

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO

A função enunciativa do ombudsman da *Folha de S. Paulo*

Sabrina Franzoni

Porto Alegre, abril de 2013

SABRINA FRANZONI

A função enunciativa do ombudsman da *Folha de S. Paulo*

Tese apresentada como requisito parcial para a obtenção de título de Doutorado pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

Orientadora: Profa. Dra. Marcia Benetti

Porto Alegre, abril de 2013

TESE DE DOUTORADO

A função enunciativa do ombudsman da *Folha de S. Paulo*

Aprovada em 25 de abril de 2013.

BANCA EXAMINADORA

Profa. Dra. Beatriz Marocco - UNISINOS

Profa. Dra. Cassilda Golin Costa - UFRGS

Profa. Dra. Cláudia Lago - ANHEMBI MORUMBI

Prof. Dr. Sean Hagen -UFRGS

CIP - Catalogação na Publicação

FRANZONI, Sabrina

A função enunciativa do ombudsman da Folha de S. Paulo / Sabrina FRANZONI. -- 2013.
217 f.

Orientadora: Marcia Benetti.

Tese (Doutorado) -- Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação, Porto Alegre, BR-RS, 2013.

1. Jornalismo. 2. Discurso. 3. Ombudsman. 4. Função enunciativa. 5. Folha de S. Paulo. I. Benetti, Marcia, orient. II. Título.

|

À
Zelma e ao Orlando, pelo carinho e pelo apoio
incondicional.

À Rita, incentivadora e companheira nos
momentos cruciais.

Ao Daniel, à Isabella e à Morgana, jovens que
ainda têm um lindo caminho a trilhar rumo ao
conhecimento.

Agradecimentos

À Capes, pela bolsa, que me possibilitou nos três últimos anos do curso a dedicação exclusiva necessária para a conclusão desta tese.

À minha querida orientadora, Profa. Dra. Marcia Benetti, leitora atenta e perspicaz. Pacientemente, com suas considerações teóricas reflexivas, fez com que eu não me desviasse da pesquisa.

Às professoras Dra. Beatriz Marocco, da Unisinos, e Dra. Cassilda Golin Costa, da UFRGS, pela apreciação do material de qualificação e pela disponibilidade em participarem da banca de defesa.

Aos professores da pós-graduação, principalmente os da linha de pesquisa de jornalismo e processos editoriais, que estiveram abertos ao diálogo e contribuíram com sugestões significativas para o projeto de qualificação.

Às colegas Thaís Furtado, Silvia Lisboa, Daiane Ribeiro, Laura Storch, Débora Lapa e Gisele Reginato, pelas horas de estudo, parcerias em publicações e discussões teóricas. Eu levo a nossa amizade para a minha vida profissional, acadêmica e pessoal.

Ao Marco, à Josi, e, mais recentemente, à Lucia, funcionários da secretaria da pós, que, ao executarem sua atividade com competência e presteza, não permitiram que eu me perdesse na burocracia acadêmica.

Aos meus familiares, pelas diversas formas de incentivo, e aos amigos, por compreenderem as minhas ausências.

Em algum remoto rincão do universo cintilante que se derrama em um sem número de sistemas solares, havia uma vez um astro, em que animais inteligentes inventaram o conhecimento. Foi o minuto mais soberbo e mais mentiroso da 'história universal': mas também foi somente um minuto.

NIETZSCHE,
Sobre a verdade e mentira no sentido extra-moral.

RESUMO

Esta tese trata da função enunciativa do ombudsman da *Folha de S. Paulo* a partir de seu discurso, levando em conta que o lugar ocupado por esse profissional é constituído por três posições discursivas colocadas em tensão: (1) ouvidor dos leitores, (2) funcionário da empresa jornalística e (3) voz analítica do jornalismo e dos procedimentos de investigação. A reflexão teórica se articula, principalmente, em torno das noções de função enunciativa, interdiscurso e regime de verdade. O estudo foi construído a partir da análise das colunas semanais dos ombudsmen, publicadas entre 1989 e 2012, abrangendo 11 mandatos. Dentro desse período, foram escolhidas a primeira e a última coluna dominical, de cada um dos profissionais, para compor o *corpus*, perfazendo um total de 36 colunas. Tomei a AD, análise do discurso de linha francesa, como referencial teórico-metodológico, e o estudo do jornalismo insere-se num paradigma construcionista. Na análise, foi possível mapear três sentidos principais que emergiram da posição enunciativa do ombudsman da *Folha*: (1) o jornalismo como campo – o eixo central desse núcleo de sentido é o papel do jornalismo como um campo aglutinador de valores, ritualizado por uma prática profissional, e o sentido predominante é o acesso à informação; (2) a linha editorial – o eixo central é a credibilidade e a qualidade da informação que são referendadas pelo Projeto Editorial e pelo Manual de Redação; e (3) o cargo ombudsman – esse núcleo de sentido está associado ao fazer jornalístico, à relação com os leitores, à relação com a redação e com a instituição *Folha* e, por fim, à explicitação das atividades definidoras da profissão. O encadeamento entre a reflexão teórica e a análise aponta para a importância do lugar de fala do ombudsman como um espaço propício para o aprimoramento do jornalismo, entendido como um campo de saberes em disputa.

PALAVRAS-CHAVE

Jornalismo. Discurso. Ombudsman. Função enunciativa. Folha de S. Paulo.

ABSTRACT

This dissertation deals with the enunciative function of the *Folha de S. Paulo's* ombudsman based on their discourse, taking into account that the space occupied by this professional is constituted by three discursive positions set in tension: (1) the reader's listener, (2) an employee to the journalistic company and (3) the analytical voice in journalism and its investigation procedures. The theoretical reflection is mainly articulated around the notions of enunciative function, interdiscourse and truth regimen. The study was developed from the analysis of the weekly ombudsmen columns, published between 1989 and 2012, encompassing 11 terms. The first and last Sunday columns from this period were selected from each of the professionals to form the *corpus*, accounting for a total of 36 columns. I've taken the French Discourse Analysis (AD) as a theoretical-methodological referential, and the studying of journalism is linked to a constructionist paradigm. In the analysis it was possible to map three of the main meanings which emerged from the enunciative position of the *Folha's* ombudsman: (1) journalism as a field – the central axis of this nucleus is the journalistic role while an agglutinating field of values, ritualized by a professional practice, and the predominant meaning is the access to information; (2) the editorial line – the central axis is the credibility and the quality of the information which are referenced by the Editorial project and the News Writing Manual; (3) the ombudsman's function – this nucleus of meaning is associated to journalism in action, to the relationship with readers, to the relationship with the editorial staff, to *Folha* as an Institution and, finally, it is associated to making explicit the defining activities of the profession. The concatenation between theoretical reflection and the analysis points to the importance of the ombudsman's position in speech as a favorable place for the improvement of journalism, understood as a field of disputing sorts of knowledge.

KEYWORDS

Journalism. Discourse. Ombudsman. Enunciative function. Folha de S. Paulo.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	9
2 HISTORICIDADE DO OMBUDSMAN	14
2.1 Da Suécia ao Brasil.....	16
2.2 A criação do cargo de ombudsman na <i>Folha de S. Paulo</i>	23
2.2.1 O projeto editorial da <i>Folha</i>	28
2.2.2 Lista dos ombudsmen da <i>Folha</i>	41
2.3 A pesquisa acadêmica sobre ombudsman no Brasil.....	46
3 DISCURSO E JORNALISMO	53
3.1 Aproximações teóricas	58
3.2 A função enunciativa: caracterização de uma prática discursiva	66
3.3 O interdiscurso: a relação entre os discursos.....	71
3.4 A legitimidade: a <i>vontade</i> e o <i>efeito</i> de verdade.....	76
4 DEONTOLOGIA E VALORES DO JORNALISMO	86
4.1 Moral provisória e ética cínica	101
4.2 Razão cínica e o lugar do ombudsman	106
5 O DISCURSO DO OMBUDSMAN	111
5.1 O corpus de pesquisa e o período de análise	111
5.2 A construção metodológica	112
5.3 O discurso do ombudsman: regularidades e sentidos.....	114
5.3.1 O jornalismo como campo.....	115
5.3.2 A linha editorial.....	123
5.3.3 O cargo de ombudsman	134
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	147
REFERÊNCIAS	151
ANEXOS	164
ANEXO A: Declaração Universal dos Direitos do Homem (1948).....	164
ANEXO B: Declaração de Bordéus (1954).....	168
ANEXO C: Declaração de Munique	169
ANEXO D: Declaração da UNESCO sobre os media	171
ANEXO E: Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros.....	173
ANEXO F: Textos dos ombudsmen	177

1 INTRODUÇÃO

Nas páginas a seguir desenvolvo uma reflexão acerca da importância do ombudsman, pensado como um sujeito discursivo que produz sentidos sobre o jornalismo, sobre o jornal e sobre o próprio cargo. A partir da junção e disjunção dessa tríade que perpassa o texto de todos aqueles profissionais que ocuparam a atividade no jornal *Folha de S. Paulo*, foi possível caracterizar a função enunciativa do ombudsman. O trabalho demonstra que os valores firmados e reforçados nas colunas semanais extrapolam as discussões éticas e morais sobre o jornalismo. O cargo do ombudsman está muito além da de um “auditor” da ética e da moral.

Os sentidos produzidos pelo ombudsman, identificados nas colunas selecionadas para a pesquisa, apontam para o encadeamento entre a necessidade de qualificar o jornalismo que é elaborado pelos profissionais e o direito à informação. Esse direito é exposto em duas vias: (1) a do jornalista, de publicar, e (2) a do leitor, de acessar. Além disso, no discurso do ombudsman, a qualidade e a credibilidade são verso e reverso de uma mesma face: o fazer jornalístico. A primeira está articulada à prática ritualizada, comprometida com os procedimentos para apurar, produzir e divulgar a informação. A segunda, mensurada pela primeira, é considerada um valor e uma estratégia da *Folha*, da qual o ombudsman faz parte.

Num trecho selecionado do texto *Imprensa, crises e desafios*, publicado em 11 de abril de 2004, na coluna do ombudsman, pelo jornalista Marcelo Beraba¹, esse encadeamento de sentidos pode ser percebido de maneira bastante exemplar. Na opinião de Beraba (2004), o grande desafio da *Folha* – e, de resto, de todos os jornais – é superar a crise sem abrir mão de duas obsessões: “manter a independência crítica e dar um salto na qualidade do jornal que entrega diariamente. O que está em jogo é o principal patrimônio de um jornal, a credibilidade”. Na primeira parte desse texto, Beraba trata do papel do jornal e, na continuação, introduz o próprio cargo como uma alternativa: “o mandato de ombudsman que ora se inicia coincide com este período complicado da imprensa brasileira. Espero ajudá-la a sair melhor e mais forte. Para isso, estou à disposição dos leitores. E que a crise nos seja breve!”. Além das questões já apontadas no parágrafo anterior, esse exemplo tangencia, ainda, vários outros pontos que serão aprofundados ao longo da

¹ O texto integral da coluna do jornalista Marcelo Beraba (2004) pode ser consultado no Anexo F desta tese.

tese, entre eles o debate em torno da “representação” dos leitores e da preocupação com a manutenção e a reafirmação de valores, como o caso da autonomia citado por Beraba (2004).

A preocupação com o estabelecimento de normas e códigos de conduta que normatizem o fazer jornalístico não é recente, data do século XVIII, mas nem por isso houve uma diminuição na ocorrência de eventos envolvendo o desrespeito a valores estabelecidos. O que se percebe, no último século, é que o aumento da participação dos leitores e um maior acesso à informação, provocado principalmente pela propagação das novas tecnologias, levaram a um maior empoderamento dos consumidores. Por outro lado, cresce a preocupação da iniciativa privada em prestar contas à sociedade e, ao mesmo tempo, em criar mecanismos internos que evitem o crescente número de processos e cobranças de indenizações.

O ombudsman surge neste contexto, produzindo uma crítica com o objetivo de apontar as insuficiências no jornalismo. O discurso crítico do ombudsman toma como padrões as normas provenientes tanto dos códigos de deontologia profissional quanto de uma prática cotidiana fiscalizatória, preocupada com os limites do jornalismo como negócio. Nessa perspectiva, as matérias, objeto do fazer jornalístico, são vistas e revistas a partir dos problemas próprios da investigação, tais como a identificação da ausência de fontes e da falta de exatidão, pluralidade e equilíbrio entre as perspectivas sustentadas. No campo midiático, vários profissionais tomam para si a responsabilidade de produzir crítica da mídia, mas, o que interessa neste estudo², é a figura do ombudsman: o profissional que ocupa um lugar que é denominado a partir das características estabelecidas por sua atividade.

Assim, a discussão que apresento, nesta tese, parte de uma problematização do cargo do ombudsman do jornal *Folha de S. Paulo*, a partir do

² A pesquisa que desenvolvo dialoga com a minha caminhada até aqui. O primeiro contato com os textos dos ombudsmen aconteceu em 1999, dez anos depois da criação do cargo na *Folha de S. Paulo*, quando fui convidada pelo Centro de Direitos Humanos da Grande Florianópolis (CDHGF) para participar da elaboração e organização do dossiê *Violação dos Direitos Humanos* (1999), ficando ao meu encargo os casos registrados pela imprensa no período entre 1997 e 1999. Ao tratar da liberdade de imprensa e do direito à informação, utilizei algumas colunas de Mario Vitor Santos e Renata Lo Prete como referências, jornalistas que haviam sido ombudsmen da *Folha de S. Paulo*. Posteriormente, no final de 2005, quando concluí minha dissertação de mestrado, intitulada *A mediação da assessoria de imprensa parlamentar nas relações de poder entre o Legislativo e o Executivo*, no curso de Sociologia Política da Universidade Federal de Santa Catarina, comecei a pensar na possibilidade de um doutorado. Na época, ao refletir sobre o papel mediador do jornalista que exerce assessoria, utilizei pela primeira vez como referencial metodológico a Análise do Discurso de linha francesa (AD) e a teoria do jornalismo, a partir dos estudos de *newsmaking*. A junção da temática ao referencial teórico-metodológico se estabeleceu ao longo do processo de doutoramento.

seu discurso, levando em conta que o lugar ocupado por esse profissional é constituído por três posições discursivas colocadas em tensão: (1) ouvidor dos leitores, (2) funcionário da empresa jornalística e (3) voz analítica do jornalismo e dos procedimentos de investigação.

Esta tese parte dos seguintes pressupostos: a) o discurso jornalístico está amparado pela lógica de um “regime de verdade” formatado no tempo presente e na enunciação de um dizer dito “verdadeiro”; b) os procedimentos de controle, seleção e organização do discurso jornalístico são atravessados por relações de poder que determinam a validade do que é produzido e tornado público; c) o ombudsman participa da estrutura de controle, seleção e organização do discurso do veículo jornalístico; d) o ombudsman ocupa um lugar institucional formatado por um conjunto de práticas rituais que definem, antecipadamente, a qualificação que devem possuir os profissionais que falam dessa posição enunciativa; e) o ombudsman ocupa um lugar de fala autorizado e ambivalente, no qual precisa lidar com diferentes posições de sujeito; f) o discurso do ombudsman é constituído de uma dupla face: de um lado, é voltado para o público interno, o conjunto de profissionais que compõem a redação; e, de outro lado, para o público externo, os leitores; g) o ombudsman produz conhecimento a partir do e sobre o próprio campo do jornalismo.

Os pressupostos listados acima evidenciam a problematização da função enunciativa do ombudsman da *Folha de S. Paulo* a partir de seu discurso e definem o objetivo da presente investigação, que é o de compreender a função enunciativa do ombudsman da *Folha de S. Paulo* por meio dos sentidos produzidos nesse discurso. Para isso, cumpri quatro etapas metodológicas: 1) mapeei os sentidos construídos pelo ombudsman sobre o jornalismo como campo do conhecimento; 2) identifiquei as estratégias do ombudsman para evidenciar os princípios da linha editorial do veículo; 3) assinalei como ele enuncia seu próprio lugar discursivo como ombudsman; e, finalmente, 4) analisei como estes sentidos se relacionam e configuram o “discurso do ombudsman” e sua função enunciativa.

Em consequência da necessidade de abranger dois campos distintos, a estratégia metodológica articula a teoria do jornalismo, a partir de um viés construcionista, com a Análise do Discurso. A elaboração dessa reflexão considera, também, os vários estudos publicados sobre a temática, como aprofundo na *Pesquisa sobre ombudsman no Brasil* (seção 2.3). Os trabalhos acadêmicos abordam o papel do ombudsman de maneira distinta, individual ou

comparativamente, e todos direcionam as suas pesquisas para os diferentes níveis de atuação (crítica, simbólica, mediadora, representativa, corretiva, persuasiva, pedagógica, dissuasiva e cívica) desse profissional. Busco, a partir dessa revisão, realizar uma articulação que reflita sobre o lugar ocupado pelo ombudsman como um espaço de dissenso.

O discurso do ombudsman, na tese, é entendido em uma relação paradoxal. A análise que apresento na seção 5.3 identifica as três principais Formações Discursivas (FDs) presentes nesse discurso: (1) o jornalismo como campo; (2) a linha editorial; (3) o cargo ombudsman. Esses sentidos principais, que constituem “aquilo que pode e deve ser dito”, formatam o lugar enunciativo do ombudsman. Com o movimento de desconstrução do lugar do ombudsman, é possível deslocar o seu dizer para uma perspectiva ambivalente, em que não existe somente uma posição de sujeito aceitável ou possível.

Nessa perspectiva, procuro identificar, nas marcas textuais, as estratégias discursivas e os “efeitos de verdade” que legitimam a função enunciativa do ombudsman. Assim, pensar o discurso do ombudsman é perceber como certo “regime de verdade” em especial – que se dá na enunciação de um discurso dito “verdadeiro” em contraponto a outros, ditos “não verdadeiros”, ou ainda pela exclusão de outros discursos – contribui para a validação de um sistema institucional, definidor de um lugar de fala do jornalista. Além disso, é importante assinalar que há uma boa justificativa para estudar o lugar discursivo ocupado por esse profissional, pois é um espaço privilegiado para pensar o jornalismo a partir do próprio jornalismo.

A tese está dividida em seis capítulos, incluindo a *Introdução* e as *Considerações Finais*. No capítulo 2, apresento o objeto empírico. Início relacionando o cargo de ombudsman, criado na Suécia, e sua atividade no Brasil. A seguir, abordo o cargo inserido no jornal *Folha de S. Paulo*, passando pelos projetos editoriais até a institucionalização do cargo. Nos capítulos 3 e 4, construo os quadros teórico e metodológico, estabelecendo os referenciais básicos de sustentação da pesquisa. O terceiro se articula com o anterior, a partir da noção interdiscurso, e é nesse capítulo que realizo as aproximações entre a Análise do Discurso (AD) e a teoria construcionista do jornalismo. Além disso, elaboro uma reflexão, a partir do pensamento foucaultiano, sobre a noção de função enunciativa e reflito sobre a legitimação do lugar institucional a partir da ideia de “verdade”.

No quarto capítulo, aprofundo o estudo de alguns documentos internacionais que contribuíram e que dão sustentação, até hoje, aos códigos e normas deontológicas do campo jornalístico. Neste capítulo, ainda, busco as noções de moral provisória e de ética cínica, que são essenciais para a compreensão do papel do jornalista e do papel da própria empresa de comunicação, que tem que tomar decisões que orientam suas práticas. Neste contexto, a atuação do ombudsman é pensada como estratégia.

Finalmente, no quinto capítulo, explicito o percurso da análise, a coleta dos dados empíricos e promovo a delimitação dos núcleos de sentidos, especificados em três Formações Discursivas (FDs). Cada uma delas – o jornalismo como campo, a linha editorial e o cargo ombudsman – são exemplificadas a partir de análises de sequências discursivas, que foram selecionadas nas colunas dos ombudsmen. Nas *Considerações Finais*, articulo a análise dos sentidos mapeados com a função enunciativa.

Dentre os anexos, é importante destacar a transcrição dos textos da primeira e da última coluna de cada ombudsman, pois esse é o material destacado nas análises e que compõe o *corpus* da pesquisa, e pode ser consultado durante a leitura da tese.

2 HISTORICIDADE DO OMBUDSMAN

Contextualizar historicamente o objeto a ser pesquisado é, antes de tudo, um ato de “reprodução construída”, como explica Demo (2009) ao discorrer sobre a relação entre sujeito e objeto nas Ciências Sociais. Isso significa que não é possível descrever o surgimento da atividade de ombudsman³ na imprensa brasileira ou, mais especificamente, desse cargo no jornal *Folha de S. Paulo* sem um ponto de vista, sem que se tenha de fazer escolhas ou seleções dos acontecimentos considerados relevantes.

Nessa perspectiva, adotei as referências que situam esse acontecimento histórico tanto nas relações de poder quanto nas práticas sociais, isto é, em sua historicidade. Assim, desde o início, a narrativa a seguir é uma das leituras possíveis, efetivada por um sujeito inserido em determinadas condições sócio-históricas. Essa leitura expõe o aparato mobilizado, que reconstrói a trajetória do ombudsman a partir do olhar do pesquisador, procurando pensar as condições de uma “enunciabilidade” passível de ser historicamente circunscrita (MAINGUENEAU, 2008).

Ao desenvolver, neste capítulo, um exercício de reconstrução do objeto a partir dos elementos de sua historicidade, busquei promover uma reflexão que contribua para a caracterização do lugar ocupado pelo ombudsman. Essa caracterização não pretende dar conta de totalidades, pois, ao mesmo tempo em que se considera que somente uma parte do dizível estará acessível para ser observada (MAINGUENEAU, 2008; ORLANDI, 2007), entende-se também esse lugar como ambivalente, como um espaço de interação e de interdiscursividade.

³ A Organização Mundial de Ombudsmen de Imprensa (*Organization of News Ombudsmen*) aprovou em 1982 e referendou em 2011 as diretrizes que descrevem a missão desse profissional. “Os objetivos de um ombudsman de jornal devem ser: aperfeiçoar a equidade, a exatidão e a responsabilidade do jornal, aumentar sua credibilidade, empenhar-se para melhorar a sua qualidade e tornar o jornal consciente das preocupações e problemas das comunidades por ele servidas. Os deveres do ombudsman devem incluir: funcionar como crítico interno, representar o leitor que tem reclamações, sugestões, questões ou cumprimentos, investigar todas as queixas e recomendar ação corretiva quando for o caso, alertar o diretor de redação sobre todas as queixas, fazer conferência ou escrever para o público sobre as linhas, as posições e as atividades do jornal, e defender o jornal, publicamente ou em particular, quando for o caso. Alguns meios dos quais o ombudsman dispõe para chegar a seus objetivos e cumprir suas tarefas incluem: uma coluna, memorandos internos, reuniões com equipes, questionamentos, conferências” (Disponível em: <<http://newsombudsmen.org/about/mission>>. Acesso em: 10 mar. 2011, tradução nossa).

Dessa maneira, desdobrei em dois pontos os acontecimentos em torno da historicidade do ombudsman⁴: primeiro, em relação a sua origem escandinava, datada de 1809, que o reconhece como uma instituição da burocracia do Estado moderno criada para ouvir as queixas individuais e controlar os atos da administração pública; segundo, os que o vinculam ao campo jornalístico como um cargo profissional cuja atividade é receber as críticas dos leitores, ou, mais especificamente, ao jornal *Folha de S. Paulo*, no qual, nos últimos 23 anos, no período de 1989 a 2012, o cargo já foi ocupado por dez jornalistas.

Os “gestos de interpretação⁵” mobilizados permitem, na delimitação da pesquisa, traçar vários fios imaginários que ligam o ombudsman sueco ao ombudsman de imprensa da *Folha de S. Paulo*, pois, como observado na seção 2.3 sobre *A pesquisa do ombudsman no Brasil*, a temática envolvendo a figura do ombudsman é muito ampla, não se restringindo ao campo da comunicação, área inclusive na qual há poucos trabalhos publicados.

Portanto, neste capítulo, as reflexões são polarizadas em dois focos:

2.1 *Justitieombudsman (JO)* – Suécia – instituição da burocracia do Estado moderno; e

2.2 Ombudsman de imprensa – “representante do leitor” – *Folha de S. Paulo*.

Por fim, neste capítulo, trago o mapeamento dos trabalhos acadêmicos produzidos em relação à temática *ombudsman* na área de Comunicação e em outras áreas, como a Linguística, o Direito e a Administração. Como critério de seleção, escolho para citar apenas os trabalhos que efetivamente dialogam com esta pesquisa.

⁴ O termo “ombudsman” é de origem nórdica. Segundo Guillén (apud ÁNGELIS, 1983, p. 145), a palavra se decompõe no prefixo *om*, da raiz *bud*, e do sufixo *man*. *Man* significa, em germânico ocidental (nórdico, gótico, holandês, alemão, frisão, anglo-saxão), homem; *bud* equivale ao termo alemão *bote*, ao flamengo *bode*, é o enviado, embaixador, delegado; e, *om*, em alemão *um* e em holandês *om*, significa movimento ao redor de um ponto médio, em torno, em direção para. Literalmente “ombudsman” significa “homem que dá trâmite”.

⁵ Para Orlandi (2007, p. 21), “partimos do princípio de que há sempre interpretação, não há sentido sem interpretação. Estabilizada ou não, mas sempre interpretação”.

2.1 Da Suécia ao Brasil

A profissão de ombudsman foi oficializada pela lei constitucional sueca, datada de 6 de junho de 1809, a partir da qual o ocupante do cargo passou a ser denominado *justitieombudsman* (JO) e a ter *status* de ministro, apesar de estar vinculado ao Parlamento, além de autonomia para a execução de seu trabalho, que consistia em ouvir as queixas que os cidadãos tinham contra o poder público, investigá-las e, caso fosse necessário, pedir providências. Antes da regulamentação, a atividade tinha pouca independência do Executivo e era exercida por um chanceler de justiça, nomeado pelo governo pela primeira vez em 1713, ano que alguns autores tomam como registro da criação do cargo de ombudsman (COSTA, 2006; LEITE, 1975; MAIA, 2004; MENDES, 2002).

Apesar de a Constituição que institui o ombudsman ter, desde logo, previsto dois *Justitieombudsman*⁶, um para assuntos civis e outro para militares, o desdobramento do cargo só ocorreu em 1915, com a criação do *Militieombudsman*. Essa divisão durou pouco, pois, depois da Segunda Guerra, as atividades deste último se extinguiram e, em 1967, uma nova reforma, que entrou em vigor em 1968, fez com que os dois órgãos voltassem a formar um único, sob a mesma denominação de *Justitieombudsman*. A partir dessa junção, o cargo passou a ser exercido por três classificações desses profissionais, nomeados para atuarem de acordo com as matérias pautadas: um para queixas referentes ao bem-estar social, outro para tratar queixas do sistema judiciário e o terceiro para queixas referentes a quaisquer repartições civis. Além desses três ombudsmen⁷ genéricos, por assim dizer, existem na Suécia pelo menos outros três que são específicos: (1) o da

⁶ O Artigo 96 da Constituição sueca de 1809, que regulamenta o cargo de ombudsman, foi traduzido do inglês por Leite (1975, p. 35): “Art. 96. O Parlamento designará pelo menos dois cidadãos de reconhecida competência legal e marcante integridade para supervisionar, na condição de Ombudsman do Parlamento, de acordo com as diretrizes por este estabelecidas, a observância das leis e dos regulamentos por todos os funcionários e empregados; e instaurar processos, perante os tribunais próprios, contra os que, no exercício de suas funções públicas, praticarem ato ilícito mediante parcialidade ou favoritismo, ou de outra forma, ou se omitirem no cumprimento do dever. O ombudsman estará sujeito às mesmas penalidades estabelecidas para os promotores públicos pelas leis civil e penal, e pelas regras de processo judicial atinentes a promotores. O parlamento designará o número necessário de substitutos do ombudsman, que deverão ter as mesmas qualificações”.

