apartamento, queria responder às perguntas e chegou a discutir com seu advogado, Luiz Alexandre Rassi, na frente dos policiais.

De oposição

A presidente da CCI da Câmara de Goiânia, Sabrina Garcéz (PTB), avalia convocar reunião extraordinária da CCI na segunda ou na terça para apreciação do Código Tributário, já com o substitutivo, para tentar viabilizar a aprovação definitiva na semana que vem. "Houve alguns avanços e o diálogo está bom", diz.

Da base

Presidente da Câmara, André Azeredo aponta que não há condições de votar o Código Tributário na semana que vem. Defende que o debate deve ser aprofundado.



Arremate

APURAÇÃO – O TRE instalará a Central de Divulgação de Resultados em sua sede. A estrutura será montada no auditório e estará reservada para a imprensa credenciada e delegados de partidos.

NA PUC – O cientista político alemão Michael Heinrich realiza hoje conferência sobre a obra *Capital*, de Karl Marx. Às 9 horas.

CADEIRAS – As procuradoras do Estado Carla von Bentzen e Patrícia Junker foram indicadas para o Conselho Estadual da Mulher. Como titular e suplente, respectivamente.

30 ANOS HOJE – A Constituição Federal de 1988, aprovada em 22 de setembro por Assembleia Constituinte, foi promulgada no dia 5 de outubro daquele ano.