⁷ A *Folha de S. Paulo* aportuguesou o plural da palavra ombudsman em “ombudsmans” (COSTA, 2006, p. 16), em vez de utilizar o plural em inglês “ombudsmen”. Mesmo sendo o termo de origem sueca, optei pelo plural “ombudsmen” como uma maneira de padronizar a escrita em todo o trabalho e, com isso, acompanho a grafia adotada pela Organização Mundial dos Ombudsmen de Imprensa (ONO) e por outros estudiosos que tratam do assunto no Brasil (MAIA, 2003, 2004; MENDES, 2002; RODRIGUES, 2008).

Liberdade Econômica, (2) o dos Consumidores e (3) o da Imprensa. Este último foi criado apenas em 1969 (LEITE, 1975; MENDES, 2002).

Até 1941, os ombudsmen na Suécia tinham mandato de um ano, que podia ser renovado indefinidamente. Depois dessa data, uma reforma na lei determinou a ampliação do mandato para quatro anos e manteve a possibilidade de renovação por quantas vezes o Parlamento achasse necessário, sendo costume a permanência do ombudsman por três mandatos consecutivos (12 anos frente ao cargo) e posterior aposentadoria. Além disso, situação que se mantém ainda hoje, o ombudsman era eleito por um grupo de 48 delegados escolhidos entre os membros do Parlamento, sendo 24 de cada Casa Legislativa, Senado e Câmara. Geralmente havia unanimidade na eleição, mas, caso isso não ocorresse, era promovido para o lugar vago, quase sempre, um ombudsman assistente (MENDES, 2002).

O ocupante do cargo de ombudsman, a rigor, não tem papel punitivo, apenas atribuições⁸ e certos direitos a ele inerentes, tais como solicitar informações e requisitar documentos às repartições compreendidas em sua jurisdição, fiscalizando-as, fazer advertências e enviar denúncias aos tribunais. Não cabe a essa espécie de ouvidor rever decisões ou tomar diretamente qualquer medida, como reforça Leite (1975, p. 55) ao afirmar que a ação do ombudsman não tem caráter de coerção administrativa:

Quando conclui no sentido de que realmente existiu injustiça a reparar ou outro erro a corrigir, limita-se a transmitir essa conclusão à repartição de que se trate, criticando implícita ou expressamente o ato que deu origem à reclamação ou mesmo censurando a repartição.

Os limites das ações do ombudsman sueco deixam transparecer que sua autoridade está amparada, sobretudo, em valores morais. Outra das atividades inerentes ao cargo, a elaboração de um informe oficial anual, permite que se perceba, novamente, o controle moral como um dos atributos do ombudsman. O informe oficial, que na verdade é um relatório de seu trabalho, traz um resumo dos

⁸ Hill (1974 apud LEITE, 1975) aponta o que chama de “algumas características definidoras do ombudsman” e que para Leite devem ser adotadas como definidoras do “corregedor administrativo clássico”: a) é instituído por lei; b) é funcionalmente autônomo; c) não integra a administração; d) é independente operacionalmente tanto do Legislativo quanto do Executivo; e) é um especialista; f) é um perito; g) não tem posição partidária; h) é normalmente universalista; i) defende os interesses da parte, mas não é um adversário da administração; e j) qualquer pessoa pode vê-lo e entrar em contato com ele. [HILL, Larry B. Institutionalization, the Ombudsman and Bureaucracy. **American Review of Political Science**, v. 68, n. 3, September, 1974.]

casos mais importantes investigados ao longo do ano em exercício, e uma cópia do texto final era, e ainda é, distribuída para todos os funcionários públicos. Essa ação de divulgação intimida os funcionários e “faz com que estes tenham bastante serem citados no informe” (MENDES, 2002, p. 22), sendo considerada por Rowat (1973, p. 58-59, tradução nossa) como “o meio mais importante com que conta o JO (ombudsman) para influir na aplicação das leis na Suécia”⁹. Na visão desses dois autores, o relatório do ombudsman sueco, ao dar visibilidade à sua atuação, mesmo que internamente à estrutura do Estado, funciona como um mecanismo de autocontrole administrativo, em que a empresa pública se sente impelida a rever e corrigir seus próprios atos.

Apesar de ter sido criado com o objetivo de “investigar as queixas individuais dos cidadãos” (LEITE, 1975, p. 53) contra os funcionários públicos, muito pouco dos casos averiguados teve origem em denúncias pessoais. Há registro de que os ombudsmen suecos e seus assistentes tomavam a iniciativa de promover diligências e, na maioria das vezes, extrapolavam a atividade de meros ouvidores ao somarem a essa ação outras como a de compilar matérias dos noticiários de imprensa e a de inspecionar repartições públicas, entre as quais as cadeias, os hospitais, os tribunais, os manicômios e as delegacias. Nessas visitas e na observação de atos que caracterizassem desrespeito aos direitos humanos e irregularidades administrativas, surgiam os casos que posteriormente seriam investigados (ROWAT, 1973).

A partir da leitura de um estudo que sistematizou os relatórios apresentados pelos ombudsmen suecos ao longo dos últimos dois séculos, Mendes (2002) conclui que, nos primeiros 100 anos de existência do cargo na Suécia, o número de pessoas que procuraram o ombudsman era muito pequeno, formando uma média de 70 reclamações anuais. Esse dado se torna relevante se comparado com o período seguinte, o século XX, quando há uma alteração no quadro, o que aumenta para mil o número de reclamações anuais registradas apenas nas primeiras décadas. Cabe assinalar que o século XX foi marcado por grandes acontecimentos mundiais, e, entre eles, um merece ser destacado: a aprovação da Declaração Universal dos

⁹ “Es probablemente el medio más importante con que cuenta el JO (ombudsman) para influir en la aplicación de las leyes en Suecia.”

Direitos Humanos, que ocorreu logo depois do fim da Segunda Guerra, período no qual o cargo do ombudsman se expande para outros países¹⁰.

Leite (1975) trata da expansão da ideia do ombudsman a partir da Escandinávia, assinalando que até 1955 esse cargo só existia em dois países escandinavos, além da Suécia: a Finlândia, que o adotou em sua lei constitucional em 1919, e a Dinamarca, que criou o cargo em 1954. Em 1962, o sistema já funcionava em mais dois países: Noruega (com o que se completava a expansão na Escandinávia) e Nova Zelândia (com o que se iniciava seu avanço pelos países da comunidade britânica). Em 1975, existia ombudsman ou atividade equivalente em pelo menos 18 países: República Federal Alemã, Canadá (quatro províncias), Dinamarca, Estados Unidos (três Estados)¹¹, Finlândia, França¹², Gana, Grécia, Guiana (a antiga Guiana Inglesa), Inglaterra¹³, Israel, Iugoslávia, Japão, Noruega, Nova Zelândia, Polônia, Suécia e União Soviética. Segundo o autor, a expansão do ombudsman para outros países está relacionada principalmente ao papel que a burocracia assumiu no quadro das instituições do Estado moderno:

Uma das conseqüências de um mundo cujas decisões são em sua maioria moldadas pela burocracia está na inevitável tensão que se estabelece entre essa burocracia e o indivíduo, que pode ter direitos pessoais atingidos ou não considerados pela estrutura burocrática. A outra conseqüência é que, dada a massificação dos serviços e a inevitável rotina, os erros e faltas cometidos pelos prestadores de serviço não raro passam despercebidos, o

¹⁰ Com as ressalvas necessárias, é possível relacionar a expansão do cargo de ombudsman com a disseminação dos valores éticos e morais defendidos pela Declaração dos Direitos Humanos e nos demais acordos de cooperação assinados pelos países que estiveram envolvidos direta ou perifericamente nos conflitos mundiais. Dois autores aprofundam essa reflexão: Faleiros (2009), ao expor a implantação, no período pós-Segunda Guerra Mundial, de diversos tipos de organização de “bem-estar social”, contemplando vários modos de inclusão social das pessoas nas políticas sociais, e Roldão (1999), ao tratar mais especificamente da expansão do cargo de ombudsman em sua dissertação de mestrado, intitulada *O perfil profissional do ombudsman nas instituições do Brasil*. A intervenção do Estado se dá principalmente na implantação da seguridade social, que aumentou o consumo e deu estabilidade à produção capitalista. O próprio modelo escandinavo de universalização das políticas sociais, com forte presença do Estado, surgiu de um pacto feito na Suécia, em 1932, com pressão dos partidos socialistas e negociação implementada pelo Estado. Este modelo universal institucional/redistributivo tem estes pilares: 1) garantia de um regime básico estatal, 2) seguros privados e 3) transferência de renda (FALEIROS, 2009, 2011).

¹¹ Além dos países citados por Leite (1975), Pinto (1998) acrescenta a descrição da expansão para a Espanha em 1978, com a figura do *Defensor del Pueblo*. Além disso, relaciona o cargo na Espanha com a criação da figura do ombudsman nos Estados Unidos em 1967, pois nos dois lugares os profissionais que atuavam na administração pública eram indicados pelo Legislativo.

¹² A França criou em 1973 a figura do *Médiateur*, um “mediador”. Nomeado pelo Conselho de Ministros para um período de seis anos, não poderia ser destituído até que finalizasse o prazo e não poderia ser reeleito.

¹³ A Inglaterra, em 1967, instituiu a Lei do Comissário Parlamentar, criando o *Parliamentary Commissioner for Administration*, em âmbito nacional. O ombudsman é nomeado em caráter vitalício, com aposentadoria compulsória aos 65 anos.

que os torna dificilmente detectáveis e corrigíveis pela própria estrutura administrativa. Também o processo burocrático de decisões deriva diretamente do seu sistema de informações, e isso como que constituiu um círculo fechado que impede ou dificulta a aferição dos erros ou desvios. Os sistemas de informação tendem a ser completos e instantâneos, e a conectar-se com os fatores anteriormente aceitos, e essa autossuficiência conduz muitas vezes a distorções e erros de difícil identificação pelo próprio sistema (LEITE, 1975, p. 13-14).

Apesar de o enfoque dado por Leite (1975) ter uma forte relação com o direito administrativo, campo em que o autor está inserido – e percebido desde o próprio título de seu livro, no qual a expressão “Corregedor Administrativo” já indica o perfil que irá traçar sobre a atuação do ombudsman –, vale frisar o destaque dado por ele ao papel que assumem tanto a burocracia, em sua relação com os indivíduos, quanto a sistematização de informações, em sua relação mais específica com a computação, no processo de decisões e na execução das tarefas atribuídas ao Estado. Ao estabelecer uma relação entre o ombudsman como um fiscalizador dos “erros e distorções” e a necessidade de controle do processo de modernização da estrutura do Estado de Direito, que passava, na época, por um processo de ampliação e universalização de políticas sociais, é possível pensar no momento político em que essa atividade se insere no contexto brasileiro, mesmo que essa inclusão somente venha a ocorrer depois da Constituição de 1988¹⁴.

Segundo Pinto (1998), corroborando as afirmações de Leite (1975), no texto original da Constituição da República Federativa do Brasil de 1988 estava prevista a criação do cargo de um “defensor do povo”, ou, melhor dizendo, de um “ouvidor geral”. A atividade, que teria o caráter de um mecanismo de controle da administração federal, não foi aprovada. Dessa forma, as atividades fiscalizatórias propostas foram divididas entre o Tribunal de Contas da União (TCU), o Ministério

¹⁴ Promulgada no dia 5 de outubro de 1988 por Ulysses Guimarães, então presidente da Assembleia Nacional Constituinte, foi a sétima Constituição adotada no país. As anteriores são de 1824, 1891, 1934, 1937, 1946 e 1967. A Carta Magna foi publicada durante o governo do presidente José Sarney. A Constituição Cidadã, assim denominada, representava avanços nos direitos individuais, no restabelecimento das eleições diretas para presidente, governador e prefeito, na universalização da seguridade social e da saúde para todos os brasileiros e na responsabilização dos agentes públicos por má administração (VIANNA, 2002). Na época, a derrota da campanha das *Diretas Já!*, que previa eleições, pelo voto direto popular, do Presidente da República em 1984, transferiu as expectativas populares das ruas para o plenário da Câmara dos Deputados. Esses anseios foram traduzidos no discurso de promulgação de Ulysses Guimarães ao afirmar que o texto constitucional era o resultado dos esforços dos parlamentares, na consolidação de 61.200 emendas, além de 122 de caráter popular, algumas com mais de um milhão de assinaturas. (Disponível em: <<http://agencia-brasil.jusbrasil.com.br/noticias/116780/5-de-outubro-de-1988-ulysses-promulga-constituicao-cidada>>. Acesso em: 12 fev. 2012).

Público e o Congresso Nacional¹⁵. Esse percurso, no contexto brasileiro, insere o papel do ouvidor num viés mais jurídico, atrelado à administração pública, com características que lembram o profissional sueco.

Por outro lado, deslocando para o campo da mídia, alguns autores, entre eles Christofolletti (2010) e Mendes (2002), apontam os movimentos de *media criticism*, ou de *crítica da mídia*, como precursores da figura do ombudsman na imprensa brasileira. A *media criticism* ficou conhecida na década de 60 e 70, principalmente nos Estados Unidos, onde existe até hoje, em função de dois grandes eventos: a campanha pacifista pelo fim da Guerra do Vietnã e a denúncia do Caso Watergate, que levou o presidente Nixon a renunciar em 1974. Conforme Dines (1982, p. 148), “as colunas de críticas aos meios de comunicação se propunham, curiosamente, o papel de fiscalizar e controlar o conteúdo midiático, em defesa da liberdade de imprensa e da democracia”.

No Brasil, a experiência de maior repercussão de *media criticism*, segundo Mendes (2002), foi a coluna *Jornal dos Jornais*, de Alberto Dines, publicada na *Folha de S. Paulo* de 1975 a 1977. Dines, na década de 80, teve outra coluna de *media criticism*, publicada no *Pasquim* com o nome *Jornal da Cesta*. Na década de 90, fez uma nova coluna, com o título *O circo da notícia*, publicada na *Revista Imprensa* e, posteriormente, no site do *Observatório de Imprensa*¹⁶. Mas, apesar de os jornalistas responsáveis pelas colunas utilizarem o conteúdo midiático para fazer comentários à própria mídia, num exercício metadiscursivo, há distinções entre essas colunas e o “espaço” do ombudsman na imprensa, pois as colunas de crítica da mídia não eram veiculadas no órgão ao qual dirigiam suas críticas, e muito menos cabia a esses profissionais o caráter de ouvidor do público leitor¹⁷ que o ombudsman exerce.

¹⁵ Segundo Pinto (1998, p. 47-48), as atividades fiscalizatórias ficaram assim divididas: “Ao TCU coube a função de investigar denúncias de qualquer cidadão. O Ministério Público teve suas prerrogativas de fiscalizador de leis ampliadas, assegurando-lhe autonomia funcional e administrativa. O Artigo 127 da Constituição Federal incumbe o Ministério Público de defender a ordem jurídica, advogar os interesses sociais e proteger os direitos humanos. E a ação do Congresso dá-se através de Comissões Parlamentares de Inquérito (CPI), convocação de ministros e funcionários do Executivo.

¹⁶ Os sites do *Observatório de Imprensa* e do *Instituto Gutenberg* podem ser localizados nos seguintes endereços: <<http://www.observatoriodeimprensa.com.br>> e <<http://www.igutenberg.org>>.

¹⁷ Assinalo que, a partir de 1990, o comentário autorreferencial “invade” também a televisão, tendo sido criados muitos programas para comentar a sua própria programação, a vida dos atores das novelas, dos cantores, dos conteúdos das entrevistas, ficando conhecidos como *leitores de mídias*. De acordo com Johnson (2001, p. 24), esses circuitos autorreferentes da programação se diferenciavam das narrativas tradicionais de contar histórias das comédias de situação, das novelas e dos programas de entrevista: “eram metaprogramas televisivos e estavam muito mais interessados em comentar outros meios de comunicação do que contar histórias”.

Cabe assinalar que na internet têm surgido muitos espaços para a crítica dos meios de comunicação, como, por exemplo, o próprio Observatório de Imprensa e o Instituto Gutenberg. Ainda, em alguns portais de informação como o *IG* e o *UOL*¹⁸, foi adotada em seus quadros a figura do ombudsman. Segundo Christofolletti (2010), o jornalismo brasileiro se desenvolveu muito nas últimas décadas, fruto da modernização das empresas, do aprimoramento técnico dos profissionais, do aumento da exigência do público e de uma cultura ainda emergente de crítica e autocrítica. Para o autor a internet é identificada como “o ambiente mais fértil em experiências de *media watching*, mas existem programas de rádio, de televisão e raras publicações que funcionam como arenas de debates” (CHRISTOFOLLETTI, 2010, p. 2).

Para Christofolletti, um exemplo do estágio evolutivo da *media criticism* brasileira é a Rede Nacional de Observatórios de Imprensa (Renoj)¹⁹, coletivo surgido em 2005 que reúne projetos acadêmicos e de ONGs com o objetivo de disseminar uma cultura de consumo crítico da informação jornalística. A rede Renoj defende que crítica de mídia tem duas funções preponderantes: alfabetizar midiaticamente, oferecendo ao público bases para uma compreensão cada vez mais clara e ampla do que é o jornalismo, e contribuir para o aperfeiçoamento do jornalismo, intervindo concretamente para uma melhora em produtos e processos de apuração, produção e difusão informativas. Atualmente a rede tem se fortalecido no âmbito acadêmico, na parceria em publicações de livros e no acompanhamento de projetos de extensão.

A partir desse breve panorama, que pontua semelhanças e especificidades, pode-se afirmar que a criação do cargo de ombudsman, no caso brasileiro, não se estabelece por uma mera cópia dos modelos configurados em outros países. Por um lado, se identificam características que a vinculam às políticas adotadas durante o processo de consolidação e de implantação do Estado moderno, como, por exemplo, a necessidade de aumentar o controle interno, principalmente em decorrência dos processos de modernização e de informatização que acarretaram alterações nas relações entre as pessoas e as instituições. Por outro lado, a atividade traz consigo um percurso histórico marcado por uma prática

¹⁸ Sobre a discussão do ombudsman no jornalismo online, ver Franzoni (2009).

¹⁹ A Rede Nacional de Observatórios de Imprensa (Renoj) pode ser acessada no endereço <<http://renoj.blogspot.com.br>> e foi consultada em dezembro de 2012.

metadiscursiva, que tem na crítica ao jornalismo o seu principal viés e que já vinha sendo desenvolvida na própria *Folha*, apesar de ter características distintas do que viria a ser a coluna do ombudsman. Nesse contexto, um século e meio depois dos primeiros ombudsmen suecos, e em uma relação direta com a imprensa, é criado o cargo de ombudsman no jornal *Folha de S. Paulo*, o qual é apresentado na sequência.

2.2 A criação do cargo de ombudsman na *Folha de S. Paulo*

A atividade de ombudsman de imprensa²⁰ no Brasil foi instituída pelo jornal *Folha de S. Paulo* (FSP, também conhecido como *Folha*). A relação entre a criação do cargo de ombudsman e a alteração da estrutura organizacional da *Folha* começa a ser estabelecida na década de 1980. Esse período é extremamente significativo. Primeiro, em função do processo de transição da ditadura militar para o regime democrático, caracterizando-se pela sequência de acontecimentos históricos que culminaram com as *Diretas Já!*, evento que vai redefinir a vida política brasileira e por consequência o papel da imprensa, no qual a *Folha* teve redesenhada a sua trajetória a partir de seus posicionamentos. Segundo, porque internamente a direção da *Folha* desencadeia uma verdadeira “ebulição” na estrutura do jornal ao implantar o que ficou conhecido como *Projeto Folha*, que será o responsável pela criação do cargo de ombudsman, gerido desde 1985²¹ mas efetivado somente em 1989.

O pioneirismo da *Folha*, aliado a seu caráter de jornal de referência no Brasil, contribuiu para a consolidação do cargo²². A primeira coluna do ombudsman

²⁰ Na imprensa internacional, dois eventos marcam a sua criação: em 1967, um jornal norte-americano, no Estado de Kentucky, indicou seu ombudsman, iniciando a prática no ocidente. Antes disso, em 1922, no oriente, o jornal japonês *Asahi Shimbun* criou um comitê para receber e investigar reclamações dos leitores (COSTA, 2006; MAIA, 2004).

²¹ A direção da *Folha* teve dificuldades em encontrar um profissional que aceitasse assumir a função de ombudsman. Durante três anos (1986, 1987, 1988) tentou sem sucesso, já que vários jornalistas convidados para ocupar a posição recusaram o convite. Entre os que não aceitaram a oferta estavam Luís Nassif, Joelmir Beting, Carlos Eduardo Lins da Silva, que ocuparia o cargo de 2008 até 2010, e Augusto Nunes (COSTA, 2006; MENDES, 2002).

²² A repercussão da coluna de ombudsman da *Folha de S. Paulo* fez com que outros jornais adotassem o cargo, embora alguns não publicassem colunas semanais de crítica. Em 1995, pelo menos nove jornais brasileiros tinham instituído o cargo: a *Folha da Tarde* (SP), *O Dia* (RJ), o *AN Capital* (SC), *O Povo* (CE), o *Correio da Paraíba* (PB), o *Diário do Povo* (Campinas – SP), a *Imprensa Oficial* (BR), a *Folha do Povo* (MS), a *Revista Imprensa* e o *Rumos* (CE), jornal mensal (MENDES, 2002). Cabe assinalar que em alguns desses periódicos o cargo não existe mais, entre eles a *Folha da Tarde* (SP), que o extinguiu em 1996, e o *AN Capital* (SC), que o extinguiu em agosto de 1997. Este último, mesmo desrespeitando o contrato de trabalho do ombudsman, que previa um ano de

foi publicada no dia 24 de setembro de 1989, com o título *Quando alguém é pago para defender o leitor*, na qual Caio Túlio Costa explica que, a partir daquela data, o jornal teria um profissional contratado para ouvir os leitores e expor o periódico publicamente à crítica. Costa (2006, p. 32) relata que a direção do jornal “ficara impressionada com a nomeação [em 1986] do ombudsman [*defensor del lector*] do cotidiano espanhol *El País*, então modelo de jornalismo para a *Folha*”. Inspirado na figura de um *reader’s representative*²³ do jornalismo norte-americano, o periódico espanhol fazia parte do restrito círculo de 73 veículos impressos que, nessa época, já adotavam o ombudsman. Essas referências cruzadas, desde o início, irão compor o lugar discursivo do ombudsman, seja pelas diferentes designações²⁴ que já implicavam a atribuição de distintos papéis, seja pelas expectativas diferentes que essas mesmas traduções geraram sobre o novo cargo.

Na *Folha*, o ombudsman estreou com mandato de um ano, renovável por apenas mais um ano, ou seja, ele não poderia ficar mais do que dois anos no cargo. Nesse tempo, seria indemissível. Para resguardar a sua independência, teria, ainda, mais um ano de estabilidade na empresa após deixar o cargo. Em 1998, a estabilidade caiu para seis meses, sendo duramente criticada por Dines (1998) na página do *Observatório de Imprensa*. Justificando a redução do tempo de estabilidade, em entrevista à própria *Folha*, o chefe da redação, Otavio Frias Filho, caracterizou a atitude como “uma adequação à tendência internacional de reduzir direitos adquiridos” (COSTA, 2006, p. 17). Apesar de não configurar uma quebra no contrato estabelecido para a atividade, a redução cria um clima de insegurança para os profissionais que se indispõem com a direção da *Folha*. Em contrapartida, na mesma época, os mandatos são ampliados, podendo ser renovados por até três anos consecutivos, bonificando os ombudsmen que se adaptam ao cargo segundo as expectativas do jornal.

estabilidade, demitiu o jornalista Mario Xavier e pôs fim ao cargo. Além desses periódicos, dois portais de notícia também adotaram a atividade a partir de 2007, o *IG* e o *UOL*, este último ligado ao grupo *Folha*. O *UOL* extinguiu o cargo em 2010, após o mandato da jornalista Mara Gama.

²³ A referência de ombudsman de imprensa ou “press ombudsman” no Ocidente era o *The Washington Post*, diário norte-americano que tinha sido pioneiro em combinar a crítica interna e a pública, tendo à frente do cargo o jornalista Richard Harwood.

²⁴ No campo do jornalismo, o original sueco “ombudsman” foi traduzido, conforme o país que o adota, para o inglês “press ombudsman”, passando pelo francês “médiateur”, pelo português (de Portugal) “provedor do leitor” e pelo espanhol “defensor del lector”. No Brasil, optou-se por não traduzir o termo, mantendo-se a grafia “ombudsman” (FIDALGO, 2001; MENDES, 2002).

A tarefa principal do ombudsman era ouvir e investigar as reclamações que, nos primeiros anos, eram feitas através de telefone, contatos pessoais e cartas. Com a internet, o atendimento passa a ser realizado quase integralmente por e-mail. Nos primeiros dois anos de mandato (1990-1991), foram recebidas perto de 20 mil reclamações. Em 2004 e 2005, foram recebidas mais de 60 mil, três vezes mais (COSTA, 2006; MENDES, 2002). Nos anos seguintes, mantiveram-se os números. Em 2011, segundo Suzana Singer (2012)²⁵, houve uma média de 9 mil atendimentos, sem contar as manifestações pelo *Twitter*.

A fonte do trabalho do ombudsman, na *Folha*, sempre foi a comparação dos noticiários²⁶, pois, mesmo quando recebia reclamações, era na confrontação entre as notícias publicadas pelos jornais *O Estado de S. Paulo*, *Jornal do Brasil*, *O Globo*, *Gazeta Mercantil* e, mais recentemente, em alguns portais de notícias, que a matéria-prima para a elaboração de comentários críticos, internos e externos, podia ser averiguada. A importância dessas atividades de comparação para a rotina do ombudsman foi descrita por Caio Túlio Costa (2006, p. 24):

Dessa atividade de jornalismo comparado resultava diariamente a crítica interna e externa, de duas ou três laudas datilografadas, distribuída por volta do meio-dia para redação, sucursais e correspondentes. Eram tópicos onde se discutia a acuidade da informação sobre determinado evento, principais ou secundários. Garimpavam-se no jornal as omissões, os erros factuais e de interpretação, os vícios, os preconceitos, tudo capaz de valer comentário de caráter corretional e pedagógico. Muitos jornalistas não diferenciam, por exemplo, mandado de mandato, trocam facilmente milhão por bilhão, confundem porcentagem por pontos percentuais, erram nas operações aritméticas mais simples, formulam títulos dissociados do conteúdo dos textos, esquecem ou têm preguiça de ouvir o 'outro lado'... A crítica era também o melhor suporte para a inclusão de reclamações específicas de leitores, aquelas de conteúdo didático, exemplo para outro jornalista não repetir equívocos semelhantes.

²⁵ Informação fornecida por e-mail, em 19/03/2012 (ombudsman@grupofolha.com.br).

²⁶ A prática de comparação gerou polêmicas. Primeiro com Caio Túlio Costa, cujos comentários externos foram divulgados em editorial pelo principal concorrente, *O Estado de S. Paulo*, para sustentar que, segundo o próprio ombudsman da *Folha*, *O Estadão* era melhor que a *Folha*. Outro caso, um pouco mais complexo, ocorreu em 2008, com Mário Magalhães, que não teve o seu contrato renovado com a *Folha* por mais um ano porque o jornal considerou inapropriado que a crítica diária do ombudsman continuasse a ser disponibilizada para o público na internet, devendo ficar restrita somente aos funcionários da *Folha* que a recebem por meio eletrônico. Este último caso foi aprofundado por Fausto Neto (2008), que explora a ruptura como uma alteração dos "regimes de fala", caracterizando uma alteração na posição do leitorado que tem acesso a uma crítica que estaria voltada para o público interno da organização jornalística e que pode interagir com ela. Os dois casos tratam da perda de controle sobre o destino que será dado às informações divulgadas pelo ombudsman, o primeiro em sua coluna e o segundo na crítica interna.

Costa (2006) destaca o caráter correccional e pedagógico da crítica interna, que tanto serviria de modelo para evitar a repetição de erros como de espaço para incluir as reclamações dos leitores. Apesar de sugerir as correções, por meio de retificações no estilo “erramos²⁷”, por intermédio de outra reportagem ou pela publicação de carta na seção apropriada, o ombudsman da *Folha* não tinha e ainda não tem qualquer autoridade para decidir se as alterações serão publicadas nas páginas do jornal. A direção tem total autonomia para acatar ou recusar a sugestão.

Outra das atividades acumuladas pelo ombudsman é a de representar o jornal em eventos e palestras de instituições de ensino que tratem da acuidade na imprensa e de questões éticas e morais, oportunidade utilizada, também, como uma maneira de divulgar a instituição e a própria atividade profissional. Além disso, participa, uma vez por ano, das reuniões da *Organization of News Ombudsmen* (ONO), que reúne profissionais filiados de todo o mundo, além dos demais jornalistas que atuam na imprensa exercendo funções com características semelhantes às do ombudsman. A ONO, entidade criada na década de 1980, tem congregado os ombudsmen para que juntos criem estratégias de fortalecimento profissional e que promovam a troca de experiências, contribuindo para legitimar a sua atuação, estabelecendo parâmetros que ajudem a definir a prática cotidiana dos jornalistas que atuam nessa atividade (MAIA, 2004).

A filiação dos ombudsmen, de diversos países, à ONO nasce da necessidade da construção de uma retórica de legitimação e de justificação da atividade de ombudsman de imprensa. Segundo Maia (2004), essa estratégia se funda na enumeração e na caracterização de dispositivos de autonomia e se centra

²⁷ Beraba (2009, tradução nossa) explica que a criação da seção *Erramos*, em 1991, já é um dos resultados do trabalho do ombudsman, inserindo o cargo num projeto político que buscava aumentar a qualidade do jornal: “cria [a *Folha*] uma seção já como resultado do trabalho de *ombudsman*, cria uma seção que chamamos ‘Erramos’ e publicamos todos os erros que se pode ter. A página é a A3 e tem toda a informação; antes os erros eram pouco reconhecidos, não havia nenhum espaço próprio para a publicação e foi muito importante porque mostramos aos leitores que havia a intenção de reconhecimento, de correção dos erros que estavam bem claros, bem transparentes e bem colocados e começou também um programa forte de formação pessoal dos jornalistas e um programa de qualidade interna que é um programa de acompanhamento dos erros, de trabalho intenso junto com os responsáveis para buscar mais qualidade no [jornal] diário”. No original: “crea una sección ya con el resultado de trabajo de *ombudsman*, crea una sección que llamamos ‘Erramos’ y publicamos todos los errores que se pueda tener. La página es A3 y tiene toda la información; antes los errores eran poco reconocidos, no había ningún espacio propio para la publicación y fue muy importante porque mostramos a los lectores que había una intención de reconocimiento, de corrección de los errores que estaban bien claros, bien transparentes y bien colocados y empezó también un programa fuerte de formación personal de los periodistas y un programa de calidad interno que es un programa de acompañamiento de los errores, de trabajo intenso junto con los responsables para buscar más calidad en el diario”.

no modelo paradigmático, na representação ideal e na divergência entre o discurso voltado para os públicos interno e externo:

De fato a modelização da função de ombudsman de imprensa [formulada pela ONO] tende a reforçar as atribuições de recepção e de tratamento de reclamações dos leitores e de redação regular de uma coluna, no caso dos da imprensa escrita. Distingue-se uma representação dominante segundo a qual o traço principal da função é a autonomia em relação da direção da mídia que a contrata. Essa autonomia é traduzida pela produção de uma análise crítica do tratamento da informação, que toma corpo na publicação de uma “coluna não censurável [que] significa a disposição do jornal de ‘tornar públicas’ as suas falhas”, como descreve L. E. Glaser (1994), ex-ombudsman do diário californiano *Fresno Bee* (MAIA, 2004, s/p).

Apesar de a autora centrar a sua reflexão na distinção entre um discurso institucional voltado para o público interno e de um destinado para o público externo da entidade, a inter-relação também pode ser pensada para o discurso do ombudsman da *Folha de S. Paulo*, que precisa dialogar por um lado com seus colegas profissionais e por outro com os leitores. Maia (2004) define, ainda, os ombudsmen como um agrupamento profissional em formação e que os dispositivos de autonomia ajudam a construir a legitimidade profissional, destacando a redação e a publicação de uma coluna como um posicionamento crítico frente à direção da mídia que o contrata.

A coluna semanal ou crítica externa, publicada aos domingos, geralmente na página 9 do primeiro caderno, está entre as tarefas do ombudsman. Entendo que essa atividade, entre as citadas anteriormente, tem uma importância diferenciada para a compreensão do lugar institucional desse profissional, como já apontava a reflexão desenvolvida por Maia (2004).

A atividade de produção da coluna pode ser dividida em três etapas: (1) a escolha, (2) a redação e (3) a publicação. Primeiro, o ombudsman seleciona, dentro do produto final jornal, aquilo que considera como “erro” e, em alguns casos, como “acerto”, para, em segundo lugar, transformar essas observações em um texto que, ao mesmo tempo que dialoga com seus pares, também se relaciona com temas abordados por outros veículos, num processo intertextual. Finalmente, a consolidação desse trabalho, a publicação do texto produzido pelo ombudsman, não sofrerá, além do limite de espaço, qualquer interferência ou controle da chefia de redação. Essa autonomia que é enunciada no discurso em torno da produção do texto do ombudsman traz consigo um primeiro indicativo da autoridade desse “lugar

de fala”, consideração que aprofundarei mais adiante. Cabe assinalar, somente, que a autoridade de quem fala está fundada nos critérios adotados na própria designação ao cargo de ombudsman. O designado é sempre um assalariado da *Folha*, jornalista formado, com longa experiência profissional no jornal e amplo conhecimento da empresa, antes que finalmente ocupe o cargo de ombudsman.

Há, portanto, nesse primeiro relato, uma diferenciação sublinhada entre a crítica interna, que traz sugestões que a redação decide ou não se valem ser implementadas, e a crítica externa, isto é, a coluna semanal que é publicada pelo ombudsman com garantias contratuais de autonomia e independência. Entretanto, essa independência e autonomia só podem ser pensadas a partir de uma linha editorial definida em um projeto específico, do qual trato a seguir.

2.2.1 O projeto editorial da *Folha*

O jornal *Folha de S. Paulo* tem 92 anos de história (1921-2013)²⁸ e durante a sua existência foi dirigido por quatro grupos empresariais diferentes, que contribuíram para moldar a empresa jornalística conhecida hoje. Em função do longo período e do interesse de o trabalho recair sobre os fatos relacionados com a criação do cargo de ombudsman, que ocorreu em 1989, e sua relação com o projeto editorial da *Folha*, implantado a partir de 1981, tratei na seção anterior das atividades relacionadas à instituição da atividade de ombudsman, de suas tarefas e consolidação. Agora vou relatar os acontecimentos que propiciaram o ambiente político, no plano nacional, e o ambiente interno, no plano institucional, para a implantação do cargo. Essa estrutura permite intercalar alguns comentários significativos, mas que não estão diretamente relacionados com o projeto editorial ou com a criação da atividade. O recorte a seguir privilegia a descrição dos fatos pela importância que vão adquirindo, acionados para o entendimento do objeto, e não somente atrelados a uma sequência cronológica dos acontecimentos históricos.

²⁸ Na maioria das referências consultadas, a história do grupo *Folha* tem sido contada a partir das histórias pessoais de Octavio Frias de Oliveira e Otavio Frias Filho. Fugir dessa perspectiva é uma tarefa quase impossível, até porque as histórias de vidas desses personagens se confundem com as da *Folha de S. Paulo*. Optamos por, quando possível, tratar da participação pessoal nas notas de rodapé, não por ser menos importante, mas por correr em paralelo. O primeiro, empresário, esteve à frente do jornal durante trinta anos (1962-1992). O segundo, filho do primeiro e jornalista, assumiu a chefia de redação na década de 1980 e foi o responsável pela implementação do *Projeto Folha*.

O jornal que dará origem à *Folha de S. Paulo* começa a circular em 19 de fevereiro de 1921, com o nome de *Folha da Noite*. Sob a direção dos jornalistas Olavo Olívio de Olival Costa e Pedro Cunha, ex-redatores do *Estado de S. Paulo*, o novo vespertino custa cem réis o exemplar, aproximadamente 40 centavos de real, e adota uma linguagem simples, com um estilo mais leve do que a de outros jornais da época, estratégia utilizada principalmente para atrair leitores das classes médias urbanas. O direcionamento para um público de assalariados, que regressavam para casa após o serviço, é apontado por Paschoal (2007), ao explicar que na época não havia rádio, e os vespertinos cumpriam a função de trazer as últimas notícias. A *Folha da Noite* acrescentava a essa tarefa a missão de “fiscalizar o governo”, o que se concretizava numa série de campanhas divulgadas pelo jornal, entre as quais “a defesa do voto secreto, a construção de habitações operárias, o direito às férias, a regulamentação do trabalho dos menores nas fábricas e a ampliação da rede escolar” (PASCHOAL, 2007, p. 26).

A impressão e a distribuição da *Folha da Noite* eram realizadas nas oficinas do jornal *O Estado de S. Paulo*. O acordo, firmado por Olavo Costa e Pedro Cunha com Julio de Mesquita Filho²⁹, então diretor do “Estadão”, duraria até meados de 1924, sendo que esses custos eram pagos com a receita da venda avulsa do jornal e de anúncios. Desde a sua fundação (SODRÉ, 1999), a *Folha* surge como uma empresa organizada, “estruturada nos moldes capitalistas de produção”, inserindo o jornal na perspectiva da imprensa burguesa³⁰, isto é, numa lógica industrial que irá marcar a história da imprensa após a Primeira Guerra.

Em julho de 1925, o empreendimento amplia-se, e o grupo passa a publicar também um periódico matutino, com o nome de *Folha da Manhã*. Mas, em 1931, o grupo troca sua direção empresarial, alterando também a política editorial. A organização muda sua razão social para *Empresa Folha da Manhã Limitada*,

²⁹ Para se ter uma ideia do vínculo inicial entre o jornal que daria origem à *Folha de S. Paulo* e o principal jornal da época, *O Estado de S. Paulo*, foi “Julio de Mesquita Filho, diretor do Estado de São Paulo, quem redigiu o editorial de apresentação da *Folha da Noite*, publicado no primeiro exemplar, em 19 de fevereiro de 1921” (PASCHOAL, 2007, p. 26).

³⁰ Para Sodré (1999), o pós-guerra – referindo-se a 1918 – promove profundas alterações na vida brasileira. Tais mudanças, para a imprensa, acentuam rapidamente a transição para uma fase industrial, relegando ao esquecimento a fase artesanal. “Um periódico será, daí por diante, empresa nitidamente estruturada em moldes capitalistas. Continuam a aparecer revistas de vida efêmera, literárias ou humorísticas, e jornais, particularmente, para atender injunções originadas na luta política. Na maioria dos casos, trata-se de empresas mal-estruturadas, que se esgotam depressa, que consomem rapidamente o capital, mas sempre empresas, e não empreendimentos individuais” (SODRÉ, 1999, p. 355-356).

mantendo inalterados somente os nomes dos jornais. Os novos proprietários – Octaviano de Lima, Diógenes de Lemos e Guilherme Almeida – imprimiram sua política na defesa dos interesses dos cafeicultores paulistas. Essa fase durou até 1945, quando ocorre nova venda da organização. O grupo passa a chamar-se então *Empresa Folha da Manhã S/A*, e a diretoria é composta por Alcides Meirelles, Clóvis Medeiros Queiroga e José Nabatino Ramos (MELO, 2002; PASCHOAL, 2007).

De 1945 a 1962, Nabatino Ramos deu a linha ao jornal. Em 1949, ele fundou a *Folha da Tarde*. Sua administração é marcada por uma tentativa de modernizar a empresa e diminuir o alto grau de improvisação que caracterizava a atividade jornalística. Em 1960, fundiu os três diários – *Folha da Manhã*, *Folha da Tarde* e a *Folha da Noite* – num só, e ao resultado dessa junção deu o nome de *Folha de S. Paulo*, que se manteve até os dias atuais. Nabatino Ramos sistematizou suas experiências produzindo um documento chamado “Normas de Trabalho da Divisão de Redação”, que, ao mesmo tempo em que teorizava sobre o jornalismo, estabelecia critérios de excelência para a atividade dos repórteres e redatores.

“A argumentação de Nabatino Ramos era de ordem pragmática”, conforme definiu Silva (1988, p. 42). Para Nabatino Ramos, a necessidade de disciplina era tanto maior quanto mais se considerava que o jornal se tornava vultoso empreendimento econômico e exercia larga influência na opinião e na administração pública. Para Silva (1988), tratava-se de uma linha de raciocínio bastante próxima da que viria a ser usada a partir de 1981, quando da formulação do *Projeto Folha*.

Além de apontar as “normas” de Nabatino Ramos como precursoras do *Manual de Redação*, adotado em 1984, Silva (1988, p. 43) estabelece outras comparações:

O “Programa de Ação das Folhas”, de 1948, se assemelha em intenção ao “Programa de Metas Trimestrais”, introduzido em 1985. Até os cursos que Nabatino Ramos promovia na Sede do jornal nos anos 50 lembram o programa de seminários internos que se passou a promover a partir de 1986.

As comparações apontadas entre os dois projetos, mais do que uma simples transposição, deixam antever que já nesta época havia a necessidade de se pensar a prática jornalística e de sistematizar o trabalho como um modo de produção empresarial. Nabatino Ramos cria um programa de metas para os profissionais, promove cursos de capacitação e padroniza a redação dos textos, atividades que

defendia como forma de estruturar o jornal diante da esclerose por que passava a imprensa e, principalmente, para enfrentar a inflação que assolava o país à época.

Em 1962, após uma grande greve de jornalistas ocorrida no ano anterior, os empresários Octavio Frias de Oliveira, do setor financeiro, e Carlos Caldeira Filho, da construção civil, compram o conglomerado, que estava passando por sérias dificuldades financeiras. As transformações realizadas de 1962 até a década de 1970 instituíram para a empresa os seguintes periódicos: *Folha de S. Paulo* (que reunia a três antigas *Folhas*), *Última Hora*, de São Paulo (1965), *Notícias Populares* (também em 1965), *Cidade de Santos* (a partir de julho de 1967) e a *Folha da Tarde* (a partir de outubro de 1967). Essa estrutura perdurou até 1992, quando a família Frias assume o controle total do Grupo³¹.

Concomitante ao alinhamento editorial em apoio às mobilizações antijanguistas e os acontecimentos que culminaram na ação militar de 1964, segundo Kushnir (2012) o período é marcado por grandes mudanças internas no Grupo *Folha da Manhã*. Para a autora, a *Folha de S. Paulo*, a partir de então, busca ampliar o seu público, adquirindo frota própria, chegando ao leitor do interior, aumentando sua influência e, posteriormente, promovendo uma transformação de sua linha editorial com a chegada de Cláudio Abramo, em 1975. Nessa direção, a gestão Frias/Caldeira poderia ser dividida em duas fases: a primeira, de 1968 a 1974, de modernização tecnológica³², durante a qual se reformulou o sistema de distribuição e se introduziram o *off-set*, a fotocomposição, as novas unidades impressoras e o aumento da frota; e a segunda, de 1974 a 1990, de implantação do que ficou conhecido como o *Projeto Folha*.

A alteração na redação ocorre em 1975, como já apontou Kushnir (2012). A chefia passa para Cláudio Abramo, que substitui o jornalista José Reis, colaborando com Frias, também, na concepção do projeto editorial. Esse evento marca, para alguns autores, a transição rumo ao que seria o *Projeto Folha*. Segundo Chaparro (2007), mesmo antes da década de 80 começam a ser feitas mudanças que colocam

³¹ No fim da década de 1990, a *Folha da Tarde* é extinta, surgindo em seu lugar o jornal *Agora São Paulo*. Em 2001, outro jornal do grupo Folha da Manhã, o *Notícias Populares*, deixa de circular.

³² Na perspectiva de Kushnir (2012, p. 232), “é imprescindível apreender o panorama político brasileiro daquele momento para compreender os caminhos percorridos pelo jornal”. Dessa maneira, pode-se fazer uma livre associação com a primeira fase de inovação do jornal, a decretação do AI-5 e o acirramento da censura nas redações. Segundo a autora, ao tratar do percurso do jornal *Folha da Tarde*, depara-se com essa interseção, “que reunia empresários, jornalistas e censores em um mesmo lado, unidos para resguardar um *modus operandi* (KUSHNIR, 2012, p. 28), onde todos os segmentos, de alguma forma, colaboraram com o sistema repressivo e censor do pós 1964.

o jornal na vanguarda da luta pela redemocratização do país – entre elas está o fato de Cláudio Abramo ampliar o espaço para articulistas de política. Alberto Dines, Paulo Francis e Mino Carta são contratados. Para Chaparro, com esses profissionais a *Folha* deu início a uma fase de “jornalismo de opinião”, com destaque particular para Dines e sua crítica semanal aos meios impressos.

Dois anos depois, esse quadro sofre alteração, e há um recuo estratégico da direção do jornal. Em 1977, Boris Casoy substitui Abramo³³ na direção da *Folha*, e a página de opinião é suprimida, situação que, segundo Chaparro (2007), foi promovida em função de ameaças da ditadura militar de que suspenderia as atividades do jornal. A pressão sobre a *Folha* ocorreu dentro do quadro da sucessão do general Ernesto Geisel à presidência da República. O jornal vinha preconizando o retorno ao regime democrático, e isso provavelmente incomodava o grupo militar ligado ao ministro de Exército, general Sylvio Frota, que pretendia ser presidente.

A retomada “lenta” da linha editorial, cuja construção havia sido interrompida, dá-se em três eventos, conforme Chaparro (2007): (1) por meio da cobertura “informativa” do movimento sindical em São Bernardo do Campo, (2) pela publicação de uma entrevista do general João Figueiredo, então candidato à presidência da República, e, finalmente, (3) a partir de 1983, pelo engajamento do jornal na cobertura do movimento *Diretas Já!*³⁴. Nesse novo momento de abertura democrática, que se estabelece a partir de 1984, segundo Chaparro (2007), a *Folha* abandona a sua imagem de jornalismo engajado e passa a defender um jornal

³³ Abramo é afastado da direção do jornal por imposição do ministro do Exército, general Sylvio Frota, em um episódio que envolveu o jornalista da *Folha* Lourenço Diaféria, o qual escreveu na *Semana da Pátria* uma crônica que, na percepção dos militares, ofendia a memória do Duque de Caxias. Segundo Kushnir (2012, p. 222), “no dia seguinte à prisão de Diaféria, o general Hugo de Abreu, chefe da Casa Militar do presidente Ernesto Geisel, ligou para o jornal, e Frias pediu a Abramo que se demitisse, tendo sido então substituído por Boris Casoy”. O jornalista Boris Casoy, que substituiu Abramo, teve o seu primeiro trabalho na *Folha* em 1974, quando foi editor de política, convidado por Octavio Frias de Oliveira. Ele havia trabalhado anteriormente, entre 1969 e 1974, como assessor de imprensa do ministro da Agricultura, Luís Fernando Cirne Lima, no governo do general Médici. Em 1977, Casoy passou a escrever uma coluna sobre bastidores políticos, intitulada *Painel*. Em setembro desse mesmo ano, tornou-se editor responsável pelo jornal no lugar de Cláudio Abramo, permanecendo neste cargo até 1984, quando Otavio Frias Filho assumiu a direção do jornal, voltando a escrever a coluna *Painel* (KUSHNIR, 2012).

³⁴ *Diretas Já!* foi um movimento político democrático que ocorreu no ano de 1984, contrário ao regime militar, e que teve grande mobilização popular. Esse movimento era favorável à emenda do deputado Dante de Oliveira, que restabeleceria as eleições diretas para Presidente da República no Brasil. Em 25 de abril de 1984, a emenda constitucional foi votada, mas não foi aprovada. Em 15 de janeiro de 1985, ocorreram eleições indiretas, e Tancredo Neves foi eleito presidente do Brasil. Porém, em função de uma doença, Tancredo faleceu antes de assumir o cargo, e o vice, José Sarney, tornou-se o primeiro presidente civil após o regime de ditadura militar (1964-1985). Somente em 1989 ocorreriam eleições diretas para presidente, sendo estabelecidas na Constituição de 1988 (KUCINSKI, 2001; NAPOLITANO, 2008).

apartidário, pluralista, crítico, didático, ideologicamente liberal, moderno na tecnologia e na linguagem, e que buscava sua unidade editorial na implantação do que seria a primeira versão do *Manual Geral da Redação*.

Silva (1988), ao explicar a implantação do *Projeto Folha*³⁵, antecipa a divisão cronológica proposta por Chaparro (2007), definindo o período de 1978 a 1984 como aquele em que o jornal esteve voltado mais para os problemas de conjuntura política, econômica e social do país do que para as questões técnicas e operacionais – o que passa a ocorrer a partir de 1984. Silva (1988) embasa a sua reflexão em seis documentos que considera básicos para compreender a implantação da política interna da *Folha*, consolidando o *Projeto Folha*: (1) o *Levantamento de pontos indicativos de posição editorial e avaliação sistemática do momento político* (1978); (2) *a Folha e alguns passos que é preciso dar* (1981); (3) *a Folha em busca do apartidarismo* (1982); (4) *a Folha depois da campanha das Diretas Já!* (1984); (5) *o Projeto Editorial da Folha – 1985-1986* (1985); e (6) *o Projeto Editorial da Folha – 1986-1987* (1986).

Numa perspectiva de quem acompanhou a implantação da política interna na própria *Folha* – primeiro ao teorizá-la, produzindo uma avaliação do *Projeto Folha* em sua tese de livre-docência, defendida em 1987, sob o título *Mil dias: análise das mudanças no processo de produção da Folha de S. Paulo durante a implantação do “Projeto Folha” (maio/1984-fevereiro/1987)* e, segundo, concomitantemente, como secretário de redação –, Silva relata que todos os seis documentos citados foram discutidos e aprovados no Conselho Editorial. Para o autor, o que mais surpreende no projeto “é a sua própria existência” (SILVA, 1988, p. 68) – não que os jornais não tenham, em geral, projetos ideológicos, políticos e técnicos que orientem as suas edições, mas o que ele aponta como raro é o fato de ter sido debatido e circulado entre todos os jornalistas da redação. A prática mais comum nos meios de comunicação é que as ideias constitutivas do que se chama “linha editorial” de um veículo sejam transmitidas oralmente pelas chefias aos subordinados e sejam aprendidas na rotina cotidiana da redação. Pela importância desses documentos, comentarei, brevemente, cada um deles.

³⁵ Segundo Silva (1988), o *Projeto Folha* visava mudar a concepção e a prática do jornalismo na empresa *Folha da Manhã*, modernizando a estrutura empresarial de produção e estabelecendo novas normas e padrões para a redação e a gerência. Para o autor, a *Folha* deveria assumir o seu caráter comercial e contrapor-se à prática do que considerava um jornalismo amadorístico e pernicioso, pela falta de padrões de qualidade e profissionalismo e pelas relações que mantinha com o poder político e econômico.

O primeiro dos seis documentos que “materializam” o projeto data de junho de 1978. Trata-se de uma análise conjuntural e de um enunciado de intenções que encorajam o jornal a prosseguir na aposta da abertura política: “O regime autoritário, expressão política do capitalismo concentracionista, deixa de atender aos interesses objetivos das camadas cada vez mais significativas da população; torna-se obsoleto” (SILVA, 1988, p. 70). Segundo Silva (1988), o documento, que não chegou a ser publicado, não faz referência direta ao jornal. Os pontos para formalização da tendência editorial reafirmam a preocupação da *Folha* com as desigualdades sociais, reclamam melhores condições de vida para a maioria da população e defendem a organização de um regime democrático que assegure a estrita observação dos direitos do homem e do cidadão. De caráter mais humanista, esse documento representava o sentimento da época contra a ditadura militar e a favor do retorno dos direitos políticos e da liberdade de imprensa.

O documento seguinte, *A Folha e alguns passos que é preciso dar*, de junho de 1981, considera que o período entre 1974 e 1978 é influenciado pelos confrontos provocados pela greve dos jornalistas de 1979³⁶ e por manifestações de caráter reivindicatório por valorização profissional e contrária às demissões de redatores e repórteres. O texto explicita a preocupação com a sistematização de um projeto para o jornal, trata de jornalismo e dos passos necessários para alcançar o objetivo do que se espera de um jornal como a *Folha*, oferecer um “serviço” diferenciado para o seu público leitor:

O objetivo de um jornal como a *Folha* é, antes de mais nada, oferecer três coisas ao seu público leitor: informação correta, interpretações competentes sobre essa informação e pluralidade de opiniões sobre os fatos. Por informação correta entende-se a descrição de tudo aquilo capaz de afetar a vida e os interesses que se acredita serem os dos leitores. Essa descrição é realizada na forma mais sintética, despojada e distanciada possível (embora seja quase sempre impossível atingir a neutralidade absoluta. Ao contrário, isso é raramente factível. Existem, na realidade, descrições mais neutras, ou seja, mais objetivas que outras; de onde se deduz que a neutralidade é uma quimera, mas aproximar-se de neutralidade não é). Por interpretações competentes a respeito dos fatos entendem-se os comentários e análises redigidos por profissionais que, conforme os critérios adotados pelo jornal, aliam o domínio sobre uma determinada área do conhecimento ou da atividade humana ao domínio sobre a técnica de escrever, combinando em seus textos ambas as habilidades. Por pluralidade de opiniões sobre os fatos, entende-se a publicação de textos, artigos, depoimentos, entrevistas

³⁶ Segundo Silva (1988), esse período é marcado pelo conflito interno. A direção do jornal determina que os ocupantes de cargos de chefia na redação façam uma opção permanente pelo projeto ou deixem as suas posições e conclama os jornalistas a melhorarem a qualidade técnica e informativa do jornal. Vários chefes são demitidos ou perdem seus cargos de chefia.

etc. que, tomadas em seu conjunto, funcionem como uma reprodução mais ou menos fiel da forma pela qual as opiniões existem e se distribuem no interior da sociedade (A FOLHA e alguns passos..., 1981, s/p).

Após fixar o objetivo do jornal no atendimento daquelas três finalidades, mencionadas no primeiro parágrafo, a segunda parte do documento defende que o jornal, sem discriminar opiniões diversas das que adota (e, ao contrário, estimulando polêmicas com elas), tenha as suas próprias convicções sobre os fatos e os problemas: “criando uma identidade visível e um diálogo silencioso entre leitor e o seu jornal” (A FOLHA e alguns passos..., 1981, s/p). A direção editorial do jornal, com esse documento, aponta para a necessidade de produzir um padrão de qualidade de jornalismo e sugere a criação, além disso, de uma identidade própria, de um posicionamento, como forma de se diferenciar dos demais.

Outro documento, de março de 1982, não deixa dúvida de qual posicionamento está sendo solicitado aos jornalistas da *Folha* e se chama *A Folha em busca do apartidarismo*. Nesse documento, interno do Conselho Editorial, a direção define melhor qual deve ser a posição jornalística da redação ao afirmar que profissionalismo é sinônimo de desengajamento, que “profissionalismo significa apartidarismo” (SILVA, 1988, p. 74). O texto é bastante explícito e traz quatro noções norteadoras do que deve ser o jornalismo: crítico, pluralista, apartidário e moderno. A seguir, seleciono a última parte do documento que inclui as definições de apartidário e moderno, noções que permitem perceber a transição de uma orientação de um texto de conteúdo mais político para outro que não demonstrasse o engajamento do “profissional”. Essa estratégia sugerida atrela a “nova” postura à ideia de uma prática moderna que evitasse que o jornal caísse no isolamento:

Apartidário – A *Folha* é grande o suficiente e abarca um número suficientemente alto de leitores para que pudesse ser um jornal partidário; uma opção partidária significaria, hoje, reduzir nosso impacto sobre a opinião pública e autocondenarmo-nos ao isolamento. Ser um jornal partidário é ser um jornal organicamente vinculado a um partido político, a uma tendência ideológica, a um grupo econômico, a um governo, a um líder. Não temos, felizmente, qualquer vinculação desse tipo. Mas ser um jornal apartidário não significa ser um jornal que não toma partido. Pelo contrário, a *Folha* faz questão de tomar partido no maior número possível de temas. Mas não tomamos partido mecanicamente; não fazemos, para utilizar uma expressão de origem diplomática, “alinhamentos automáticos”. Cada questão é uma questão, e nós tomamos partido em relação a ela especialmente, não em relação à estratégia geral de quem a propõe, seja um partido, um grupo etc. Moderno – O sentido de moderno é, no caso, bem concreto. Jornalismo moderno na medida em que se propõe a introduzir, na discussão pública, temas que até então não tinham ingresso nela. Na

medida em que põem em circulação novos enfoques, novas preocupações, novas tendências. O principal objetivo do nosso trabalho é formar, entre nós, uma opinião pública esclarecida, crítica e atuante (A FOLHA em busca do..., 1982, s/p).

A campanha das *Diretas Já!*, em 1984, altera a rotina interna do jornal, inclusive a sua própria equipe. Em maio daquele ano, Otavio Frias Filho assume a direção de redação. Boris Casoy passa a editar a coluna “Painel” e a assessorar a direção da empresa. Em junho, o documento *A Folha depois das Diretas Já!* dá continuidade ao processo de definição da linha editorial do jornal, numa tendência em aprofundar questões técnicas e organizacionais como prioridade da redação. O texto do Conselho Editorial, ao mesmo tempo que cobra dos profissionais “maturidade jornalística”, afirma que a empresa está “economicamente sólida, financeiramente saudável e que vem adotando uma atitude crescentemente agressiva no setor publicitário e comercial”, o que significa uma situação privilegiada que tem assegurado “a autonomia política e a contundência editorial da *Folha*” (A FOLHA depois das..., 1984, s/p).

O discurso ufanista de “autonomia editorial” trazia implícita a ideia de independência financeira em relação a financiamentos e publicidades de origem estatal e estabelecia um paralelo entre os investimentos que a empresa tinha feito na estrutura jornalística e os problemas que não haviam sido solucionados. O texto citava, por exemplo, o não cumprimento dos cronogramas industriais, a falta de mecanismos de controle, o grande número de erros grosseiros de informação e de edição, a ausência de critérios homogêneos para as tomadas de decisões jornalísticas. Silva (1988, p. 47) considera o documento de 1984 como o marco de uma nova fase na vida do jornal, de “uma fase de menos proselitismo político e de maior preocupação com a técnica da atividade; de menos dedicação ideológica política e de formulação de uma ideologia jornalística”.

A cobrança de “responsabilidade” aos redatores e repórteres é acrescida, no último parágrafo do documento, de um alerta: “a substituição de um número considerável de jornalistas cuja qualificação profissional não está à altura das exigências colocadas pelo Projeto *Folha*” (A FOLHA depois das..., 1984, s/p). Essa política interna de “intransigência técnica”, segundo Silva (1988), teve consequências diretas sobre as chefias da redação. Para a sua concretização, foram solicitadas às chefias avaliações mensais de desempenho da redação. Com isso, 27

jornalistas foram demitidos, constituindo cerca de 10% do total de jornalistas da *Folha* lotados na capital paulista.

Como referencial cronológico, a ampliação da área de influência da *Folha* entre o público se deu entre janeiro e abril de 1984, sendo classificado como o “jornal das diretas” e alcançando o maior nível de popularidade de sua história. Sob o efeito da consolidação de sua imagem, na década de 1980 a *Folha* obteve o maior crescimento absoluto na circulação paga e no volume de publicidade impressa³⁷.

Apesar do fim das *Diretas Já!* coincidir com a ampliação da influência do jornal junto ao público, esse crescimento não significava unanimidade. O período foi marcado, também, por quatro grandes polêmicas em relação aos leitores. Ao não aderir à campanha presidencial de Tancredo Neves à presidência da República, em 1984, a *Folha* foi acusada de ter “malufado”. Ao se recusar a entrar na “corrente da esperança” durante a doença de Tancredo, em 1985, informando com frieza os riscos e os fatos que envolviam a internação do político, a *Folha* foi chamada de “agourenta”. Nas eleições para a prefeitura de São Paulo, em 1985, em que disputavam Jânio Quadros (PTB), Eduardo Suplicy (PT) e Fernando Henrique Cardoso (PMDB), a *Folha* foi acusada de ter beneficiado este último, FHC, inclusive com previsão de vitória eleitoral feita pelo Instituto de Pesquisa Datafolha, que não se confirmou. Para o governo do Estado de Paulo³⁸, em 1986, novamente, o jornal recebe várias correspondências reclamando da cobertura jornalística favorável ao candidato Paulo Maluf (PDS). Finalmente, durante a Copa do Mundo de Futebol no México, em 1986, a *Folha* recebeu irados protestos por sua posição, tida como “impatriótica” ao afirmar que o juiz do jogo de estreia da seleção brasileira tinha errado numa decisão que a beneficiava (MELO, 2002; SILVA, 1988).

O penúltimo documento, a versão de 1985/86 do projeto, depois de reafirmar suas quatro linhas básicas (jornalismo crítico, apartidário, moderno e pluralista), introduz dois novos pilares, que, somados aos anteriores, deveriam sustentar a “ideologia jornalística” da *Folha*: serviço e didatismo. O texto do documento é

³⁷ No período de 1984 a 1987, as vendas do jornal praticamente duplicam. O número de assinantes passa de 116.960, em 30 de abril de 1984, para 206.135, em 19 de fevereiro de 1987, o que corresponde a um aumento de 78,85%. Esse aumento se traduz também em ampliação da fatia de publicidade divulgada em jornais diários em São Paulo, passando de 18,7%, em 1985, para 21,2% em 1986 (SILVA, 1988, p. 29).

³⁸ Os candidatos que concorreram ao cargo de governador do Estado de São Paulo eram: Orestes Quércia (PMDB), eleito governador; Antônio Ermírio de Moraes (PTB); Paulo Salim Maluf (PDS), Eduardo Matarazzo Suplicy (PT) e Francisco Teotonio Simões Neto (PH). Disponível em: <<http://www.seade.gov.br/produtos/moveleitoral/index.php?res=4>>. Acesso em: 12 fev. 2012.

esclarecedor sobre o que o Conselho Editorial entendia que fosse prioritário considerar na apuração e na elaboração das matérias jornalísticas. Transcrevo, abaixo, o trecho que trata dessas duas “novas” características que devem ser observadas pelos redatores e repórteres:

Essas duas características [serviço e didatismo] são inestimáveis na luta que visa transformar a *Folha* num produto de primeira necessidade para o público leitor, caminho obrigatório do desenvolvimento e da própria sobrevivência dos jornais. As edições devem conter informações úteis não apenas para o esclarecimento do leitor, mas para a sua vida concreta, prática. As pautas devem explorar os temas que mantenham relação real e imediata com a vida de quem compra ou assina o jornal. Os textos devem fugir tanto da especulação como de abstrações, para buscar imagens e exemplos no dia a dia, fixando no leitor o ponto permanente de referência (O PROJETO, 1985/86, s/p).

A prestação de serviços deixa de ocupar somente as bordas do jornal, as páginas de lazer e os classificados passam a fazer parte do conteúdo das notícias. Além disso, o jornalista deve considerar que o leitor não está familiarizado com o assunto em pauta, e que tudo, a partir de então, deveria ser explicado, esclarecido e detalhado.

Finalmente, o último documento da cronologia proposta por Silva (1988), a versão 1986/1987, além de reforçar os seis pontos básicos da versão anterior, vai insistir na necessidade de se tentar obter informações exclusivas, inéditas e de impacto.

A elaboração do *Manual Geral da Redação*, em 1984, que teve edição revista e ampliada em 1987 e nova publicação em 1992, não poderia ficar de fora dos documentos definidores da política editorial, pois será nele que o *Projeto Folha* passará a constar a partir de sua primeira publicação. Na versão de 1987, algumas regras anteriores se flexibilizaram, admitindo nuances e deixando de lado uma padronização considerada “intransigente”. Como afirma sua *Introdução*, as normas do novo manual “apostam na iniciativa e no discernimento individuais, na inventividade das soluções em cada caso e na disposição para manter o jornalismo em aperfeiçoamento constante” (MANUAL de Redação, 1987, p. 5). Na publicação de 1992, alguns pontos foram reafirmados. Entre as principais questões estão a neutralidade – no sentido de não engajamento político –, a objetividade – ainda que tida como “impossível”, é tomada como uma meta que deve ser perseguida – e o

profissionalismo, devendo o jornalista lembrar-se de seu “mandato” mesmo nos momentos de folga do trabalho.

Outra iniciativa da empresa foi a realização, desde 1985, dos seminários internos³⁹, com palestras e encontros com profissionais de destaque em diversas áreas. Esses encontros acabaram se consolidando no Programa de Treinamento da *Folha*, dirigido a estudantes e profissionais com pouca experiência jornalística e selecionados por concurso público. O objetivo do curso é proporcionar aos participantes que “coloquem em prática os princípios do projeto editorial do jornal” (MANUAL de Redação, 2010, p. 118). Isso significa, segundo o Manual, seleção criteriosa dos temas, abordagem abrangente dos fatos, reportagens ponderadas, críticas aprofundadas, redação de textos didáticos e contextualizados e finalmente familiaridade com o próprio Manual de Redação.

Após o projeto editorial de 1987, apenas mais dois documentos foram publicados: *A Hora das reformas*, em 1988, e *Caos da informação exige jornalismo mais seletivo, qualificado e didático*, em 1997. O primeiro alerta para a concorrência com outros jornais, que estariam aprimorando a qualidade de seus produtos, e para a inclusão da TV nessa disputa pela informação. O texto aponta a importância do Manual de Redação como solução para manter a excelência da *Folha*, devendo ser continuamente utilizado para evitar erros de apuração, de divulgação e de conteúdo, além de valorizar a utilização de infográficos e fotografias como material informativo. O segundo documento, publicado quase dez anos depois, ressalta as mudanças ocorridas ao longo da década de 1990 no plano internacional, principalmente o impacto da revolução tecnológica e da expansão da economia de mercado sobre a imprensa. Registra, ainda, o avanço de um jornalismo mais independente, ao mesmo tempo que aponta suas deficiências e enfatiza uma abordagem mais compreensiva e criteriosa dos fatos.

³⁹ Na apresentação do livro *Seminário de Jornalismo*, publicado em 1986, Otavio Frias Filho fala da iniciativa da *Folha* como uma estratégia “para reduzir o caminho entre a universidade e a redação [...]”. O objetivo é disseminar o estudo dos conhecimentos técnicos e estimular a vocação especializada em cada jornalista” (FRIAS FILHO, 1986, p. 7). O primeiro programa de cursos iniciou com um bloco de aulas práticas baseadas em erros de português e composto de 16 palestras, proferidas pelos seguintes profissionais: André Singer, Boris Casoy, Caio Túlio Costa, Carlos Eduardo Lins da Silva, Cláudio Abramo, Clóvis Rossi, Dacio Nitrini, Gilberto Dimenstein, Janio de Freitas, Luís Nassif, Matinas Suzuki Jr., Paulo Francis, Renata Rangel, Ricardo Kotscho, Rolf Kuntz e Sergio Augusto. A lista de nomes é significativa e acaba por indicar a abrangência temática e a prática jornalística que o seminário pretendia focar.

Desde 1986 havia uma sala reservada, na direção da *Folha*, “com o dizer ombudsman” (COSTA, 2006, p. 15), o que indicava que o cargo já estava em projeto, sendo efetivado em 1989. A existência desse espaço deixa transparecer que era um lugar institucional que vinha sendo pensado, o espaço configurava a presença concreta de uma ausência, ou seja, um vazio que precisava ser ocupado por alguém com experiência profissional que se dispusesse a fazer a relação do jornal com os leitores da *Folha* e que fizesse, também, uma leitura crítica do jornal, apontando as incorreções de conteúdo e de linguagem. Como os próprios documentos que deram sustentação ao *Projeto Folha* já apontavam, um conjunto de valores estava sendo incorporado e defendido, entre eles acuidade, objetividade e credibilidade e, para isso, conseqüentemente, já se mostravam necessárias ações de caráter interno e externo que comprovassem que a *Folha* buscava melhorar a qualidade informativa do jornal – é nesse contexto que se insere a figura do ombudsman⁴⁰.

A palavra “ombudsman” somente irá aparecer no Manual de Redação na edição de 1992. O Manual define o “ombudsman” como um representante dos interesses do leitor na estrutura do jornal, cabendo a ele atender os leitores da *Folha* e encaminhar as suas reclamações à redação. As providências tomadas são comunicadas a ele pela direção de redação, que centraliza todos os contatos. Além disso, o Manual fala de suas tarefas e das obrigações da *Folha* com o profissional:

Diariamente o ombudsman redige uma crítica interna que circula na Redação e áreas afins. Aos domingos, a *Folha* publica a coluna do ombudsman, em que ele faz uma crítica dos meios de comunicação, particularmente do desempenho do próprio jornal. Suas observações e sugestões não têm caráter deliberativo (MANUAL de Redação, 2010, p. 116).

Além de as sugestões do ombudsman não terem caráter deliberativo, é facultado aos jornalistas da *Folha* responder às observações feitas pelo ombudsman

⁴⁰ É interessante assinalar que Caio Túlio Costa, jornalista escolhido para ocupar o cargo de ombudsman, tenha sido o responsável pela implantação do sistema de terminais (que incluíam computador, vídeo e fotocopiadoras) na redação da *Folha*, em 1983. O sistema era parte nacional e parte americano, sendo 37 terminais de primeiro nível para os editores, editores assistentes e redatores qualificados, e 83 terminais de segundo nível para uso dos demais jornalistas. O processo de implantação do novo sistema provocou muitos conflitos em função das demissões de 70 pessoas da equipe de revisão e da dificuldade de adaptação do uso do equipamento. Apesar disso, em 1984 o sistema já estava implantado, ocasionando um ganho de tempo no processo industrial de, em média, 40 minutos, aumentando as possibilidades de as alterações no texto e na estrutura das páginas do jornal serem mais rápidas do que na máquina de escrever e passando a exigir do jornalista um texto que pudesse ser considerado “final”, pois não existia mais a figura do revisor.

tanto da crítica interna quando da coluna semanal. A partir do que afirma o Manual de Redação, o papel de mediador atribuído ao ombudsman, de viabilizar um conjunto de interações entre o âmbito interno do jornal (jornalistas, direção de redação e estrutura organizacional) e o âmbito externo (leitores, fontes e sociedade em geral), fica tensionado. Por um lado, porque não há uma relação direta entre o ombudsman e os jornalistas, ela é intermediada pela direção de redação da *Folha*. As críticas sobre os textos elaborados pela equipe de redação somente recebem resposta sob a tutela da *Folha*. Por outro lado, através de sua coluna semanal publicada aos domingos, valores editoriais e do próprio campo jornalístico tornam-se instrumento de cobrança pública, dando visibilidade à atividade de crítica. Nesse sentido, entendo que o cargo institucional do ombudsman, apesar das limitações intrínsecas da atividade, permite pensar o jornalismo a partir de seu lugar discursivo.

2.2.2 Lista dos ombudsmen da *Folha*

A seguir, listo o nome dos 10 jornalistas que ocuparam o cargo de ombudsman da *Folha de S. Paulo*, acompanhado de uma breve biografia que teve como principal referência o currículo Lattes, quando o jornalista possuía suas informações curriculares registradas nessa plataforma, orelhas de livros e blogs pessoais ou profissionais, bem como as datas da primeira e da última coluna publicadas por eles. Algumas das informações relacionadas ajudam a visualizar certas regularidades, como a formação superior em jornalismo, o trânsito pela secretaria de redação ou direção de editorias, entre as quais a de Opinião, Painel, Ilustrada e Ciência, o fato de terem contribuído para a divulgação da linha editorial através de cursos de capacitação, projetos editoriais, manual de redação, Agência *Folha* ou, ainda, o extenso período em que atuaram como jornalistas na *Folha*.

Caio Túlio Costa – de 24/09/1989 a 22/09/1991.

Mario Vitor Santos – de 29/09/1991 a 19/09/1993 e de 12/01/1997 a 28/12/1997.

Junia Nogueira de Sá – de 26/09/1993 a 25/09/1994.

Marcelo Leite – de 02/10/1994 a 05/01/1997.

Renata Lo Prete – de 08/03/1998 a 09/03/2001.

Bernardo Ajzenberg - de 18/03/2001 a 07/03/2004.

Marcelo Beraba – de 11/04/2004 a 01/04/2007.

Mário Magalhães – de 08/04/2007 a 06/04/2008.

Carlos Eduardo Lins da Silva – de 04/05/2008 a 21/02/2010.

Suzana Singer – de 24/05/2010 até os dias atuais.

Caio Túlio Costa⁴¹ – de 24/09/1989 a 22/09/1991 – é jornalista, doutor em Ciências da Comunicação pela USP, professor de Informação e Comunicação Digital na ESPM de São Paulo, executivo e consultor na área de comunicação. Foi professor de Ética Jornalística na Faculdade Cásper Líbero, em São Paulo. Trabalhou durante 21 anos no grupo *Folha*, onde foi editor da *Ilustrada*; secretário de redação nos anos 80 (quando ajudou a implantar o *Projeto Folha*); correspondente em Paris; primeiro ombudsman da imprensa brasileira; e criador da Revista da Folha. Ainda no grupo, fundou o *UOL* (Universo Online), provedor da internet do qual foi diretor-geral de 1996 a 2002. De 2006 a 2009, presidiu o Internet Group, empresa da então Brasil Telecom que unia os serviços iG, iBest e BrTurbo. Publicou quatro livros: *O que é anarquismo* (Brasiliense, 1981), *Cale-se* (A Girafa, 2003), *Ombudsman: o relógio de Pascal* (Geração Editorial, 2006) e *Ética, jornalismo e nova mídia – uma moral provisória* (Zahar, 2009). É coautor da primeira versão do *Manual Geral de Redação da Folha* (PubliFolha, 1984).

Mario Vitor Santos⁴² – de 29/09/1991 a 19/09/1993 e de 12/01/1997 a 28/12/1997 – é jornalista, doutor em Letras Clássicas pela USP (2008). Possui 20 anos de experiência profissional no jornalismo, 14 dos quais no jornal *Folha de S. Paulo*, exercendo, entre outras, as atividades de editor, diretor da Sucursal de Brasília, secretário de redação, ombudsman, repórter especial e crítico teatral. Publicou o livro *Os pensadores, um curso* (Relume Dumará/Casa do Saber, 2006) e foi o organizador do *Novo Manual da Redação da Folha de S. Paulo* (PubliFolha, 1992).

⁴¹ Informações obtidas a partir do currículo Lattes: Disponível em: <<http://buscatextual.cnpq.br/buscatextual/visualizacv.do?id=K4258244H9>>. Acesso em: 10 nov. 2012.

⁴² Informações obtidas a partir do currículo Lattes: Disponível em: <<http://buscatextual.cnpq.br/buscatextual/visualizacv.do?id=K4702045H7>>. Acesso em: 10 nov. 2012.

Junia Nogueira de Sá⁴³ – de 26/09/1993 a 25/09/1994 – é jornalista, cursou ainda Economia na USP e extensões nas áreas de Negócios e Gestão Empresarial. Desde 1982, trabalhou nos principais veículos brasileiros como *Folha da Tarde* (editora responsável), *Folha de S. Paulo* em 1983 (repórter especial), de onde saiu em 1986 para ir para a *Veja* (editora) e depois para a *Exame* (editora executiva). Voltou em 1990 para a *Folha*, onde foi editora e ombudsman. Em 1997, ingressou na área de Comunicação Corporativa como diretora de relações institucionais do Grupo Abril. Em 2000, passou a ocupar a posição de diretora de Comunicação Corporativa do Grupo Telefônica e entrou na Volkswagen em 2003, onde atuou como diretora de assuntos corporativos e imprensa. Em 2009, passou a coordenar a área de imprensa da Secretaria de Comunicação do governo do Estado de São Paulo.

Marcelo Leite⁴⁴ – de 02/10/1994 a 05/01/1997 – é jornalista, doutor em Ciências Sociais pela Unicamp. Atualmente é repórter especial da *Folha de S. Paulo* e colunista, escrevendo no *blog Ciência em Dia*, da *UOL*, às quartas-feiras. Trabalha há 26 anos no grupo *Folha* (1986 a 2012), onde exerceu as atividades de repórter, assistente, repórter especial, correspondente em Berlim, editor de Opinião, Ciência e Mundo, ombudsman e atuou como coordenador de Treinamento da *Folha*. Em 2005, recebeu o Prêmio José Reis de Jornalismo Científico, do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq). Em 2009, obteve o Prêmio Esso em Informação Científica, Tecnológica e Ecológica com a equipe da revista especial *No Coração da Antártida* (Folha de S. Paulo, 2009). Entre outros livros, publicou *Os alimentos transgênicos* (PubliFolha, 2000), *A Floresta Amazônica* (PubliFolha, 2001), *O DNA* (PubliFolha, 2003), *Amazônia – Terra com Futuro* (Ática, 2005); *Meio Ambiente e Sociedade* (Ática, 2005), *Pantanal – O Mosaico das Águas* (Ática, 2006), *Brasil – Paisagens Naturais* (Ática, 2007), *Promessas do Genoma* (UNESP, 2007) e *Darwin* (PubliFolha, 2009).

⁴³ Não possui currículo Lattes e os sites consultados, em novembro de 2012, foram:

<http://www.jornaldacomunicacao.com.br/Meeting_palestrante.asp>;

<http://portalimprensa.uol.com.br/trofeumulherimprensa/7edicao/063_junia_nogueira_de_sa.asp>;

<<http://cienciaemdia.folha.blog.uol.com.br/perfil.html>>.

⁴⁴ A biografia de Marcelo Leite foi construída tomando como referência a página <<http://cienciaemdia.folha.blog.uol.com.br/perfil.html>>, que traça um perfil do jornalista, e o seu currículo Lattes, disponível no endereço <<http://buscatextual.cnpq.br/buscatextual/visualizacv.do?id=K4131702J4>>, ambos consultados em novembro de 2012.

Renata Lo Prete⁴⁵ – de 08/03/1998 a 09/03/2001 – é jornalista. Iniciou sua carreira em 1985 como revisora em *O Estado de S. Paulo* e passou pelo *Jornal da Tarde*, atuando como repórter de cultura. Trabalhou na *Folha de S. Paulo* durante 26 anos, de 1986 a 2012. Em 1986, atuou como repórter na *Ilustrada*. Posteriormente, foi correspondente do jornal em Nova York, ocupou o cargo de editora adjunta de Exterior e de editora do caderno de Ciência, além de apresentar o programa *Rede Folha*, na TV, antes de assumir a chefia da Primeira Página do jornal, onde ficou por seis anos e meio. Em 1998, assumiu o cargo de *ombudsman* do jornal, cumpriu três anos de mandato, para assumir em 2001 a função de editora da coluna Painel. Em 2005, ganhou o Prêmio Esso por uma série de entrevistas com o então deputado Roberto Jefferson (PTB-RJ), desencadeando o que ficou conhecido como o escândalo do Mensalão. Em 2011, estreou como comentarista de política da *Globo News*. Em 2012, deixou seu posto na *Folha*, ficando somente na emissora jornalística.

Bernardo Ajzenberg⁴⁶ – de 18/03/2001 a 07/03/2004 – é jornalista, escritor e tradutor. Formado em Jornalismo pela Cásper Líbero em 1983, exerce a profissão desde 1976. Trabalhou em publicações como a revista *Veja* e os jornais *Última Hora* e *Gazeta Mercantil*. Atua na *Folha de S. Paulo* desde 1985, na qual desempenhou sucessivamente as funções de secretário de redação, editor do caderno *Mais!*, diretor da Agência Folha de Notícias e do Banco de Dados, ombudsman e diretor de conteúdo da *Folha Online*. Paralelamente, foi coordenador executivo do Instituto Moreira Salles de 2004 a 2008. Traduziu para o português mais de 30 obras literárias dos idiomas inglês, francês e espanhol. Como ficcionista, publicou os romances *Carreiras cortadas* (Francisco Alves, 1989), *Efeito suspensório* (Imago, 1993), *Goldstein & Camargo* (Imago, 1994), *Variações Goldman* (Rocco, 1998), *A gaiola de Faraday* (Rocco, 2002) e *Olhos secos* (Rocco, 2009). Publicou ainda o volume de contos *Homens com mulheres* (Rocco, 2005).

⁴⁵ Os dados biográficos foram retirados da página do Portal do Jornalista (<<http://www.portaldosjornalistas.com.br/perfil.aspx?id=9690>>), consultada em novembro de 2012. Não possui currículo Lattes.

⁴⁶ Não possui currículo Lattes, e os dados consultados foram retirados dos seguintes sites: <<http://www.companhiadasletras.com.br/autor.php?codigo=02647>>, <<http://editora.cosacnaify.com.br/Autor/1359/Bernardo-Ajzenberg.aspx>> e <http://www.itaucultural.org.br/aplicexternas/enciclopedia_lit/index.cfm?fuseaction=biografias_texto&cd_verbete=5744&cd_item=35>.

Marcelo Beraba⁴⁷ – de 11/04/2004 a 01/04/2007 – é jornalista. Formado pela UFRJ, iniciou sua carreira como repórter no jornal *O Globo*, em 1971. Foi também editor executivo do *Jornal do Brasil* e do *Jornal da Globo*, na TV Globo. Na *Folha de S. Paulo*, onde permaneceu por 22 anos, além de dirigir a sucursal carioca do jornal, exerceu os cargos de chefe de reportagem, editor de Cidades e de Política, secretário de redação e ombudsman. É um dos fundadores da Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo (Abraji) e trabalhou como diretor da sucursal do Rio de Janeiro do jornal *O Estado de S. Paulo*. No ano de 2005, recebeu o Prêmio de Excelência em Jornalismo do *International Center for Journalism*, em Washington.

Mário Magalhães⁴⁸ – de 08/04/2007 a 06/04/2008 – é jornalista. Formou-se na UFRJ e é repórter desde 1986. Trabalhou na *Tribuna da Imprensa*, em *O Globo* e *O Estado de S. Paulo* antes de ingressar na *Folha de S. Paulo*, em 1991. Na *Folha*, foi editor assistente do Folhateen, editor assistente e colunista de Esportes, repórter da sucursal do Rio de Janeiro e repórter especial. Escreveu em 2003 a biografia do guerrilheiro Carlos Marighella (1911-1969). Entre prêmios e menções honrosas, recebeu duas vezes o Prêmio Folha de Reportagem, duas vezes o Prêmio da Sociedade Interamericana de Imprensa, o Grande Prêmio Esso de Jornalismo, o Prêmio Lorenzo Natali (da União Europeia), o Prêmio Vladimir Herzog, a Medalha Chico Mendes de Direitos Humanos e o Prêmio Direitos Humanos-RS. É coautor, com o fotógrafo Antônio Gaudério, do livro de reportagens *Viagem ao País do Futebol* (DBA, 1998), autor do livro-reportagem *O Narcotráfico* (Publifolha, 2000) e *Marighella: o guerrilheiro que incendiou o mundo* (Companhia da Letras, 2012).

Carlos Eduardo Lins da Silva⁴⁹ – de 04/05/2008 a 21/02/2010 – é jornalista, sindicalista e professor livre-docente da Escola de Comunicações e Artes

⁴⁷ Consultada página da ABI online: <<http://www.abi.org.br/paginaindividual.asp?id=1461>>. Acesso em: 10 nov. 2012. Não possui currículo Lattes.

⁴⁸ Os dados foram coletados no site <http://www1.folha.uol.com.br/folha/ombudsman/biografia-mario_magalhaes.shtml>, consultado em novembro de 2012. Não possui currículo Lattes.

⁴⁹ Em função de sua ampla produção, relacionada tanto à prática nas redações quanto à pesquisa acadêmica, foram muitos os dados encontrados sobre Carlos Eduardo Lins da Silva, não sendo simples resumir os fatos mais relevantes para esta tese. Além de informações fornecidas por editoras que publicaram seus livros, utilizaram-se como fonte duas matérias. A primeira foi um perfil publicado na *Revista PCLA*, v. 1, n. 3, abril/maio/junho de 2000, disponível no endereço <<http://www2.metodista.br/unesco/PCLA/revista3/perfis3-1.htm#Apresenta%C3%A7%C3%A3o>>, consultada em novembro de 2012. A segunda, publicada no livro *O jornalista e a prática*, realizada pela professora e pesquisadora Beatriz Marocco, e que, apesar de não abordar o período em que Lins da Silva exerceu o cargo de ombudsman, contribui para a checagem de dados e para a compreensão reflexiva sobre os jornalistas que “ocupam lugares estratégicos na produção e

da USP. Iniciou a sua carreira de jornalista como repórter aos 19 anos em dois jornais da capital paulistana, *Diário da Noite* e *Diário de São Paulo*. Passou a trabalhar em Santos como subeditor de Educação da *Tribuna de Santos*, pertencente aos Diários Associados, e foi redator do suplemento *Jornal de Domingo*, do *Diário de São Paulo*. Através da Editora e Comunicações Proal (da qual era diretor), conheceu Otavio Frias Filho, em 1978, quando organizou um debate entre o futuro diretor de redação da *Folha* e Júlio César Mesquita. Cinco anos mais tarde, entrevistaria Frias Filho para a revista *Crítica da Informação* e em 1983, por intermédio de André Singer, tornar-se-ia o seu secretário de redação depois de ter passado pela *Agência Folha* e pela editoria de Cidades. Como secretário de redação, participou da formulação e da execução do *Projeto Folha*. Em 1992, foi diretor da sucursal da *Folha* em Brasília. Publicou vários livros, entre eles *Mil dias: os bastidores da revolução de um grande jornal* (Trajetória Cultural, 1988), *O adiantado da hora: a influência americana sobre o jornalismo brasileiro* (Summus, 1991), *Communication and transition to democracy in Latin America* (Thomas Skidmore, 1992) e *Brasil: trânsito da memória* (Edusp, 1994).

Suzana Singer⁵⁰ – de 24/05/2010 até os dias atuais – é jornalista. No jornal desde 1987, atuou por quase seis anos como secretária de redação da *Folha*, entre março de 2004 e janeiro de 2010. Trabalhou ainda na área de edição, como diretora de revistas especiais da *Folha* e editora de Cotidiano. O nome da nova ombudsman foi anunciado no dia 17 de fevereiro de 2010, por meio de um comunicado assinado pelo diretor de redação, Otavio Frias Filho, dirigido aos funcionários do jornal. Como ombudsman, ela escreve aos domingos na versão impressa e renovou o seu contrato até abril de 2013.

2.3 A pesquisa acadêmica sobre ombudsman no Brasil

O acúmulo de discussão teórica em torno do termo “ombudsman” no Brasil⁵¹ não é pequeno. Identifiquei, a partir do Banco de Teses da Capes, 34 trabalhos⁵²,

reprodução do saber jornalístico” (MAROCCO, 2012, p. 7). Apesar de sua grande produção bibliográfica, Lins da Silva não possui currículo Lattes.

⁵⁰ Os poucos dados existentes foram encontrados na página da UOL: <<http://www1.folha.uol.com.br/colunas/suzanasinger/1176459-cadeia-neles.shtml>>. Não possui currículo Lattes ou um perfil publicado.

⁵¹ Cito, em função de sua importância, três autores que defenderam seus trabalhos no exterior, pois, de certa forma, suas pesquisas serviram de base para os trabalhos nacionais. São eles: Donald C.

cadastrados desde 1992 que versam sobre o assunto em diferentes áreas do conhecimento. Desse total, somente nos campos do Direito e da Administração foram encontradas, em cada um, oito dissertações, além de duas teses na área jurídica. Isso significa que aproximadamente 53% das pesquisas cadastradas no Banco de Dados da Capes sobre “ombudsman” foram realizadas por esses cursos.

Nas Ciências Jurídicas, o tema do ombudsman está relacionado ao papel das Ouvidorias Públicas, entendidas como instrumentos de aprimoramento da democracia (COIMBRA, 2003; NASSIF, 2007). Ora o cargo do ombudsman é comparado ao papel do promotor de Justiça, ora ao do Ministério Público (COIMBRA, 2007; PARISI, 2001; RULLI NETO, 2007). É interessante destacar ainda que, em seu conjunto, as pesquisas partem do paradigma do Estado Democrático de Direito, apontando a Constituição Federal de 1988 como um marco da consolidação da democracia no Brasil. Embora a Constituição de 1988 não tenha contemplado a instituição da Ouvidoria, ela abre margem para a necessidade de sua existência, segundo a pesquisa de mestrado de Moreira (2009), diante do dever da gestão pública de observar os princípios contidos no Artigo 37 da Constituição – que possibilitam ao cidadão, usuário dos serviços públicos, participar com reclamações, denúncias, críticas e sugestões. Os demais trabalhos apontam, ainda, que nesse período há um fortalecimento da democracia participativa na Europa e na América Latina, abrindo caminho para a criação de canais entre o cidadão e o poder público mediante mecanismos importantes de participação popular (GOMES, 2000; GUIMARÃES, 1995).

Na área de Administração, os textos de análise aparecem direcionados para a inserção “estratégica” do ombudsman na relação da empresa com seus públicos

Rowat (1973), dissertação publicada na cidade do México; Antônio José Veiga Roldão (1999), dissertação defendida em Havana – ambas de caráter historicista; e, ainda, Kênia Beatriz Maia (2004), dissertação defendida na França e que investiga o cargo do ombudsman de imprensa à luz da sociologia das profissões, entendendo a ouvidoria de imprensa como um agrupamento profissional em formação.

⁵² Tendo por objetivo complementar as informações encontradas no Banco de Teses da Capes e tentando não deixar pesquisas importantes de fora do mapeamento, foi feita uma nova busca com o termo “ombudsman” em outros depositórios de teses e dissertações. Essa busca restringiu-se à área das Ciências Sociais Aplicadas e, mais especificamente, aos sites de pós-graduação em Comunicação/Comunicação Social dos seguintes depositórios: Biblioteca Digital de Teses e Dissertações <<http://bdtd.ibict.br>>; Catálogo de Teses e Dissertações da Pós-Graduação em Comunicação Social da PUCRS <<http://verum.pucrs.br/ppgcom>>; Biblioteca Digital de Teses e Dissertações da USP <<http://www.theses.usp.br>>; e Biblioteca Digital de Teses e Dissertações da UnB <<http://bdtd.bce.unb.br/tesesimplificado>>. O resultado das consultas realizadas não acrescentou itens novos aos que o Banco de Teses da Capes já havia apresentado. Não foi realizada uma busca pelo termo “ombudsman” em outros campos do conhecimento por não serem o foco desta pesquisa.

(LAROCCA, 2004; ROCHA, 2007), ou para a ouvidoria como uma opção estratégica que ganha importância e projeção à medida que aumentam as exigências dos investidores por transparência nas informações e por boa governança corporativa nas empresas (PINSKI, 2003; VIANA JUNIOR, 2003). Em contextos distintos, os trabalhos citados abordam o cargo do ombudsman associado à sua condição de instrumento da comunicação estratégica, relacionado a pontos de vista mais mercadológicos.

Mesmo a partir do foco no jornalismo, torna-se importante destacar as temáticas desenvolvidas em torno do ombudsman nos campos jurídico e administrativo. Para esta pesquisa, interessa compreender inicialmente o contexto legislativo e institucional que permitiu a criação do cargo do primeiro ombudsman na imprensa brasileira. As pesquisas do curso de Direito relacionam esse evento com a criação de canais de participação dos cidadãos e com a consequente criação das Ouvidorias Públicas. Em segundo lugar, os trabalhos da área da Administração permitem vincular o ombudsman a um lugar institucional e mediador da empresa com seus públicos, apesar do caráter fortemente mercadológico. Tema semelhante, mas sob outro enfoque, é abordado nas pesquisas das áreas da Linguística e da Comunicação, que dialogam especificamente com esta tese e sobre as quais passo a discorrer.

Após filtrar os 47% restantes do conjunto dos 34 itens encontrados no Banco de Teses da Capes, identifiquei 10 trabalhos⁵³ com maior potencialidade de interlocução com minha pesquisa. São estudos desenvolvidos nos campos da Comunicação⁵⁴ e da Linguística⁵⁵, especialmente os que mesclam a Análise do Discurso de linha francesa (AD) e a Comunicação – ou, mais especificamente, o Jornalismo.

Assim, minha pesquisa dialoga com os trabalhos que tomam o discurso do ombudsman como objeto, embora possuam objetivos distintos do que é desenvolvido aqui. Algumas pesquisas se dedicam, por exemplo, a observar o

⁵³ Somando esses 10 trabalhos aos 18 da Administração e do Direito, chega-se a um total de 28 pesquisas, restando somente 6, que são de áreas do conhecimento variadas, sendo 2 da Ciências Sociais, 3 da Saúde Pública e 1 da Educação, as quais não foram aprofundadas, pois as considerei menos significativas para a pesquisa.

⁵⁴ Nesse campo do conhecimento, foram incluídos 4 trabalhos da Comunicação, 1 trabalho de Múltiplos e 1 trabalho da Ciência da Informação.

⁵⁵ Nessa área, foi incluída a própria Linguística com 3 trabalhos e a Língua Portuguesa com 1 trabalho.

ombudsman como um mediador⁵⁶ entre a instituição e o público. A relação com o leitor é um dos principais focos de interesse, como aponta a dissertação de Estela Maria de Carvalho Azevedo (1992), que examinou os aspectos da intertextualidade na coluna de Caio Túlio Costa. Fundamentada numa abordagem da Linguística Textual e da Linguística da Enunciação, a coluna do ombudsman foi considerada como um dos gêneros do discurso jornalístico, especificamente do gênero opinativo, concluindo que “o ombudsman, embora se apresente como o advogado do leitor, é o porta-voz da *Folha de S. Paulo* por seus comentários, construindo com eles a opinião pública para os leitores” (AZEVEDO, 1992, p. 4).

Na mesma direção, estão as dissertações de Jairo Farias Mendes (1998), de Henrique Junio Felipe (2005) e de Euclides Santos Mendes (2007). Apesar de suas especificidades, também colocam em xeque a atividade de ombudsman como “representante do leitor” e concluem que esse profissional não é necessariamente um defensor dos interesses do leitor, mas um mediador das relações entre o jornal e seus leitores.

Mendes (1998) analisa o discurso do ombudsman nas colunas publicadas na *Folha de S. Paulo* no período de um ano, de dezembro de 1995 a dezembro de 1996. A pesquisa demonstra que o discurso do ombudsman diferencia-se de outros discursos midiáticos, tendo a sua principal particularidade no uso de estratégias enunciativas que buscam criar um diálogo com o leitor e os jornalistas. Para o autor, o ombudsman usa estratégias “opostas” neste diálogo: por um lado, foge da impessoalidade característica do jornalismo e busca uma relação de intimidade com o leitor, por outro, cria uma interlocução conflituosa com os profissionais da imprensa.

Diferentemente da pesquisa de Mendes (1998), a de Felipe (2005), da área da Linguística, parte da concepção de leitura como prática heterogênea de produção de sentidos e, sendo advinda da Análise do Discurso (AD), concebe tanto o produtor quanto o leitor do jornal como sujeitos de uma prática discursiva afetada. O autor analisa a visão de leitura e de leitor de jornal presentes no discurso do ombudsman da *Folha de S. Paulo*, procurando demonstrar que do discurso do ombudsman

⁵⁶ Diferentemente dos demais, o trabalho de Zarcillo Rodrigues Barbosa (1995), intitulado *Direito de resposta* e defendido no Doutorado em Ciências da Comunicação, da USP, não considera o ombudsman um mediador, mas pensa a sua figura como uma estratégia das empresas de comunicação ao tentarem substituir o direito de resposta. O trabalho, apesar de ser da área da Comunicação, trata das prerrogativas legislativas com base no Direito Constitucional.

emerge o seu papel “didático” de orientação do leitor na compreensão do jornal. Nesse papel, ele procura direcionar o leitor para a possibilidade de uma leitura “transparente” da realidade que o jornal apresenta, ou seja, livre de coerções político-ideológicas. A dissertação critica o discurso de leitor e de leitura referendado pelo ombudsman, que é exercido em nome de uma ideia de “transparência” com o objetivo de garantir uma leitura “desideologizada” da realidade, que, no caso desse profissional jornalista, corresponde a fiscalizar os deslizes do jornal, especialmente no que tange à aplicação das técnicas redacionais e das normas gramaticais (FELIPE, 2005).

Numa perspectiva comparatista, o trabalho de Euclides Santos Mendes (2007) procura entender o aparecimento e o cargo do ombudsman nas imprensas brasileira e portuguesa. Para isso, empreende uma revisão das principais correntes teóricas sobre a comunicação de massa e o jornalismo, além de traçar um panorama histórico do jornalismo nos dois países, do passado ao contemporâneo. A pesquisa é ilustrada por uma análise comparada das colunas semanais dos ombudsmen da *Folha de S. Paulo* e do *Diário de Notícias*, jornais de referência na formação da opinião pública, no Brasil e em Portugal. Outro trabalho que realizou uma análise comparativa entre esses dois países, mas com metodologia distinta, fazendo uma revisão bibliográfica e uma observação participante, é a tese de Marcus Vinícius Minuzi (2007) sobre o Conselho do Leitor do jornal *Zero Hora*. Essa pesquisa relaciona dois mecanismos distintos que promovem a participação do leitor: de um lado, o “provedor do leitor”, figura correspondente ao ombudsman em Portugal, e de outro, os conselhos de leitores, tomando-se o caso da *Zero Hora*, em Porto Alegre. As quatro pesquisas citadas contribuíram para a formulação de questões que foram desenvolvidas nesta tese, pois, ao tratarem do ombudsman como um “mediador” entre a empresa jornalística e o público leitor e enfatizando o seu papel de mecanismos de regulação deontológica da profissão, possibilitaram visualizar e compreender melhor uma das posições discursivas ocupadas pelo profissional a partir de seu lugar institucional. Com base nessa perspectiva, foi possível avançar para pensar a concomitância de distintas posições assumidas pelo ombudsman.

Foco de pesquisas mais recentes, as reflexões sobre o discurso do ombudsman passam a incluir as noções de gênero, de *ethos* e de sujeito jornalista (COSSARI, 2008; RODRIGUES, 2008), utilizando como referenciais teóricos principais Dominique Maingueneau e Michel Foucault. A dissertação de Paulo

Henrique Cossari (2008), em *Linguística*, apresenta uma análise das imagens que o ombudsman da *Folha de S. Paulo* cria de si, em suas publicações no periódico. Como base teórica, além de estudos recentes da Análise do Discurso, o autor discorre sobre as teorias da Retórica e da Pragmática. Cossari (2008) toma como corpo de análise quatro meses de publicação da coluna do ombudsman, de abril a julho de 2008, que servem para referendar a conclusão: “As imagens que o ombudsman constrói de si durante seu texto são dispositivos do bem falar, para promover a adesão dos leitores ao seu texto” (COSSARI, 2008, p. 14). Apesar de o trabalho de Cossari (2008) inserir a discussão de *ethos* (discursivo) e de gênero a partir de Maingueneau (2004, 2008), suas conclusões ainda se limitam a reproduzir aquilo que já havia sido apresentado pelos demais trabalhos até agora comentados.

Em visão um pouco mais abrangente, mas seguindo a mesma linha teórico-metodológica, Rodrigues (2008) adota como referências Foucault (1996, 2000), mais especificamente a sua noção de sujeito, relacionada ao discurso e ao poder, e Maingueneau (1995, 2004), em suas definições de *ethos* e de cenografia. Com isso, a autora busca entender como o discurso da mídia ajuda a constituir o sujeito jornalista e sua identidade, tomando como *corpora* de análise a coluna do ombudsman do jornal *Folha de S. Paulo* e outros textos de diferentes gêneros que, de alguma forma, dialogam com a coluna. É interessante perceber como os conceitos de cena enunciativa, cenografia, *ethos* discursivo e comunidades discursivas são aplicados na análise e permitem vislumbrar (RODRIGUES, 2008, p. 9):

[...] os esforços do jornalista por reafirmar-se como mediador da informação coletiva, como coenunciador de todos os discursos que estão em constante embate na sociedade, mas permitem também perceber um sujeito que não se encaixa mais perfeitamente na identidade do jornalista como dono da verdade.

O trabalho merece ser destacado, pois sua leitura foi relevante para a construção do meu problema de pesquisa não somente por permitir um diálogo teórico-metodológico, mas por refletir a respeito de “como jornalistas e empresas de jornalismo buscam consolidar um processo de construção de identidade que garanta a sua própria existência, com base nas supostas necessidades de informação da sociedade e dos leitores” (RODRIGUES, 2008, p. 14). Essa reflexão torna complexo o discurso do ombudsman e perturba o seu lugar de legitimidade.

A revisão, nas pesquisas acadêmicas, de noções e enfoques que foram adotados em teses e dissertações utilizando o termo-chave “ombudsman” como norteador da temática e da problemática permitiu perceber um desgaste na noção de mediação, que perde força como argumentação teórica. Por outro lado, a produção acadêmica ajuda a sustentar a elaboração de premissas, que podem ser construídas através do mapeamento dos temas que reverberam e que modelam o discurso do ombudsman, espaços caracterizados como epistemológicos, deontológicos, normativos, críticos e educativos. Dessa forma, os limiares discursivos, sistematizados pelas pesquisas empíricas, são percebidos nos relatos do ombudsman como estratégias de credibilização de um discurso e de um lugar institucional. Acredito que, com essa problematização, seja possível pensar de que maneira o saber jornalístico tem sido “valorizado, distribuído, e, de certo modo, atribuído” (FOUCAULT, 1996, p. 17) no campo da comunicação e da informação, pensando o papel do ombudsman não mais como mero intermediário do processo.

3 DISCURSO E JORNALISMO

O campo do conhecimento que trata das teorias da linguagem é muito amplo e traz consigo um conjunto de termos e definições próprios de cada área. A Retórica, a Pragmática, a Linguística Textual, a Narratividade, a Análise do Discurso são áreas que tangenciam a linguagem, mas é sobre esta última, a AD⁵⁷, um campo relacional que dialoga tanto com os pressupostos das citadas como com os de outras, que recai meu interesse. Aciono, a seguir, o referencial teórico-metodológico para a análise que desenvolvo.

A AD, análise do discurso de linha francesa, preocupa-se em compreender a língua fazendo sentido, sendo constitutiva da mediação simbólica entre homem e história. Ela não trata da língua somente como um sistema abstrato de signos, mas em suas maneiras de significar, considerando a produção de sentidos a partir de sujeitos históricos e socialmente inseridos. Como explica Michel Pêcheux (1995), não há discurso sem sujeito e não há sujeito sem ideologia, pois o indivíduo é interpelado em sujeito pela ideologia e é assim que a língua faz sentido. Portanto, nessa articulação entre sujeito, discurso e ideologia se constroem os movimentos de sentidos no texto, relação afetada pelas determinações histórico-sociais percebidas na materialidade do discurso.

O discurso, o objeto teórico da AD, é encarado como um processo que se estabelece tendo a língua como base e ao redor do qual a ideologia, a história e o sujeito irão gravitar. A língua é condição de possibilidade do discurso. O discurso é efeito de sentido entre os interlocutores (PÊCHEUX, 1995), sendo o ponto crucial em que se cruzam os diversos fios que vão sendo trançados pelo analista do discurso. Assim, reelaborando o pensamento de Pêcheux (1995), para Ferreira (1998, p. 203), mais do que um resultado, “o discurso vai definir um processo de significação no qual estão presentes a língua e a história, em suas materialidades, e o sujeito, devidamente interpelado pela ideologia”.

Etimologicamente, “a palavra discurso tem em si a ideia de curso, de percurso, de correr, de movimento. O discurso é assim palavra em movimento”

⁵⁷ Cabe esclarecer que, grosso modo, os analistas do discurso se filiam a duas tendências: a americana e a francesa. A primeira está mais relacionada com a análise de unidades linguísticas, e a segunda é conhecida pela abreviatura AD, de linha francesa, tendo como marco referencial a década de 70 e o pensamento de Michel Pêcheux, que elabora sua reflexão sobre o discurso na interação entre língua, história e ideologia.

(ORLANDI, 2001, p. 15). O sentido de discurso, tomado desse modo como interação, permite considerar a exterioridade do discurso. O pesquisador, ao selecionar o(s) texto(s) – no caso do discurso aqui examinado, o do ombudsman –, faz a relação da materialidade com a exterioridade. O texto em relação ao discurso será visto como uma unidade complexa e heterogênea. Porém, segundo Orlandi (1996, p. 14), a AD não está interessada no texto como objeto final de sua explicação, “mas como unidade que lhe permite ter acesso ao discurso. O trabalho do analista é percorrer a via pela qual a ordem do discurso se materializa na estruturação do texto”. Assim, para o analista do discurso, o texto, apesar de, em sua apresentação, ter um começo, um meio e um fim, como discurso é incompleto, não é fechado, pois tem relação com outros textos, com suas condições de produção, ou com o que a AD denomina sua exterioridade constitutiva: o interdiscurso ou a memória do dizer.

A ligação da materialidade do texto com a sua exterioridade assinala a impossibilidade de reconhecer um texto como “original”, porque, como já foi destacado, existem vários textos possíveis num mesmo texto, e essa mesma analogia pode ser estendida aos discursos. Entretanto, isso não significa que, para os analistas do discurso, seja possível considerar que um texto ou um discurso possa tomar qualquer direção aleatoriamente, pois, nesse caso, a relação com a exterioridade não existiria.

Problematizar um tema a partir da AD é movimentar um conjunto de aparatos teóricos e metodológicos para investigar como um determinado discurso funciona, relacionando-o com a sua exterioridade, levando em conta a sua materialidade discursiva e não deixando de mencionar a linguagem como não transparente. Ocorre, tendo em vista essas três considerações, um deslocamento da questão de análise, que não é mais pesquisar o “quê” e sim o “como”, indicando, também, que a resposta para o analista do discurso está no próprio texto “porque este o vê como tendo uma materialidade simbólica própria e significativa, como tendo uma espessura semântica” (ORLANDI, 2007, p. 18). Dessa maneira, o trabalho de interpretação se volta para a pergunta do problema de pesquisa, que reside no “como”, e, por consequência, a resposta está na discursividade do objeto, entendida em sua intertextualidade⁵⁸ ou “exterior enunciativo”⁵⁹.

⁵⁸ A expressão *intertextualidade* foi utilizada pela primeira vez por Kristeva em 1969, texto traduzido para o português com a denominação de *Introdução à semálice*, significando que: “todo texto é

No aporte do jornalismo, este estudo se insere em um paradigma construcionista⁶⁰, mais especificamente na teoria interacionista⁶¹. A adesão a essa visão está embasada em pelo menos duas questões: (1) por entender que toda representação é uma construção subjetiva da realidade (BENETTI, 2007) e também (2) por perceber que o jornalismo, com seu relato, ajuda a construir a percepção da realidade (BERGER; LUCKMANN, 2009; HACKETT, 1993; RODRIGO ALSINA, 2009; TUCHMAN, 1993).

A noção de “construção social da realidade”, tal como definida por Berger e Luckmann (2009), localiza-se no nível da vida cotidiana, em que se dá um processo de institucionalização das práticas e dos papéis. Esse processo é, ao mesmo tempo, social e intersubjetivamente construído. Estabelecer a relação entre o conceito de “construção da realidade” e a prática jornalística é reconhecer o papel socialmente legitimado e institucionalizado do jornalismo, que transforma alguns fatos da realidade social em acontecimentos socialmente relevantes da realidade pública. Como diz Rodrigo Alsina (2009, p. 47), “essas competências são realizadas no interior de aparelhos de produção, circulação e reconhecimento específicos: a mídia”. A atividade jornalística é uma manifestação socialmente reconhecida e compartilhada.

absorção e transformação de um outro texto. Em lugar da noção de intersubjetividade, instala-se a de *intertextualidade*, e a linguagem poética lê-se pelo menos como dupla” (KRISTEVA, 2005, p. 68). Segundo Smoyault (2008) Kristeva produz a definição a partir da ideia de Bakhtin de que em todo texto a palavra introduz um diálogo com outros textos. Para Samoyault, a intertextualidade é “uma noção ambivalente, que nasce no contexto epistemológico dos anos 60, que buscava fundamentar o discurso literário numa linguagem própria e específica, a partir de termos como estrutura, estruturalismo, significância, produção textual ou prática textual, apoiados numa nova definição de texto. [...] a intertextualidade aparece primeiro como uma noção linguística e abstrata, integrada à análise transformacional (redistribuição da ordem da língua e transformação dos códigos), a fim de levar em conta o social e o histórico” (SAMOYAUULT, 2008, p. 14-15).

⁵⁹ Maingueneau (2008) traz a noção de “exterior” enunciativo para referir-se à intertextualidade, buscando entender o discurso através do interdiscurso, problematizando a gênese e a interdiscursividade.

⁶⁰ A partir das investigações acadêmicas sobre jornalismo, emergem, na década de 1970, as teorias construcionistas. Partilhadas por teóricos das linhas estruturalista e interacionista, propõem pensar a notícia como um processo de construção da realidade, na qual o jornalista não é um mero observador, mas tem um papel ativo nessa representação (BERGER; LUCKMAN, 2009; HALL et al, 1993; MOLOTCH; LESTER, 1974; TRAQUINA, 2002; TUCHMAN, 1993).

⁶¹ Traquina (2002, p. 128) explica que a teoria interacionista defende que “as notícias são uma construção social onde a natureza da realidade é uma das condições, mas só uma, que ajuda a moldá-las. Elas refletem também: 1) a ‘realidade’, os aspectos manifestos do acontecimento; 2) os constrangimentos organizacionais, que poderão incluir a intervenção directa do(s) proprietário(s) e os imperativos econômicos; 3) as narrativas que governam o que os jornalistas escrevem; 4) as rotinas que orientam o trabalho e condicionam toda a actividade jornalística; 5) os valores notícias dos jornalistas; 6) as identidades das fontes de informação contactadas”. Para os teóricos interacionistas, o jornalismo é uma atividade complexa que interage com o mundo social e político.

Rodrigo Alsina (2009) afirma que os jornalistas têm a incumbência de recompilar os acontecimentos e os temas mais importantes, dando-lhes sentido. Mas, para que possam ter reconhecimento nessa tarefa, sua relação com a audiência se estabelece através de um contrato⁶² pragmático fiduciário social e historicamente definido. Esse contrato baseia-se em atitudes epistêmicas coletivas que foram se compondo através da implantação do uso social da mídia como participante da construção da realidade social de importância pública. Segundo o autor, a manutenção desse contrato estaria vinculada à credibilidade dos jornalistas, o que significa que “devemos acreditar que isso que se diz é verdade e que aconteceu de fato assim mesmo” (RODRIGO ALSINA, 2009, p. 48). Caso contrário, as notícias publicadas não serviriam para informar, por não serem credíveis para os leitores, e o contrato romper-se-ia.

Sob essa perspectiva, o jornalismo se firma como um gênero discursivo socialmente legitimado para falar do que lhe é exterior – dos acontecimentos do mundo – a partir do entendimento de que o discurso por ele produzido é “verdadeiro”⁶³. Essa construção discursiva, que vincula a legitimação do jornalismo ao seu papel de retratar fielmente a realidade, foi um esforço empreendido no final do século XIX para desvincular a imprensa da política e baseá-la no relato de fatos. Com isso, gerou-se a “formação de um novo código deontológico que levaria o jornalismo a ser identificado com valores até hoje a ele associados, como a verdade, a independência, a objetividade e a noção de serviço público” (TRAQUINA, 2005, p. 34).

Outro autor que trata do papel do jornalismo nas sociedades modernas e contemporâneas é Franciscato (2005), que insere a atuação da instituição jornalística⁶⁴ num tipo próprio de vivência social do tempo presente. Com isso, ele

⁶² O “contrato” estabelecido com os leitores é um debate recorrente e vem sendo tratado por diferentes autores, com denominações também distintas. Para Verón (2004, p. 218), “todo suporte de imprensa contém seu dispositivo de enunciação: este último pode ser coerente ou incoerente, estável ou instável, adaptado a seus leitores ou mais ou menos inadaptado. No caso da imprensa escrita, denominaremos esse dispositivo de enunciação de *contrato de leitura*” [grifos do autor]. Charaudeau (2007) fala de contrato de comunicação e define o termo como as condições de qualquer troca linguageira que deve ser reconhecida por ambos os interlocutores.

⁶³ Traquina (1993) considera que o jornalismo produz em seu relato um “índice” do real.

⁶⁴ Ao caracterizar o jornalismo, Franciscato (2005) destaca três princípios que singularizam e dão especificidade à sua prática e ao seu produto: (1) a adoção, como pressuposto, da existência de uma ideia de verdade do real que pode ser apreendida nos seus aspectos principais por meio de técnicas jornalísticas e transformada em relato; (2) o compromisso normativo de cumprir essa tarefa de fidelidade ao real; e (3) a produção de conteúdos que ofereçam a uma coletividade modos específicos de vivenciar situações num tempo presente.

delimita, ao mesmo tempo em que torna complexo, o que considera como uma reconstrução discursiva do mundo, afirmando que o jornalismo cumpre um papel específico que não é desempenhado por nenhuma outra instituição:

A instituição jornalística conquistou historicamente uma legitimidade social para produzir, para um público amplo, disperso e diferenciado, uma reconstrução discursiva do mundo com base em um sentido de fidelidade entre o relato jornalístico e as ocorrências cotidianas (FRANCISCATO, 2005, p. 167).

Para Franciscato, essa reconstrução discursiva vem influenciada por um conjunto de fatores, e entre eles estão a crescente profissionalização e a caracterização de seu principal objeto produzido, a notícia, sendo que essas duas experiências históricas contribuíram para dar forma e substancialidade ao jornalismo como instituição e como atividade. Além disso, o autor aponta o vínculo do jornalismo com o seu público como um elemento de ordem da intersubjetividade que opera com percepções como credibilidade, confiabilidade e legitimidade do consumidor e cidadão. Essa legitimidade social que a instituição jornalística conquistou para realizar um relato “fiel” das ocorrências cotidianas torna-se um alicerce ao mesmo tempo essencial e instável, pois é cotidianamente colocada em questão quando, a cada nova edição, o leitor opta por renovar ou não esse vínculo (FRANCISCATO, 2005).

A noção de objetividade, chave para este estudo, é outro fator implícito no debate em torno do “retrato fiel” da realidade. Para Traquina (2002, 2005), a objetividade no jornalismo não é a negação da subjetividade, mas uma série de procedimentos que os membros da comunidade interpretativa utilizam para assegurar uma credibilidade como parte não interessada. A objetividade também pode ser compreendida como um ritual estratégico (TUCHMAN, 1993) utilizado pelos jornalistas para se protegerem de eventuais críticas. Tuchman (1993) diz que três fatores condicionam o conceito de objetividade que o jornalista possui: (1) a forma da notícia, (2) as relações no interior da organização e (3) os conteúdos das notícias. Segundo a autora, o processamento das notícias não deixa tempo disponível para a análise epistemológica reflexiva. Todavia, os jornalistas necessitam de uma noção operativa de objetividade para minimizar os riscos impostos pelos prazos de entrega do material, pelos processos difamatórios e pelas reprimendas dos superiores. A teórica identifica, então, quatro procedimentos para a

construção da notícia, comumente utilizados pelos jornalistas como recurso para se mostrarem objetivos: (1) a apresentação de possibilidades conflitantes, (2) a apresentação de provas auxiliares, (3) o uso judicioso das aspas e (4) a estruturação da informação numa sequência apropriada (TUCHMAN, 1993).

Apesar de os ideais, na contemporaneidade, de objetividade e de busca de uma “verdade”, pressupostos positivistas, terem sido relativizados e objeto constante de crítica pelo próprio campo jornalístico, isso não significa que o debate esteja superado. O que se percebe é que noções correlatas como as que sugerem valores de independência, de exatidão e de diversidade de perspectiva substituem ou convivem como forma de justificar as anteriores. Assim, esses valores, atrelados à legitimidade e à credibilidade do jornalismo, acabam por balizar as normas e os códigos deontológicos e, conseqüentemente, reafirmam e influenciam a postura profissional dos jornalistas.

3.1 Aproximações teóricas

Benetti (2007, p. 107) compreende o jornalismo como um lugar de circulação e produção de sentidos, isto é, “como um discurso: (a) dialógico; (b) polifônico; (c) opaco; (d) ao mesmo tempo efeito e produtor de sentidos; e (e) elaborado segundo condições de produção próprias e rotinas particulares”. A partir dessa definição, vários fios podem ser puxados, mas quero me restringir, neste momento, a apenas três, que, a meu ver, dialogam com a estrutura montada neste estudo.

Em primeiro lugar, fica explícita a vinculação de Benetti (2007) com a análise do discurso, o que facilita a compreensão do jornalismo no trânsito com essa teoria, referendando um olhar que traz consigo os elementos próprios da exterioridade. Para explicar melhor, cito outra afirmação da mesma autora sobre a utilização da AD como instrumental teórico-metodológico para a identificação de sentidos no jornalismo⁶⁵:

O primeiro tipo de pesquisa para o qual a AD é um método adequado diz respeito à análise dos sentidos do discurso jornalístico. É preciso visualizar a estrutura do texto, compreendendo que esta estrutura vem “de fora”: o texto é decorrência de um movimento de forças que lhe é exterior e anterior.

⁶⁵ Benetti (2007) defende a ideia de que a AD é adequada para dois tipos de estudos no jornalismo: (1) o mapeamento de vozes e (2) a identificação de sentidos. Nas considerações aqui esboçadas, darei prioridade à identificação de sentidos.

O texto é a parte visível ou material de um processo altamente complexo que inicia em outro lugar: na sociedade, na cultura, na ideologia, no imaginário. A conjunção de forças que compõem o texto nem sempre é aparente – diríamos mesmo que raramente é visível por si mesma, e só o método arqueológico do analista do discurso pode evidenciar esta origem (BENETTI, 2007, p. 111).

A estrutura do texto, no caso em questão o discurso jornalístico, está sujeita a forças que lhe são ao mesmo tempo exteriores e anteriores. Sendo o discurso o resultado de elementos que não só o antecederam, mas que também possibilitaram a sua existência, ele é, então, efeito de sentido já existente e gerador de outros ou de novos sentidos. Contudo, os efeitos de sentido somente serão construídos em relação, pois o discurso é interação entre locutores (PÊCHEUX, 1995).

Essa percepção aproxima a AD e a visão interacionista do jornalismo, pois ambas consideram a exterioridade na construção do discurso, e, portanto, compartilham a noção de que o sujeito não é “dono” absoluto de seu dizer. A ideia de que a exterioridade está sempre presente no discurso jornalístico é explicitada por Mariani (1999), ao afirmar que o ato de noticiar não é neutro nem desinteressado:

[...] nele se encontram, entrecruzando-se, os interesses ideológicos e econômicos do jornal, do repórter, dos anunciantes bem como, ainda que indiretamente, dos leitores. Além desses fatores, as forças políticas em confronto no momento histórico em que se divulga um acontecimento vão constituir também os sentidos produzidos pelas notícias (MARIANI, 1999, p. 103).

Acrescenta-se à impossibilidade de controle total do dizer a reflexão da AD a respeito do descentramento do sujeito como origem (ORLANDI, 2001), que não deixa o analista cair na ilusão do sujeito como centro. Além disso, as duas áreas não enxergam a produção e a divulgação de informações como um processo linear. Para a teoria interacionista, a notícia é elaborada na negociação entre fontes, os próprios jornalistas e as expectativas dos leitores (FRANCISCATO, 2005; TRAQUINA, 1993, 2002, 2005; WOLF, 2010). O analista do discurso, da mesma forma, percebe na interdiscursividade a troca de informações construtora do discurso.

Em segundo lugar, Benetti (2007) situa o jornalismo como um discurso que tem suas peculiaridades, com suas “características” e “condições próprias de produção”. Isso significa dizer que não se trata de qualquer discurso. Existe a necessidade de conhecer os meandros desse campo, que, como já vimos, está

sujeito a critérios⁶⁶ e a valores⁶⁷ que lhe dão sustentação, condicionando, de certa maneira, a sua prática.

No caso do texto escrito por um ombudsman, existe uma relação explícita com outros textos. O objetivo do jornalista que ocupa esse cargo é justamente criticar, destacar, elogiar aquilo que é produzido por sua própria publicação ou por outros sujeitos que trabalham com ele e que têm seus textos publicados no mesmo “espaço” onde esse profissional escreverá seus comentários. Os textos dos jornalistas também têm relação com a exterioridade (com os acontecimentos, os entrevistados, os leitores etc.). Consequentemente, a relação dos textos do ombudsman com a exterioridade é muito marcada.

O terceiro fio da tessitura diz respeito às noções de dialogismo, polifonia e opacidade. Para tratar dessas características, retorno a Bakhtin (1992), que pode ser considerado uma espécie de precursor ou antecipador das teorias do texto e do discurso. Ao tratar do texto como objeto das ciências humanas, Bakhtin aponta duas diferentes concepções do princípio dialógico: a do diálogo entre locutores e a do diálogo entre discursos, entendendo que tanto o objeto quanto o método são dialógicos⁶⁸.

Para Bakhtin (1992), o texto, na condição de objeto de estudo, define-se como constitutivamente dialógico. Quanto ao método, o autor faz uma diferenciação entre o pesquisador das ciências humanas, que é o conhecedor do “sujeito produtor dos textos”, e o das ciências naturais, que procura conhecer somente o objeto. Assim, Bakhtin insere os estudos do texto (do discurso) nos estudos da linguagem, que se tornam centrais nas ciências humanas.

O autor concebe a vida como dialógica por natureza, e, ao tratar da linguagem, insere o homem em interação nesse princípio: “a alteridade define o ser humano, pois o outro é imprescindível: é impossível pensar no homem fora das relações que o ligam ao outro” (BAKHTIN, 1992, p. 35). A concepção de dialogismo de Bakhtin (1992), que considera a interação verbal entre os sujeitos e a intersubjetividade, permite apontar: que a interação entre interlocutores é o princípio fundador da linguagem; que o sentido do texto e a significação das palavras

⁶⁶ Sobre os critérios de noticiabilidade, ver Rodrigo Alsina (2009), Traquina (2002) e Wolf (2010).

⁶⁷ Como em todo campo profissional estabelecido, sua formulação está amparada em valores reconhecidos e compartilhados. Os seguintes autores tratam sobre esse assunto no jornalismo: Cornu (1994), Karam (2004), Gomes (2004) e Wolf (2010).

⁶⁸ Sobre a questão do dialogismo aplicada ao estudo das ciências humanas, ver Barros (2005).

dependem da relação entre sujeitos, ou seja, constroem-se na produção e na interpretação de textos; e que a intersubjetividade ajuda a construir os sujeitos produtores do texto.

A intersubjetividade, para Benetti (2007), ao demonstrar que o discurso depende dos sujeitos para existir, indica que as características de opacidade, de não transparência e de interpretações múltiplas colocam em xeque a visão ingênua de que o discurso jornalístico poderia conter uma “verdade intrínseca” ou uma “literalidade”. A autora defende que assumir a intersubjetividade como um dos pressupostos do jornalismo leva-nos a reconhecer que “o texto objetivo é apenas uma intenção do jornalista, restando-lhe elaborar um texto que no máximo direcione a leitura para um determinado sentido, sem que haja qualquer garantia de que essa convergência de sentidos vá de fato ocorrer” (BENETTI, 2007, p. 108).

Numa segunda caracterização bakhtiniana de dialogismo, tem-se a relação do texto (ou discurso) com outros textos (ou discursos). Nessa perspectiva, é possível retomar a discussão de exterioridade e de anterioridade. Trata-se de questões que remetem à noção de memória discursiva, definida por Orlandi (2001, p. 31) “como o saber discursivo que torna possível todo dizer e que retoma sob a forma do pré-construído, o já dito que está na base do dizível”⁶⁹. Por sua vez, a memória discursiva aciona outras duas noções, distintas e complementares: a de formação discursiva, que abordo na sequência e que irá permitir construir a noção de função enunciativa, e a de interdiscurso, problematizado num item específico, abordando a relação de alteridade, do discurso do ombudsman e seu(s) outro(s), a partir de Maingueneau (2008).

A noção de formação discursiva adotada na tese é explicitada através do diferencial entre Pêcheux (1995) e Foucault (2007, 2009), mobilizada a partir da distinção conceitual em torno da noção de ideologia. A caracterização da FD, sob a perspectiva desses teóricos, passa pela escolha de critérios de delimitação e pela possibilidade de individualização. O encadeamento em torno desses parâmetros permite a descrição de como, a partir dos textos, os núcleos de sentidos foram

⁶⁹ A noção de memória discursiva foi problematizada por Guimarães (2002), ao refletir sobre o acontecimento como algo que não está num presente de um antes e de um depois. Para o autor, esse presente e esse futuro próprios do acontecimento funcionam por um passado que os faz significar. O passado é no acontecimento, na rememoração de enunciações, ou seja, dá-se como nova temporalização, tal como a latência de futuro: “é dessa maneira que o acontecimento é diferença na sua própria ordem. O acontecimento é sempre uma nova temporalização, um novo espaço de conviviabilidade de tempos, sem o qual não há sentido, não há acontecimento de linguagem” (GUIMARÃES, 2002, p. 123).

sendo construídos ou, melhor dizendo, como foram mapeadas as formações discursivas no discurso do ombudsman da *Folha*, ação concretizada no Capítulo 5. Apesar de a ideia de formação discursiva nos dois autores ser complementar, é importante ressaltar uma filiação desta tese à perspectiva foucaultiana, sem que com isso se excluam as contribuições do pensamento pechetiano.

Foucault desenvolve o conceito de formação discursiva no livro *Arqueologia do Saber*, publicado pela primeira vez em 1969, no qual argumenta que uma FD se estabelece a partir de determinadas regularidades do tipo ordem, correlação, funcionamento e transformação. As regras de formação determinam condições de existência, coexistência, modificações e desaparecimento de uma repartição discursiva dada. Para esse autor, uma FD é essencialmente lacunar em função do sistema de formação de suas estratégias, podendo ser individualizada (FOUCAULT, 2007).

Posteriormente, na década de 1970, Pêcheux (1995) redimensiona essa noção, centrando-a numa perspectiva ideológica. Em *Semântica e Discurso*, o autor deixa clara essa vinculação:

O sentido de uma palavra, de uma expressão, de uma proposição etc., não existe “em si mesmo” (isto é, em sua relação transparente com a literalidade do significante), mas, ao contrário, é determinado pelas suas posições ideológicas que estão em jogo no processo sócio-histórico no qual as palavras, expressões e proposições são produzidas (isto é, reproduzidas) (PÊCHEUX, 1995, p. 160).

O autor entende que as palavras, as proposições, mudam de sentido de acordo com as posições sustentadas por aqueles que as empregam. Pêcheux (1995, p. 160) define como formação discursiva “aquilo que, numa formação ideológica dada, isto é, a partir de uma posição dada numa conjuntura dada, determinada pelo estado de luta de classes, determina o que pode e deve ser dito”. Com isso, o autor relaciona diretamente a posição ideológica do sujeito e o sentido.

Diferentemente de Pêcheux, que parte de uma *posição ideológica* dada atrelada a uma conjuntura determinada, Foucault (2007, 2009) considera a ideologia, tanto quanto a autoria, como um efeito, isto é, como uma relação estratégica em que o sujeito encontra-se situado⁷⁰. Além disso, para Foucault (2007,

⁷⁰ Foucault (2009) critica as análises marxistas tradicionais que consideram a ideologia como uma espécie de elemento negativo através do qual se traduz o fato de que a relação do sujeito com a verdade é perturbada, obscurecida, velada pelas condições de existência, por relações sociais ou por

2009), a questão da ideologia não está atrelada às situações ou às práticas que um discurso reflete de um modo mais ou menos consciente, nem tampouco à questão de sua utilização abusiva, mais sim em sua existência como prática discursiva e de seu funcionamento entre outras práticas:

Estudar o funcionamento ideológico de uma ciência para fazê-lo aparecer e para modificá-lo não é revelar os pressupostos filosóficos que podem habitá-lo; não é retomar aos fundamentos que a tornaram possível e que a legitimam: é colocá-la novamente em questão como formação discursiva; é estudar não as contradições formais de suas proposições, mas o sistema de formação de seus objetos, tipos de enunciação, conceitos e escolhas. É retomá-la como prática entre outras práticas (FOUCAULT, 2007, p. 208).

Enfim, para o autor, o papel da ideologia não diminui à medida que cresce o rigor e que se dissipa a falsidade, mas é possível percebê-lo quando colocado no âmbito da formação discursiva. Dessa forma, tanto Pêcheux quanto Foucault não se afastam da ideologia para pensar a FD, porém enquanto o primeiro centra nela, o segundo a emprega como mais uma das condições ou estratégias do discurso, não menos nem mais importante que as demais.

Ao transpor essa reflexão, estabelecendo o vínculo do sentido com a posição ocupada pelo jornalista e, mais especificamente, pelo ombudsman, percebe-se que o efeito de sentido do discurso tem relação com a posição de enunciação, com a posição sujeito, com o lugar de fala, e não propriamente com o sujeito, a pessoa, que ocupa esse lugar. Foucault (2007, p. 56) define como “o *status* dos indivíduos que têm – e apenas eles – o direito regulamentar ou tradicional, juridicamente definido ou espontaneamente aceito, de proferir semelhante discurso”. Nessa perspectiva, o *status* demarcaria as qualidades daqueles que podem, daqueles que estão autorizados a proferir certo discurso, o que necessariamente remeteria a uma outra questão: a de que existem também os *lugares institucionais* de onde se obtém esse discurso legitimado.

No caso do discurso jornalístico, os *lugares institucionais* onde se busca o seu discurso são as fontes oficiais, as agências de notícias, as organizações de classe e patronal, os códigos de conduta e, enfim, o próprio veículo de comunicação do qual

formas políticas que se impõem do exterior ao sujeito do conhecimento. Para o autor, as “condições políticas e econômicas de existência não são um véu ou um obstáculo para o sujeito de conhecimento, mas aquilo através do que se formam os sujeitos de conhecimento e, por conseguinte, as relações de verdade. Só pode haver certos tipos de sujeito de conhecimento, certas ordens de verdade, certos domínios de saber a partir de condições políticas que são o solo em que se formam o sujeito, os domínios de saber e as relações de verdade” (FOUCAULT, 2009, p. 26-27).

faz parte. Cabe destacar, ainda, que o discurso jornalístico da *Folha de S. Paulo*, como o de qualquer outra instituição que trabalhe com conteúdo jornalístico, segue uma linha editorial. No mesmo sentido, a manutenção dessa atividade está relacionada diretamente à instituição *Folha*, que criou e mantém o cargo, legitimando esse espaço discursivo. O próprio texto produzido pelos jornalistas que ocupam a atividade de ombudsman traz marcas discursivas da linha editorial. Dessa maneira, pode-se afirmar que a linha editorial é um dos núcleos daquilo que, segundo Pêcheux (1995), “pode e deve ser dito”. Ao fixarem um sentido institucional, as linhas editoriais serão partilhadas também pelos demais membros da organização, com maior ou menor intensidade⁷¹.

Pêcheux (1995) observa ainda que o sujeito tem a ilusão de que é a fonte do sentido do que diz, denominando-a de esquecimento número 1, e tem a ilusão de que aquele modo de dizer é o único possível, denominando-a esquecimento número 2. Mas o dizer nunca é uma criação totalmente original de quem enuncia e sempre poderia ser outro, no mesmo sentido de que se poderia dizer “o mesmo” de outra maneira. As palavras, expressões ou proposições mudam de sentido ao passar de uma formação discursiva (FD) para outra, bem como palavras literalmente diferentes podem ter um sentido semelhante dentro de uma mesma FD.

Aparentemente, a atividade do ombudsman de promover a crítica ao conteúdo jornalístico da *Folha* seria dizer aquilo que teoricamente “não poderia nem deveria ser dito”. O que ocorre é que no caso desse profissional há um deslocamento, pois a atividade é criada justamente para que ele possa dizer e diga exatamente o que diz. Cria-se, então, um lugar de fala autorizado, e é nesse espaço que ele precisa lidar com as diferentes posições de sujeito diante da conjuntura dada. O ombudsman jornalista incorpora três posições: (1) de valoração do campo profissional, (2) de representação do leitor, no qual aglutina a fiscalização da atividade informativa e (3) de defesa do projeto editorial. Essas posições atuam como moduladoras do seu discurso.

Na posição de representação do leitor cabe ainda ao ombudsman o papel de revelar as falhas e criticar o próprio fazer jornalístico, trazendo a voz dos leitores e de outros discursos para dentro da publicação para a qual trabalha, promovendo, através de sua crítica semanal, um efeito de dialogismo e polifonia, próprios de sua

⁷¹ Sobre a relação entre formação discursiva e a posição sujeito ombudsman, ver Franzoni e Furtado (2011), que trataram dessa articulação aplicada ao blog do ombudsman do *Universo Online - UOL*.

posição discursiva. Essa prática de constatação da existência de falhas no discurso e que novamente aproxima os campos do jornalismo e da AD leva à pergunta: como conviver com as falhas, se é a credibilidade⁷² o capital simbólico do jornalismo?

Para responder a essa questão, é preciso levar em conta que, por suas próprias características, o trabalho do jornalista possui uma manifestação pública, e isso faz com que ele seja passível de ser criticado e que tenha suas falhas expostas. É justamente o discurso do ombudsman que tem como uma de suas tarefas a identificação dessas falhas tanto de caráter estrutural e gramatical quanto ideológico. Pela perspectiva da prática jornalística, essas falhas precisam ser reconhecidas e justificadas como decorrentes do próprio exercício profissional, para manutenção da credibilidade. Para a AD, “a linguagem é estrutura e acontecimento, tendo assim de existir na relação necessária com a história e com o equívoco” (ORLANDI, 1996, p. 12). O equívoco de que fala Orlandi (1996) é a ambiguidade, o deslizamento, a interpretação outra, que também se aplica à ação do ombudsman. Nessa direção, as falhas e a própria subjetividade são inerentes ao discurso, e cabe ao ombudsman um movimento de tensionamento que, ao harmonizar por um lado, tomando partido do leitor e/ou do jornalista, conseqüentemente desarmoniza por outro, colocando-se em situação de confronto.

Outra observação pertinente quanto ao cargo é a de que as características do texto do ombudsman tanto o afastam quanto o aproximam do que se define como um texto noticioso. Explicitamente opinativo sobre a própria publicação, assinado e definindo-se pela presença de um narrador que critica, discordando ou elogiando as notícias e análises que foram publicadas, esse texto se distancia da posição dos jornalistas que produzem notícias e elaboram textos informativos e que, na maioria das vezes, utiliza-se de recursos para que a sua presença⁷³ passe despercebida. No

⁷² Berger (1998, p. 21) levanta a hipótese de que o campo jornalístico, privilegiadamente, detém capital simbólico, pois é da natureza desse campo fazer crer. Para esta autora, a “credibilidade” tem um enorme peso na manutenção do papel social do jornalismo, pois é, justamente, a credibilidade o capital do campo do jornalismo: “É ela quem está constantemente em disputa entre os jornais e entre estes e os demais campos sociais. E está constantemente sendo testada por meio de pesquisas realizadas com os leitores. A credibilidade é construída no interior dos jornais assim como um rótulo ou uma marca que deve se firmar sem, no entanto, nomear-se como tal. A credibilidade tem a ver com persuasão, pois, no diálogo com o leitor, valem os “efeitos de verdade”, que são cuidadosamente construídos para servirem de comprovação, através de argumentos de autoridade, testemunhas e provas”.

⁷³ Motta (2007), ao tratar da análise da narrativa jornalística, aponta o distanciamento do narrador como uma das estratégias comunicativas do discurso objetivo do jornalismo empreendidas como um processo de *subjetivação do real*, através do qual o profissional se utiliza de recursos narrativos para apagar a sua mediação, “ele narra como se a verdade estivesse ‘lá fora’, nos objetos mesmos,

entanto, quando o ombudsman seleciona a partir das notícias o trecho que terá espaço em sua coluna dominical, desloca para esse lugar o que já foi anteriormente veiculado nas páginas do jornal. Com isso, o profissional ampara o seu discurso em vestígios do real, fazendo uso de elementos que ancoram a sua fala em algo que já foi dito antes, em relatos de fontes que leram o jornal, que discordaram ou concordaram com o enfoque dado ao fenômeno divulgado. Essas estratégias que explicitam a consulta de fontes, que conferem referencialidade espaço-temporal, são próprias do fazer jornalístico e reforçam o seu lugar de enunciação.

O que irá identificar a FD são as regularidades discursivas e a sua legitimidade, que serão estabelecidas, primeiro, como já vimos anteriormente, pelo próprio lugar de fala; segundo, pelas instituições que o referendam e definem os requisitos de quem pode e deve ocupar essa posição de enunciação; e, terceiro, pelas diferentes posições de sujeito que é possível ocupar em relação às situações dadas. A partir desses três pressupostos, é possível pensar o estabelecimento, a delimitação e a individualização de uma formação discursiva, que para Pêcheux (1995) passa por uma posição ideológica e para Foucault (2007) passa por uma *função enunciativa*.

3.2 A função enunciativa: caracterização de uma prática discursiva

Para Foucault (2007), é a definição da função enunciativa de um determinado discurso, pensada a partir de suas modalidades enunciativas (pelo *status* de quem fala, pelos lugares institucionais e pelas posições sujeito), que irá permitir a compreensão de por que alguns enunciados, e não outros, aparecem e desaparecem, caracterizando assim uma prática discursiva.

A atividade de ombudsman, pensada em consonância com a noção de função enunciativa, não deve ser tomada como o resultado de um novo modo de exercício do jornalismo. Mas deve sim ser considerada como o relacionamento, no discurso jornalístico, de certo número de elementos distintos, dos quais uns se refeririam ao *status*, outros ao lugar institucional e técnico de onde falavam, e, outros, ainda, à sua posição como sujeito que percebe, observa, descreve, ensina. Com base em Foucault (2007), pode-se afirmar que a construção de uma função

independente da intervenção do narrador: dissimula sua fala como se ninguém estivesse por trás da narração” (MOTTA, 2007, p. 155).

enunciativa se estabelece no relacionamento desses elementos diferentes que são efetuados pelo discurso (jornalístico/ombudsman) como prática, instaurando um sistema de relações que não é “realmente” dado nem constituído *a priori*, tendo unidade a partir das modalidades de enunciação que utiliza ou às quais essas relações dão lugar.

Nessa reflexão sobre a delimitação da função enunciativa, cabe destacar, primeiramente, a necessidade de identificar quais são as regularidades discursivas que determinam a atividade de ombudsman. Essa consideração leva em conta que, para Foucault (2007, p. 61), não é a “unidade de um sujeito – quer se trate do sujeito tomado como pura instância fundadora de racionalidade ou do sujeito tomado como função empírica de síntese” que define uma função enunciativa, mas sim as modalidades diversas de enunciação, como mostra a passagem a seguir⁷⁴:

Na análise proposta, as diversas modalidades de enunciação, em lugar de remeterem à síntese ou à função unificante de *um* sujeito, manifestam sua dispersão: nos diversos *status*, nos diversos lugares, nas diversas posições que pode ocupar ou receber quando exerce um discurso, na descontinuidade dos planos de onde fala. Se esses planos estão ligados por um sistema de relações, este não é estabelecido pela atividade sintética de uma consciência idêntica a si, muda e anterior a qualquer palavra, mas pela especificidade de uma prática discursiva. Renunciaremos, pois, a ver no discurso um fenômeno de expressão – a tradução verbal de uma síntese realizada em algum outro lugar; nele buscaremos antes um campo de regularidade para diversas posições de subjetividade. O discurso, assim concebido, não é a manifestação, majestosamente desenvolvida, de um sujeito que pensa, que conhece e que o diz: é, ao contrário, um conjunto em que podem ser determinadas a dispersão do sujeito e sua descontinuidade em relação a si mesmo. É um espaço de exterioridade em que se desenvolve uma rede de lugares distintos. [...] é preciso reconhecer, agora, que não é nem pelo recurso a um sujeito transcendente nem pelo recurso a uma subjetividade psicológica que se deve definir o regime de suas enunciações (FOUCAULT, 2007, p. 61, grifos do autor).

Por um lado, na análise que aqui se propõe de observação de uma prática discursiva, as regras de formação têm o seu lugar no próprio discurso, pois elas se impõem segundo um tipo de “anonimato uniforme” a todos os indivíduos que tentam falar nesse lugar discursivo. É possível identificar várias semelhanças nas questões que perpassam os sujeitos que exercem a atividade de ombudsman, como, por exemplo: o fato de os profissionais que ocuparam esse cargo terem formação em nível superior – na área do jornalismo –, conhecerem o funcionamento da instituição

⁷⁴ Foucault (2007) está tratando do discurso clínico, mais especificamente da obra *Naissance de La clinique*. Aproprio-me dessa reflexão em torno da função enunciativa para pensar a figura do ombudsman inserido nas relações do campo jornalístico.

Folha, pois exerceram cargos de chefia na redação, e as proximidades em relação às temáticas tratadas nos textos publicados nas colunas semanais, referentes ao fazer jornalístico – incluindo assuntos sobre o projeto editorial, a deontologia e a prática cotidiana – e adotando uma linguagem crítica e opinativa. Por outro lado, esses mesmos conjuntos de regras necessitam ser bastante específicos em cada um dos domínios estabelecidos para que se possa caracterizar uma formação discursiva singular e bem individualizada. Dessa maneira, é preciso por um lado manter as especificidades, buscando na “dispersão” as regularidades, e, por outro, criar um conjunto de formações que apresentem analogias suficientes para essas diversas formações constituírem um agrupamento discursivo mais amplo, isto é, o próprio discurso do ombudsman.

Adotando essa perspectiva, os sistemas de formação não devem ser tomados como formas estáticas que se impoem do exterior do discurso e definiriam de uma só vez seus caracteres e suas possibilidades. Esses sistemas – como já vimos antes – residem no próprio discurso, em suas fronteiras, nesse limite em que se definem as regras específicas que fazem com que o discurso exista, enquanto uma prática discursiva. Foucault (2007, p. 82-83) define os sistemas de formação como:

Por sistema de formação é preciso, pois, compreender um feixe complexo de relações que funcionam como regra; ele prescreve o que deve ser correlacionado em uma prática discursiva, para que esta se refira a tal ou tal objeto, para que empregue tal ou tal enunciação, para que utilize tal ou tal conceito, para que organize tal ou tal estratégia. Definir em sua individualidade singular um sistema de formação é, assim, caracterizar um discurso ou um grupo de enunciados pela regularidade de uma prática.

A partir da compreensão dos sistemas de formação é que se pode chegar à prática discursiva, sendo possível, assim, construir no discurso do ombudsman as formações discursivas, aglutinando os sentidos que se aproximam e os distinguindo dos que se distanciam. Para Foucault (2007), uma formação discursiva, entendida em sua individualidade singular, determina uma regularidade própria de processos temporais, coloca o princípio de articulação entre uma série de acontecimentos discursivos e outras séries de acontecimentos, transformações, mutações e processos. O autor considera que não se trata de uma forma intemporal, mas de um esquema de correspondência entre diversas séries temporais.

O segundo destaque, necessário no que tange à delimitação da função enunciativa, é a compreensão do que seja um enunciado⁷⁵. Tendo como irrefutável que para um signo existir é necessário que alguém o profira, que exista um autor ou uma instância produtora, retomo, a seguir, as considerações sobre a noção de enunciado proposta por Foucault. Para ele, o “autor” não é, necessariamente, idêntico ao sujeito do enunciado, e “a relação de produção que mantém com a formulação não pode ser superposta à relação que une o sujeito enunciante e o que ele enuncia” (FOUCAULT, 2007, p. 104). Essa diferenciação entre o sujeito do enunciado e o autor da formulação é essencial para que se possa compreender a dimensão da função enunciativa e pensar a atividade de ombudsman contextualizada como tal.

Para Foucault, a posição do sujeito enunciante é um lugar “determinado e vazio” que pode ser efetivamente ocupado por indivíduos diferentes. Além disso, esse lugar não se mantém uniforme ao longo de um texto, de um discurso, pois varia – segundo Foucault (2007, p. 107), “é variável o bastante para poder continuar idêntico a si mesmo, através de várias frases, bem como para se modificar a cada uma”. Essa dimensão que caracteriza a formulação do enunciado constitui um dos traços que pertencem à função enunciativa e que ajudam a descrevê-la. Assim, “uma formulação enquanto enunciado não consiste em analisar as relações entre autor e o que ele disse (ou quis dizer, ou disse sem querer), mas em determinar qual é a posição que pode e deve ocupar todo indivíduo para ser seu sujeito” (FOUCAULT, 2007, p. 108). Isso significa dizer que uma proposição, uma frase, um conjunto de signos podem ser considerados “enunciados” na medida em que se consegue assinalar a posição do sujeito.

Outra característica importante para identificar que se está tratando de um enunciado é que é preciso que ele esteja relacionado com todo um campo

⁷⁵ “Um enunciado não tem diante de si (e numa espécie de conversa) um correlato – ou uma ausência de correlato, assim como uma proposição tem um referente (ou não), ou como um nome próprio designa um indivíduo (ou ninguém). Está antes ligado a um ‘referencial’ que não é constituído de ‘coisas’, de ‘fatos’, de ‘realidades’, ou de ‘seres’, mas de leis de possibilidades, de regras de existência para os objetos que aí se encontram nomeados, designados ou descritos, para as relações que aí se encontram afirmadas ou negadas. O referencial do enunciado forma o lugar, a condição, o campo de emergência, a instância de diferenciação dos indivíduos ou dos objetos, dos estados de coisas e das relações que são postas em jogo pelo próprio enunciado; define as possibilidades de aparecimentos e de delimitação do que dá à frase seu sentido, à proposição seu valor de verdade. É esse conjunto que caracteriza o nível enunciativo da formulação, por oposição ao seu nível gramatical e a seu nível lógico: através da relação com esses diversos domínios de possibilidade, o enunciado faz de um sintagma, ou de uma série de símbolos, uma frase a que se pode, ou não, atribuir um sentido, uma proposição que pode receber ou não um valor de verdade” (FOUCAULT, 2007, p. 103).

adjacente. É o campo associado que faz de uma frase ou de uma série de signos um enunciado, pois lhes permite ter um contexto determinado e um conteúdo representativo específico, formando, por princípio, uma trama complexa que produz sentido. Dessa maneira, a função enunciativa se desenvolve num campo onde se pode perceber um “lugar” e um “status” que têm relação com o passado e que abrem possibilidades de futuro, como explica Foucault (2007, p. 112):

Qualquer enunciado se encontra assim especificado: não há enunciado em geral, enunciado livre, neutro e independente; mas sempre um enunciado fazendo parte de uma série ou de um conjunto, desempenhando um papel no meio dos outros, neles se apoiando e deles se distinguindo: ele se integra sempre em um jogo enunciativo, onde tem sua participação, por ligeira e ínfima que seja.

Além de um campo adjacente, para que uma sequência de elementos linguísticos seja considerada e analisada como um enunciado é necessário que tenha existência material, isto é, que tenha sido proferida e que seja localizável em algum suporte. A materialidade desempenha, no enunciado, um papel muito importante, pois é constitutiva do próprio enunciado. As colunas do ombudsman, por exemplo, são espaços em que o discurso desse profissional adquire materialidade, e seu campo associado pode ser percebido na análise de sua historicidade, que o relaciona a um antes e a um depois.

Foucault relaciona, ainda, o enunciado a uma identidade que varia de acordo com um regime complexo de instituições, na qual a identidade está submetida pela utilização, pela aplicação e pelo papel ou função que o enunciado deve desempenhar. A constância do enunciado, a manutenção de sua identidade através dos acontecimentos singulares das enunciações, seus desdobramentos pela identidade das formas, tudo isso é função do campo de utilização no qual se encontra inserido. Para o autor, em vez de ser uma coisa dita de forma definitiva “o enunciado, ao mesmo tempo que surge em sua materialidade, aparece com um *status*, entra em rede, se coloca em campos de utilização, se oferece a transferências e a modificações possíveis, se integra em operações e em estratégias onde sua identidade se mantém e se apaga” (FOUCAULT, 2007, p. 118-119, grifo do autor).

Os elementos de caracterização elencados anteriormente permitem concluir que a análise das formações discursivas está centrada na descrição do enunciado

em sua especificidade. Ao se examinar um determinado enunciado, percebe-se uma função que se apoia em conjuntos de signos e que requer, para existir, um conjunto de princípios, como resume o próprio Foucault (2007, p. 130-131):

[...] um referencial (que não é exatamente um fato, um estado de coisas, nem mesmo um objeto, mas um princípio de diferenciação); um sujeito (não a consciência que fala, não o autor da formulação, mas uma posição que pode ser ocupada, sob certas condições, por indivíduos diferentes); um campo associado (que não é contexto da formulação, a situação na qual foi articulada, mas um domínio de coexistência para outros enunciados), uma materialidade (que não é apenas a substância ou o suporte da articulação, mas um *status*, regras de transcrição, possibilidade de uso ou de reutilização). Ora, o que se descreveu sob o nome formação discursiva constitui, em sentido restrito, grupos de enunciados, isto é, conjuntos de performances verbais que não estão ligadas entre si, no nível das frases, por laços gramaticais (sintáticos ou semânticos); que não estão ligados entre si, no nível das proposições, por laços lógicos (de coerência formal ou encadeamentos conceituais), que tampouco estão ligados, no nível das formulações, por laços psicológicos (seja a identidade das formas de consciência, a constância das mentalidades, ou a repetição de um projeto); mas que estão ligados no nível dos enunciados.

O encadeamento entre as noções de função enunciativa e de formação discursiva permite que se descreva a primeira pela individualização da segunda. Com isso, criam-se várias possibilidades: refletir sobre uma posição que poder ser ocupada por sujeitos distintos, analisar as condições nas quais se exerce esse cargo, percorrer os diferentes domínios que ela pressupõe e a maneira pela qual se articula. O que foi definido como formação discursiva separa os enunciados, *as coisas ditas*, em regularidades discursivas.

Nas relações estabelecidas até aqui entre jornalismo e discurso, algumas questões necessitam ser aprofundadas, principalmente a relação entre os discursos dentro de um campo e, mais especificamente, no próprio discurso do ombudsman, apropriando-me, para isso, da noção de interdiscurso.

3.3 O interdiscurso: a relação entre os discursos

A noção de interdiscurso⁷⁶ é acionada neste estudo para pensar a relação entre os discursos no jornalismo. Orlandi (2001) trata do interdiscurso na imbricação

⁷⁶ A respeito da definição de interdiscurso e memória discursiva (ou do dizer), Augustini (2007) faz uma diferenciação entre o interdiscurso como o lugar de todo dizer “[...] um espaço mais amplo, onde coexistem todos os dizeres, os possíveis e os impossíveis, os que já foram ditos e os que ainda não foram ditos” e o de memória discursiva, “que por sua vez, é um recorte desse espaço, ela é a

da relação entre memória e discurso. O interdiscurso disponibiliza dizeres que afetam o modo como o sujeito significa em uma situação discursiva dada e, também, é todo o conjunto de formulações feitas e já esquecidas que determina o que dizemos.

Para que minhas palavras tenham sentido é preciso que elas já façam sentido e isso é efeito do interdiscurso: é preciso que o que foi dito por um sujeito específico em um momento particular se apague na memória para que, passando para o anonimato, possa fazer sentido em minhas palavras (ORLANDI, 2001, p. 31).

A partir da definição de Orlandi se deduz que há uma relação entre o já dito e o que se está dizendo, existente entre o interdiscurso e o intradiscurso, ou, em outras palavras, entre a constituição do sentido e sua formulação. Courtine (1984) explica essa diferença considerando a sua constituição: o que se chama de interdiscurso representa um eixo vertical em que haveria todos os dizeres já ditos, e esquecidos, em uma estratificação de enunciados que, em seu conjunto, representa o dizível; e haveria ainda o eixo horizontal – o intradiscurso –, que seria o eixo da formulação, isto é, aquilo que se está dizendo naquele momento dado, em condições dadas. Para a reflexão desenvolvida neste capítulo, interessam as reflexões em torno do interdiscurso.

Abordada como uma troca interdiscursiva, essa noção contempla o caráter dialógico, que passa por afirmar a existência de uma exterioridade que não apenas repercute no texto, mas que o constitui de fato. Nessa perspectiva de uma “heterogeneidade constitutiva”, aproprio-me de Maingueneau (2008), que defende que a identidade interdiscursiva é que estruturaria a identidade de um discurso, hipótese resumida como o “primado do interdiscurso”. O autor propõe apreender o discurso por meio do interdiscurso, construindo um sistema no qual a definição de rede semântica que circunscreve a especificidade de um discurso coincida com a definição das relações desse discurso com o seu outro. Pensada desse modo, a reflexão sobre o interdiscurso contribui para problematizar o objeto de pesquisa, isto é, as fronteiras estabelecidas pelo discurso do ombudsman.

Há que se entender que a perspectiva defendida por Maingueneau (2008) segue a tendência das novas abordagens da análise do discurso no estabelecimento

responsável pela relação entre um determinado conjunto de sentidos e as suas respectivas formações discursivas. Do todo, apenas alguns sentidos são ativados dentro de uma FD: é nesse processo de ativação que trabalha a Memória Discursiva” (AUGUSTINI, 2007, p. 304).

do *corpus* de pesquisa ou *corpora*⁷⁷. De um *corpus* construído como conjunto de dados prévios, feito de discursos em contraste, produto de condições de produção controláveis, a AD passa a procedimentos de construção de sequências discursivas ligadas a uma “rede de memória”. Mazière (2007) esclarece que a “palavra-tema” (termo-pivô), eleita pelo saber anterior do analista, as condições de produção, anteriores à produção, a escolha dos textos a segmentar, escolhidos desde o princípio, dão lugar a uma construção dinâmica de *corpus*, móvel, gerida em interação com a progressão da análise. Daí é que, segundo a autora, vem essa nova noção de “estado de *corpus*” surgida em 1980, com Guilhaumou e Maldidier, resultado de uma hipótese transitória emitida pelo analista.

O *corpus* transformado em rede de memória se torna uma espécie de “dicionário discursivo” que integra continuamente o efeito das aberturas, reconfigurações, mudanças de “estado do *corpus*” ao longo da análise. As construções dos discursos incluiriam as maneiras de falar e as esquematizações. Simultaneamente, essa “rede de memória” deveria, no curso da escrita da análise, construir novos enunciados, abrindo novas regiões do *corpus*. Assim, para Mazière (2007, p. 62), essa construção supõe “renunciar ao sonho de uma interpretação fechada garantida por uma leitura explicitada em proveito de uma leitura-escrita e de uma política de interpretação que se basearia na avaliação das forças de interpretação em uma conjuntura”. Nessa nova abordagem, o *corpus* não é mais um conjunto estanque de textos, é um conjunto sem fronteira no qual o interdiscurso, exterior, irrompe no intradiscurso.

Maingueneau (2008) propõe que a unidade de análise não seja o discurso, mas o espaço de trocas entre vários discursos convenientemente escolhidos, o que implica colocar o interdiscurso, definido pelo autor a partir da tríade “universo

⁷⁷ Mazière explica como se deu o processo de transição, na AD, da definição do *corpus* de pesquisa. Segundo a autora, os primeiros *corpora* estudados foram textos políticos e textos fundadores. “As técnicas de segmentação são então aplicadas a um conjunto de textos selecionados para significar por contraste: político, de gênero, diacrônico. [...] A partir de temas neutralizados, analisavam-se discursos contrastados. Havia, portanto, uma dupla ruptura: com o texto e com o conteúdo como tema. A ideia de condições de produção estáveis e homogêneas estava então calcada sobre a problemática das situações de comunicação, mesmo que a AD tenha herdado mais a noção do marxismo que a comunicação, ainda pouco pensada no início dos anos 1960. Depois, os *corpora* foram construídos em uma heterogeneidade ampliada, por meio de um processo coextensivo à análise, por um ‘trajeto temático’ traçado no arquivo, por uma abertura aos fragmentos do cotidiano, por uma confrontação via informática com os ‘grandes *corpora*’ que abandonavam a montagem para voltar à antologia. Paralelamente, a questão dos objetos e de gêneros restabelecia novas homogeneidades” (MAZIÈRE, 2007, p. 58-60). Foi somente a partir da década de 1980 que o *corpus* passa a ser construído no decorrer da pesquisa, dentro de uma rede de memória.

discursivo, campo discursivo e espaço discursivo”⁷⁸, como o espaço de regularidade pertinente, do qual diversos discursos seriam apenas componentes. A heterogeneidade “amarra, em uma relação inextricável, o Mesmo do discurso e seu Outro” (MAINGUENEAU, 2008, p. 31). Mas, desde o início, é importante destacar que esse Outro não deve ser pensado como uma espécie de “invólucro” do discurso, como algo fechado, e sim como um espaço de trocas e de interação. O Outro é o que faz falta a um discurso, é aquela parte de sentido que foi necessário sacrificar para construir a própria identidade. Seria, de alguma forma, o interdito de um discurso.

Sob essa perspectiva, a formação discursiva, ao delimitar a zona do dizível legítimo, atribuiria por isso mesmo ao Outro a zona do interdito, do dizível faltoso. Se considerar a posição do ombudsman no universo gramaticalmente dizível, seu discurso definir-se-ia por um grupo de enunciados possíveis a partir de uma posição em condições determinadas. No conjunto de enunciados recusados, por outro lado, ele definiria igualmente um conjunto como sendo o de seu Outro, aquilo que “não pode ser dito”. Então, nesse lugar ocupado pelo ombudsman estabelece-se uma ambivalência que se dá entre o Mesmo e o Outro, pois este profissional, ao enunciar o que aparentemente “não deve ser dito”, desestabiliza o campo discursivo no qual está inserido. Ao mesmo tempo, o interdito o filia a certas formações discursivas. Sendo assim, o Outro acaba por circunscrever, segundo Maingueneau (2008), justamente o dizível insuportável sobre cujo interdito se constitui o discurso, não havendo a necessidade de dizer, a cada enunciação, que ele não admite esse Outro, que o exclui pelo simples fato de seu próprio dizer.

Pode-se afirmar que é no interior do campo discursivo que se constitui um discurso, e essa constituição pode deixar-se descrever em termos de operações regulares sobre formações discursivas já existentes. Isso não significa, entretanto, que um discurso se constitua da mesma maneira que todos os outros discursos desse campo, pois não é possível determinar, *a priori*, quais modalidades (confronto

⁷⁸ Maingueneau (2008, p. 34) define o interdiscurso pela substituição de três dimensões discursivas: “universo discursivo (o conjunto de formações discursivas de todos os tipos que interagem numa conjuntura dada), campo discursivo (define apenas uma extensão máxima, o horizonte a partir do qual serão construídos domínios suscetíveis de ser estudados) e espaço discursivo (conjunto de formações discursivas que se encontram em concorrência, delimitam-se reciprocamente em uma região determinada do universo discursivo. A concorrência deve ser entendida de maneira ampla: inclui tanto o confronto aberto quanto a aliança, a neutralidade aparente etc.). Esse recorte em campos não define zonas insulares; é apenas uma abstração necessária, que deve permitir abrir múltiplas redes de troca”.

aberto, aliança, neutralidade aparente etc.) se estabelecem entre as diversas formações discursivas nesse espaço. Para a construção do *corpus* é necessário proceder a uma separação, no campo, de subconjuntos de formações discursivas, julgados relevantes, para posteriormente colocá-los em relação no espaço discursivo.

Depois do campo, o espaço discursivo é identificado por Maingueneau como outra das redes de troca constitutiva do interdiscurso. Para ele, várias “hesitações”⁷⁹ se fazem presentes na determinação dos componentes pertinentes a esse espaço, entre elas o debate sobre discurso primeiro e segundo.

Poderíamos achar que basta considerar qual(is) outro(s) discurso(s) do campo é(são) citado(s) e recusado(s) pelo discurso “segundo” para identificá-los como o(s) discurso(s) “primeiro(s)” através do(s) qual(is) aquele(s) se constitui. De fato, essas polêmicas explícitas não são um sintoma seguro, e podemos muito bem supor que a relação constitutiva é marcada apenas por poucos índices na superfície discursiva (MAINGUENEAU, 2008, p. 35).

Para o autor, esse “espaço discursivo” tem um duplo estatuto: pode ser apreendido como um modelo dissimétrico⁸⁰ que permite descrever a constituição de um discurso, mas também como um modelo simétrico, de interação conflituosa entre dois discursos, para os quais o outro representa, totalmente ou em parte, seu Outro. É esse último aspecto, explicado por Maingueneau como um processo de dupla tradução, que interessa apontar na reflexão sobre o ombudsman, pois, caso se leve em consideração que um discurso segundo não tem, a partir de um determinado momento, mais nada a ver com o discurso primeiro, nem por isso esse discurso necessariamente deixa de ter relação com as estruturas semânticas correspondentes, nas quais ainda será possível continuar a ler a figura de seu Outro.

⁷⁹ Essa hesitação geralmente se associa ao uso da distinção entre profundidade e superfície dos textos, polêmica que considera que para captar um discurso em sua globalidade é necessário negligenciar a textura “superficial”, a diversidade e a imbricação dos arranjos visíveis, para elaborar modelos “profundos”, estudados em toda a sua complexidade. Dicotomia já superada por Maingueneau (2008), que recusa as imagens arquiteturais que lhes subjazem para admitir que um discurso não tem nenhuma “profundidade”, que sua especificidade não se localiza em alguma “base”, que seria seu fundamento, mas que se desdobra sobre todas as suas dimensões.

⁸⁰ A explicação da dissimetria entre discurso primeiro e segundo, essencial para a compreensão do espaço discursivo, é detalhada por Maingueneau (2008, p. 40). “A dissimetria ligada à ordem da gênese não recobre a totalidade das relações entre discurso primeiro e discurso segundo; este último não faz desaparecer instantaneamente aquele do qual deriva, e pode inclusive acontecer que ele não o faça desaparecer de todo. Esse período de coexistência de uma duração variável é acompanhado de conflitos mais ou menos abertos. Quando se observa esse período, deve-se fazer abstração da dissimetria cronológica: o conflito confronta dois discursos do mesmo campo e não poderia, nesse nível, levar em conta uma dissimetria genética”.

Destaca-se, por fim, que um discurso segundo é derivável regularmente de um ou de vários outros do campo. A semântica discursiva não poderá explicar por que foi esse discurso, e não outro, que se constituiu, mas, por outro lado, poderá tentar justificar a quais restrições está submetida tal constituição. De fato, tudo depende do discurso que se acolhe. Em relação ao ombudsman, percebe-se que o seu discurso se confunde com sua emergência histórica, com o espaço discursivo no interior do qual a profissão se constitui, através das instituições nas quais se desenvolveu, e também nas várias redes de troca em que foi envolvido. Assim, a partir das redes de trocas é possível perceber quais discursos foram acolhidos pelos profissionais que ocuparam o lugar de ombudsman.

Na sequência, trago as noções de efeito de verdade e vontade de verdade, que considero complementares à reflexão sobre o lugar discursivo do ombudsman e que ajudam a ressignificá-lo a partir das relações já estabelecidas.

3.4 A legitimidade: a *vontade* e o *efeito* de verdade

A partir da premissa de que a legitimidade do discurso jornalístico está amparada na lógica de um regime de verdade⁸¹, formatado no tempo presente e na enunciação de um discurso dito “verdadeiro” em contraponto a outros, ditos “não verdadeiros”, quer-se compreender o lugar de fala desse profissional, levando-se em conta os sentidos produzidos, as suas referências e os temas que reverberam em seu trabalho. No discurso do ombudsman, o que se entende por “regime de verdade” passa, especialmente, por estratégias que apoiam e validam a sua posição discursiva. Na perspectiva de Charaudeau (2007), serão as estratégias de legitimação, construídas pelo que se denomina de “efeito de verdade” e que não podem ser pensadas fora de um espaço enunciativo, que irão determinar as condições de validade da palavra emitida e o próprio direito de proferi-la. Pensar o discurso do ombudsman é, então, perceber como certo regime de verdade contribui para legitimar o lugar institucional desse jornalista.

⁸¹ Foucault (2000, p. 12) defende que “cada sociedade tem seu regime de verdade, sua ‘política geral’ de verdade: isto é, os tipos de discurso que ela acolhe e faz funcionar como verdadeiros; os mecanismos e as instâncias de distinguir enunciados verdadeiros dos falsos, a maneira como se sancionam uns e outros; as técnicas e os procedimentos que são valorizados para a obtenção da verdade; o estatuto daqueles que têm o encargo de dizer o que funciona como verdadeiro”.

Em relação aos sentidos produzidos, tem-se que o discurso do ombudsman é constituído de uma dupla face: de um lado, voltado para o público interno, o conjunto de profissionais que compõem a redação; e, do outro lado, para o público externo, os leitores da *Folha*.

É nesse entre-lugar⁸² discursivo, no qual o ombudsman se relaciona tanto com o público interno quanto com o externo, que se estabelecem os efeitos de verdade, que funcionam como estratégias de legitimação. Mais do que a construção de premissas verdadeiras, o que esse profissional acaba produzindo em seu discurso é um efeito de credibilidade, obtido pelo lugar que ocupa na instituição jornalística, pela combinação de vozes (polifonia) dissidentes e consensuais que acolhe e pela explicitação do ritual que determina a sua prática.

Há que se considerar que o ombudsman ocupa um lugar institucional já formatado por um conjunto de práticas rituais⁸³ que definem, antecipadamente, a qualificação que devem possuir os profissionais que falam dessa posição enunciativa. Como já elencamos, anteriormente, são todos profissionais com mais de 10 anos de *Folha*, a grande maioria ultrapassando os 20 anos dentro do grupo e que estão comprometidos com o projeto editorial, inclusive, participando de sua implementação, como é o caso de Caio Túlio Costa, que foi o responsável pela implantação do sistema de terminais (que incluíam computador, vídeo e fotocopiadoras) na redação da *Folha*, em 1983, ou como Marcelo Leite, que atuou durante anos na coordenação de treinamento da *Folha*, oferecendo cursos periódicos de formação. Isso significa dizer que esse lugar discursivo define o que pode e o que deve ser dito pelo ombudsman, indicando o que se espera de quem

⁸² A denominação *entre-lugar*, vinda dos Estudos Culturais, foi proposta por Silviano Santiago, em 1978, como um método de leitura para refletir sobre a literatura como deslocamento e descentramento, ou seja, como um diálogo entre culturas, pensando as tensões entre o global e o local que não desapareceram ante o caráter transnacional das tecnologias e do consumo de produtos simbólicos. “Entre o sacrifício e o jogo, entre a prisão e a transgressão, entre a submissão ao código e a agressão, entre a obediência e a rebelião, entre a assimilação e a expressão – ali, nesse lugar aparentemente vazio, seu templo e seu lugar de clandestinidade, ali se realiza o ritual antropofágico da literatura latino-americana” (SANTIAGO, 1978, p. 26). Extrapolando o contexto da época e os estudos de literatura, atualmente este conceito dialoga com a noção antropológica de “não lugar”, de Marc Augé, e também, de certo modo, com a noção de “glocal”, que se define por juntar, sem misturar, os caracteres globais e locais no mesmo ambiente. Optou-se por usar “entre-lugar” para se referir ao “espaço” do ombudsman, por entender que essa referência não exclui os espaços personalizados, diferentemente de *não lugar*, que, segundo Marc Augé, “é diametralmente oposto ao lar, à residência, ao espaço personalizado e também representado pelos espaços públicos de rápida circulação, como aeroportos, rodoviárias, estações de metrô, pelos meios de transporte e pelas grandes cadeias de hotéis e supermercados” (AUGÉ, 1994, p. 88).

⁸³ Segundo Foucault (1996, p. 39), o ritual “fixa a eficácia suposta ou imposta das palavras, seu efeito sobre aqueles aos quais se dirigem os limites de seu valor de coerção”.

ocupa essa posição. Conseqüentemente, por ser o ombudsman quem defende, em sua coluna semanal, os princípios deontológicos e os valores reconhecidos pelo campo profissional, ele acaba criando um espaço de “dever ser”, que define como deveria ser o jornalismo e, mais restritamente, especifica qual “deveria ser” a prática profissional de um jornalista ético e comprometido com a “verdade” dos fatos. Dessa forma, é possível pensar que a validade do discurso de “verdade” da linguagem jornalística na *Folha* passa pelo ombudsman.

Assim, além da percepção dos sentidos produzidos, o mapeamento dos temas que reverberam, modelando o discurso do ombudsman, contribuem para observar de que modo o saber jornalístico tem sido valorado no âmbito do discurso da informação e, mais diretamente, dentro do próprio jornal *Folha de S. Paulo*. Tem-se, pois, que ao mesmo tempo em que essa cartografia indica quais valores têm sido reafirmados nos 23 anos de existência do cargo, percebe-se que o discurso do ombudsman conquistou seu “estatuto de verdade” em contraponto a outros que, apesar de estarem no mesmo campo e de inclusive serem publicados no mesmo jornal, podem ser apontados por ele como equivocados, ambíguos, deturpados e inverídicos. Desse modo, ao encadear as noções de verdade e de vontade de verdade em Foucault (1996), e de efeito de verdade em Charaudeau (2007), relacionando-os com outros teóricos é possível perceber como o poder de validação exercido pelo ombudsman promove a *coerção* e *exclusão* sobre os demais textos publicados na *Folha*.

Cabe, então, perguntar, como determinar se uma informação é ou não “verdadeira”? Esse é um dos papéis atribuídos ao ombudsman, o de apreciar a “verdade” de uma informação não só quanto à exatidão dos fatos relatados, mas também quanto à justeza da interpretação, à autenticidade, ao papel a que se destina, ao interesse da informação para o público⁸⁴. A partir da concepção foucaultiana sobre o tema é possível pensar a relação que o jornalismo, na figura do ombudsman, estabelece com a noção de verdade e seus efeitos – estes últimos, criados pelo discurso desse profissional que vai se estabelecer no lugar de fala e no ritual que determina sua prática, e pelo silenciamento de discursos outros que difiram do seu.

⁸⁴ Para Cornu (1994, p. 14, grifo do autor), há duas maneiras de referenciar a verdade da informação jornalística: “a deontologia profissional e a ética da informação, ambas concernentes aos atos dos próprios jornalistas – recolher informações, dar-lhes a forma (do latim *informatio*) de notícias, com vistas à sua divulgação”.

Foucault (2009) referencia a sua teoria sobre “verdade” à obra de Nietzsche⁸⁵, da qual reafirma que o conhecimento é sempre uma perspectiva, da ordem do resultado, do acontecimento, do efeito. Segundo Foucault (2009), Nietzsche defende que o conhecimento é parcial e mantém certa relação estratégica com o próprio conhecimento:

Por isso seria totalmente contraditório imaginar um conhecimento que não fosse em sua natureza obrigatoriamente parcial, oblíquo e perspectivo. O caráter perspectivo do conhecimento não deriva da natureza humana, mas sempre do caráter polêmico e estratégico do conhecimento. Pode-se falar do caráter perspectivo do conhecimento porque há batalha e porque o conhecimento é o efeito dessa batalha. É por isso que encontramos em Nietzsche a ideia, que volta constantemente, de que o conhecimento é ao mesmo tempo o que há de mais generalizante e de mais particular. O conhecimento esquematiza, ignora as diferenças, assimila as coisas entre si, e isto sem nenhum fundamento em verdade (FOUCAULT, 2009, p. 25).

A filosofia de Nietzsche discute a ciência como forma de conhecimento, propondo a “transvaloração de todos os valores”, tomando a investigação sobre a verdade como uma crítica radical dos valores dominantes na sociedade moderna. Segundo Foucault (2009) Nietzsche faz uma crítica à própria ideia de verdade com um “valor superior”, pois, para ele, não existe valor em si, todo valor é criado.

Nessa perspectiva o pensamento de Foucault (1996, 2000, 2007, 2009) é marcado pela crítica ao caráter universal do sujeito, ou seja, ao modo pelo qual o sujeito tem sido reconhecido como subjetividade a-histórica, autorreferente e absolutamente livre. Segundo Candioto (2010, p. 16), Foucault não está interessado no sujeito como “fundamento da verdade e fonte universal de significação”, ele quer justamente problematizar estas evidências: quem é o sujeito, o que é a verdade e a relação entre ambos, presentificando em vez de universalizar esse debate.

Foucault (2000, p. 12) escreve que a “verdade é deste mundo; ela é produzida nele graças às múltiplas coerções e nele produz efeitos regulamentados de poder”. Esse trecho dá uma ideia do percurso pelo qual Foucault seguirá na análise do que ele entende por falso e verdadeiro, à medida que há um deslocamento do plano metafísico e universal para o mundo dos discursos e do

⁸⁵ Para Nietzsche (1987, p. 34) a verdade, no sentido extra moral, pode ser pensada da seguinte maneira: “O que é a verdade, portanto? Um batalhão móvel de metáforas, metonímias, antropomorfismos, enfim, uma soma de relações humanas, que foram enfatizadas poética e retoricamente, transpostas, enfeitadas, e que após longo uso, parecem a um povo sólidas, canônicas e obrigatórias: as verdades são ilusões, das quais se esqueceu que são, metáforas que se tornaram gastas e sem força sensível, moedas que perderam sua efígie e agora só entram em consideração como metal, não mais como moedas”.

presente. Foucault se afasta das tradicionais correntes lógico-epistemológicas⁸⁶ e se alia a uma vertente histórica. Para ele, “o sujeito é a cada instante fundado e refundado pela história” (FOUCAULT, 2009, p. 10).

Para Foucault (2009), a articulação entre sujeito e verdade não preexiste aos saberes e às práticas, pois é o conjunto das práticas discursivas ou não discursivas que faz com que algo entre no jogo do verdadeiro e do falso e o constitua como objeto para o pensamento. O autor insere a sua reflexão na história, pois o conceito de verdade foucaultiano, como o de sujeito, está circunscrito na história ou, se preferirmos, no conjunto de práticas discursivas e não discursivas de um determinado período.

Ao problematizar a verdade, Foucault defende que a análise do *status* de “verdadeiro” e “falso” dos enunciados não pode estar descolada do jogo histórico e de regras intrínsecas às práticas discursivas. O que se define como “verdadeiro” hoje pode não o ser amanhã. Por essa razão, a “verdade” – que Foucault (2000) aborda em diversas passagens entre aspas – estaria mais para uma *consequência*, uma *impressão*, um *efeito* do que para um *valor* ou uma *qualidade* que possa ser comprovada mediante a análise de sua relação com a realidade. É importante assinalar que o jornalismo, paradoxalmente, apropria-se da verdade tanto como efeito quanto como um valor, pois em seu discurso os dois condicionantes não são excludentes, mas acabam por ser complementares.

Foucault torna complexo o debate entre verdadeiro e falso inserindo o tema nas relações de poder⁸⁷: a “verdade” é definida como um conjunto de procedimentos regulados para a produção, a lei, a repartição, a circulação e o funcionamento dos enunciados. Para Foucault (2000, p. 14), “a ‘verdade’ está circularmente ligada a sistemas de poder, que a produzem e a apoiam, e a efeitos de poder que ela induz e que a reproduzem”. Nessa citação, o uso de aspas pelo autor acaba por indicar, também, uma crítica ao *status* de “verdade” que ganham certos discursos em determinados períodos, reafirmando sua posição ao aproximar a verdade do poder.

⁸⁶ Sobre as correntes lógico-epistemológicas de verdade, ver Chauí (2001).

⁸⁷ A concepção de poder em Foucault (2000, p. XVI) deixa claro que “é preciso parar de sempre descrever os efeitos do poder em termos negativos: ele ‘exclui’, ele ‘reprime’, ele ‘recalca’, ele ‘censura’, ele ‘abstrai’, ele ‘mascara’, ele ‘esconde’. De fato, o poder produz: ele produz real, produz domínios, objetos e rituais de verdade. O poder possui uma eficácia produtiva, uma riqueza estratégica, uma positividade. E é justamente esse aspecto que explica o fato de que tem como alvo o corpo humano, não para supliciá-lo, utilizá-lo, mas para aprimorá-lo, adestrá-lo”.

Não se trata de libertar a verdade de todo o sistema de poder – o que seria quimérico na medida em que a própria verdade é poder – mas de desvincular o poder da verdade das formas de hegemonia (sociais, econômicas e culturais) no interior das quais ela funciona no momento. Em suma, a questão política não é erro, a ilusão, a consciência alienada, é a própria verdade (FOUCAULT, 2000, p. 14).

Nesse sentido, o significado de “verdade” e “verdadeiro” em Foucault pode ou não guardar relação com a realidade. O autor mantém a posição de que, no jogo de regras e de poder, o que produz as verdades deixa de ser relevante na referência à natureza humana ou ao mundo, porque eles próprios inexistem como objetos já dados, sendo também efeito de forças heterogêneas do instinto e de práticas sociais. Ou seja, a própria natureza do mundo ou realidade com a qual um enunciado verdadeiro poderia manter semelhança não existe objetivamente, não podendo ser feita tal comparação ou aproximação⁸⁸.

Assim, a partir da genealogia foucaultiana, pode-se apontar três grandes questões: (1) quem tem o direito de dizer a verdade, (2) por que certos discursos são valorizados a ponto de se tornarem verdades e, também, (3) quais os mecanismos que permitem distinguir o verdadeiro do falso naquele momento em que a reflexão tem lugar. Dessa forma, Foucault (2000, 2009) faz com que se perceba que a verdade não existe em si, mas que são as relações de poder e o momento histórico que movem a “verdade” nos discursos.

Além da ideia de “verdade”, a “vontade de verdade” é, também, outra noção apropriada por Foucault (1996, 2009) do pensamento de Nietzsche⁸⁹ pra refletir sobre os procedimentos de exclusão⁹⁰ que atingem o discurso. Para Foucault (1996), a vontade de verdade está apoiada sobre um suporte e uma distribuição institucional e tende a exercer sobre os outros discursos uma espécie de pressão e

⁸⁸ Premissa que Foucault (2000) toma emprestada de Nietzsche e que acaba por problematizar ainda mais o lugar de verdade, por desconstruir esse mesmo lugar.

⁸⁹ Problematizando o pensamento de Nietzsche, Machado (2002) afirma que o ponto que se encontra na base de todas as reflexões da análise nietzschiana da ciência – que tem como temas principais a oposição entre o universalismo e o perspectivismo do conhecimento, a relação entre os instintos e a consciência, a heterogeneidade entre os conhecimentos e o mundo, a superação da dicotomia essência e aparência, a crítica das noções do sujeito e objeto – é a crítica da *vontade de verdade* que atua no conhecimento. A vontade de verdade é a crença, que funda a ciência, de que nada é mais necessário do que o verdadeiro. Necessidade não de que algo seja verdadeiro, mas de que seja tido como verdadeiro. A questão não é propriamente a essência da verdade, mas a crença na verdade. Segundo Machado (2002, p. 78), na argumentação de Nietzsche a vontade de verdade “é uma crença – crença na superioridade da verdade – e é nela que a ciência se funda. Não há ciência sem o postulado, sem a hipótese metafísica de que o verdadeiro é superior ao falso, de que a verdade tem mais valor do que a aparência, a ilusão”.

⁹⁰ Foucault (1996) acrescenta que, além da vontade de verdade, existem mais dois sistemas de exclusão que atingem o discurso: a palavra proibida e a segregação da loucura.

de coerção. Nesse sistema de exclusão, a vontade de verdade seria, ao mesmo tempo, reforçada e reconduzida por todo um compacto conjunto de práticas, sendo a oposição entre o discurso verdadeiro e o discurso falso uma de suas estratégias.

A noção de vontade de verdade permite refletir sobre o papel institucional do ombudsman e pensar sobre quais parâmetros se estabelece a ordem discursiva na qual se insere este profissional, que junta, num mesmo espaço discursivo, a deontologia e a ética, conhecimentos que têm na “verdade” a sua maior referência.

A ordem do discurso seria o critério normativo para impor significações, identificar normalidades e patologias, dizer o que é verdadeiro e o que é falso, o que está certo e o que está errado, ou seja, a ordem do discurso opera fazendo essas separações. O discurso qualificado como verdadeiro é aquele que se impõe sobre outros discursos, relegando-os ao terreno do falso e do ilusório, instaurando assim uma ordem. Para Foucault (1996), na sociedade moderna há uma necessidade de controlar a proliferação dos discursos. Por essa razão, seus poderes são conjurados, sua seleção efetuada por procedimentos excludentes que, por sua vez, estabelecem o regime⁹¹ daquilo que é considerado verdadeiro num domínio determinado.

Pensar o ombudsman a partir de um regime de verdade é reconhecer que esse profissional participa de uma estrutura em que os procedimentos de controle, seleção e organização dos discursos existentes na *Folha* são atravessados por relações de poder que determinam a validade do que é produzido e tornado público. Esses procedimentos são produtores de restrições ao que se diz, mas também reprodutores de enunciados, ditos e repetidos em certas circunstâncias. A esse duplo efeito de exclusão e positivação, que produziriam o verdadeiro, o sensato e,

⁹¹ Marocco (2009, p. 351-352) trata dos vários “regimes” de verdade, definindo o termo sob uma perspectiva arqueológica: “Neste âmbito, nos procedimentos de análise enunciativa é possível flagrar os vínculos entre os discursos, o poder e os regimes de verdade que estão vinculados à racionalidade de uma época, ou de acordo com grupos hegemônicos que decidem o que é a verdade. Não existe produção de verdade fora desses ‘jogos de poder’. Não existe verdade fora do poder ou sem poder (conforme Foucault). Independentemente da ‘neutralidade’ da ciência e da sua atualidade, é a própria época que define os seus critérios epistêmicos de verdade. [...] O ‘regime de verdade’ em que vivemos, por uma perspectiva foucaultiana, possui as seguintes especificidades: (1) A verdade é centrada na forma do discurso científico e nas instituições que o produzem. (2) Vivemos em uma sociedade que em grande parte marcha ao ‘compasso da verdade’ – ou seja, uma sociedade que produz e faz circular discursos que funcionam como verdade, que passam por tal e que detêm por esse motivo poderes específicos. (3) A verdade está submetida a uma constante excitação econômica e política (necessidade de verdade tanto para a produção econômica quanto para o poder político). (4) A verdade é objeto de várias formas, de uma imensa difusão e de um imenso consumo (circula nos aparelhos de educação e informação). (5) A verdade é produzida e transmitida sob o controle, não exclusivo, mas dominante, de alguns grandes aparelhos políticos ou econômicos (universidade, exército, escritura, meios de comunicação). (6) A verdade é objeto de debate político e de confronto social (as lutas ideológicas)”.

de modo mais geral, o que é dizível em circunstâncias específicas, Foucault (1996) denomina de rarefação dos discursos, das possibilidades do dizer. Isso implica afirmar que esse regime de verdade no qual o ombudsman está inserido tanto referenda quanto restringe a produção dos enunciados no jornal.

A noção de uma verdade que se sustenta por estar relacionada a uma realidade exterior perpassa a formação sócio-histórica do jornalismo. No entanto, a transformação dos eventos da realidade em relatos jornalísticos⁹² é regrada por normas, valores e condicionantes organizacionais internos ao campo⁹³ que definem o que será ou não tornado público (SILVA, 2005). Os critérios e o tratamento dado aos eventos pelo jornalismo como instituição social são também fruto de circunstâncias históricas, políticas, econômicas e sociais e, sob uma concepção foucaultiana, de jogos de poder. É nesse sentido que a discussão sobre a relação do jornalismo com a verdade se encadeia. Paradoxalmente, o jornalismo mantém conexão com uma verdade amparada em fatos. Em sua relação com a exterioridade e na relação dos parâmetros internos, como prática discursiva, a verdade jornalística pode ser pensada como um *efeito*. Como diz Benetti (2008)⁹⁴, “nenhum discurso está livre da verdade como efeito, e o jornalismo não seria diferente: a verdade como construção, como crença e como convicção”.

A partir da reflexão sobre a noção de verdade, desenvolvida anteriormente, percebe-se que, como prática social e histórica, a verdade no jornalismo aparece como um “efeito”, como resultado de estratégias ritualizadas e presentes nas atividades cotidianas às quais o jornalismo recorre para construir seus relatos. Nesse sentido, identificar os possíveis “efeitos de verdade” na atividade jornalística envolve pensar a construção de sentidos. Charaudeau (2007, p. 41), ao tratar sobre o ato de informar, afirma que “o sentido nunca é dado antecipadamente, ele é construído pela ação languageira do homem em situação de troca social”.

⁹² O termo “relato jornalístico” será aqui usado em sentido amplo, com vistas a incluir os gêneros jornalísticos como a notícia, as entrevistas, as reportagens, as notas, as colunas de opinião, as resenhas etc.

⁹³ Segundo Bourdieu (2000, p. 69), “compreender a gênese social de um campo e apreender aquilo que faz a necessidade específica da crença que o sustenta, do jogo de linguagem que nele joga, das coisas materiais e simbólicas em jogo que nele se geram, é explicar, tornar necessário, subtrair ao absoluto do arbitrário e do não arbitrário os actos dos produtores e as obras por eles produzidas e não, como geralmente se julga, reduzir ou destruir”. Assim, para o autor, as especificidades da prática de cada campo e suas relações de poder é que determinam a sua relação com os demais campos sociais e culturais.

⁹⁴ Documento eletrônico sem paginação.

Charaudeau (2007, p. 49) diferencia “valor de verdade, instrumentação que permite construir um ‘ser verdadeiro’ que se pretende a um saber erudito produzido por textos fundadores, e efeito de verdade que está mais para o lado do ‘acreditar ser verdadeiro’”. Este último surge da subjetividade do sujeito em sua relação com o mundo, criando uma adesão ao que pode ser julgado verdadeiro pelo fato de ser compartilhável com outras pessoas, e se inscreve nas normas de reconhecimento do mundo. Diferentemente do valor de verdade, que se baseia na evidência, o efeito de verdade baseia-se na convicção e participa de um movimento que se pretende um saber de opinião, o qual só pode ser apreendido empiricamente através dos textos portadores de julgamentos.

Assim, o efeito de verdade não existiria fora de um dispositivo enunciativo, no qual se busca a adesão a um universo de pensamento e de verdade. Para Charaudeau (2007, p. 49) o que está em causa “não é tanto a busca de uma verdade em si, mas a busca de ‘credibilidade’, isto é, aquilo que determina o ‘direito à palavra’ dos seres que comunicam, e as condições de validade da palavra emitida”. Esse efeito de verdade, no discurso de informação, conforme o teórico, modula-se segundo pelo menos três perguntas – “Por que informar?”, “Quem informa?” e “Quais são as provas?” – que podem ser, a meu ver, associadas ao discurso do ombudsman.

Primeiro, quando se questiona “Por que informar?”, leva-se em consideração que os efeitos irão variar em função de ter havido ou não um pedido prévio de informação, pois, para Charaudeau, o pedido determina a finalidade intencional do ato de informar. Constata-se que, no caso do ombudsman, há uma demanda explícita, trata-se de uma intencionalidade de pedido na qual existe um solicitante, que pode ter sido um leitor ao questionar uma matéria que foi publicada na *Folha* ou a própria equipe de redação. Essa modulação interessa, na situação do ombudsman, pois considera que aquele que fez o pedido atribuiu ao ombudsman um saber e uma competência, valorizando a posição ocupada por esse profissional. Em outro nível de reflexão, é o próprio veículo jornalístico que, ao definir a atividade do ombudsman, determina “por que” informar.

Na segunda questão, no tocante a “Quem informa?”, o crédito que se pode dar a uma informação, segundo Charaudeau (2007, p. 52), “depende tanto da posição social do informador, do papel que ele desempenha na situação de troca, de sua representatividade para com o grupo de que é porta-voz, quanto do grau de

engajamento que manifesta com relação à informação transmitida”. Entende-se que o ombudsman pode ser enquadrado em qualquer uma das modulações citadas. É possível, a partir de “quem informa”, pensar sobre sua atividade de crítica, pois, ao expressar em sua fala reserva ou dúvida quanto à veracidade do que foi publicado, assume uma posição de distanciamento, explicitando um posicionamento prudente, não rompendo propriamente com o campo jornalístico. Paradoxalmente, ao determinar a falsidade da informação, volta-se para os leitores como porta-voz, tomando para si a posição de informador, que finalmente irá lhe conferir o crédito de ter restabelecido a “verdade”, mesmo que provisoriamente.

O último modulador do efeito de verdade está em questionar “Quais são as provas?” da verdade, ou, melhor dizendo, na aferição da veracidade de uma informação. Com base em Charaudeau, é possível perceber no discurso do ombudsman pelo menos três estratégias discursivas utilizadas para provocar esse efeito: (1) a possibilidade de reconstituição a partir da informação anterior, divulgada em jornais anteriores; (2) a explicação que se caracteriza pela possibilidade de se determinar o porquê dos fatos, o que os motivou; e (3) o princípio de elucidação, decorrendo daí a exposição de opiniões diversas, as provas científicas e técnicas.

Dessa forma, caberia ao ombudsman ocupar o lugar do discurso “verdadeiro”, aquele que restabelece a verdade dos fatos, uma fala situada na ordem do possível, do efeito e do acontecimento. Incluem-se, nessa busca da verdade e de credibilidade, as sondagens, os testemunhos, as reportagens e todo o trabalho de investigação destinado a restabelecer o fato tal como teria ocorrido. Finalmente, o ombudsman utilizaria estratégias discursivas que remetem ao princípio de elucidação, a partir da exposição de opiniões diversas, de modo a fazer surgir uma verdade “aparentemente” consensual dentro do campo, aceita pelos leitores, mas que, na maioria das vezes, é distinta da do jornalista que produziu a informação.

4 DEONTOLOGIA E VALORES DO JORNALISMO

Como profissão, o jornalismo tem reconhecimento do público em sua atividade-fim: a de elaborar, interpretar e divulgar informações no formato de notícias. Esse reconhecimento está vinculado a um conjunto de valores que se concretizaram na forma de normas de conduta, reguladas por códigos deontológicos⁹⁵, conselhos de imprensa e, em última instância, por meio de restrições jurídicas⁹⁶. Na prática, os códigos deontológicos visam essencialmente à formulação de regras profissionais praticáveis com o objetivo de preservar a reputação do jornalismo, isto é, de profissionais e empresas, e de familiarizar os jornalistas iniciantes com os seus principais deveres, os quais os códigos expressam como valores profissionais.

Valores como verdade, independência, objetividade, serviço público e credibilidade estão vinculados a uma prática profissional (CORNU, 1994; COSTA, 2009; GOMES, 2004; TRAQUINA, 2002). Há uma identificação do campo do jornalismo com esses valores, que por sua vez gravitam em torno de princípios norteadores que ultrapassam as fronteiras do próprio espaço institucional. Cornu (1994) situa o lugar da deontologia profissional entre a moral e a ética⁹⁷ e entre a moral e o direito. Para o autor, a deontologia remete a uma abordagem empírica dos diversos deveres relativos a uma situação social ou a uma profissão determinada. O teórico explica que os valores regulamentados nos códigos deontológicos articulam-se em torno de três grandes eixos:

⁹⁵ A deontologia, de acordo com sua raiz grega, é uma teoria dos deveres. O termo foi criado por Jeremy Bentham, pai do utilitarismo, em 1834, para qualificar a sua concepção da moral. O utilitarismo é associado a uma moral prática do “interesse bem compreendido”. Essa moral passa por uma interiorização das normas, funcionando como instrumento de um controle social que reduz a liberdade do indivíduo. O termo *deontologia* também é utilizado com sentido de coletividade, vinculando-o a um grupo profissional (CORNU, 1994).

⁹⁶ Segundo Cornu (1994, p. 70), os códigos deontológicos, na maior parte das vezes, acompanham a legislação vigente, “permitindo que o jornalista regule a sua atividade por antecipação às disposições jurídicas”. Para o autor, numa empresa midiática, a deontologia é considerada, essencialmente, um assunto dos jornalistas perante a sua comunidade profissional e que prevê uma adesão voluntária.

⁹⁷ É importante salientar que os termos *moral* e *ética* são frequentemente utilizados de maneira intercambiável. No entanto, a Filosofia procurou diferenciá-los. A ética é definida como a ciência da conduta, que trata dos conceitos que envolvem o raciocínio prático, como a distinção entre o bem e o mal, a ação correta, o dever, a obrigação, a virtude, a liberdade, a racionalidade, a escolha. Distingue-se da moral, que corresponde a um sistema de regras admitidas em uma determinada época por um grupo social (ABBAGNANO, 2007). A partir dessa concepção, a deontologia estaria muito mais ligada à ideia de moral do que à de ética.

A informação do público, no sentido de uma missão especial e reconhecida em democracia, que revela da liberdade de expressão e supõe por isso que seja garantida a liberdade dos meios de informação; o respeito pela verdade, como exigência fundamental de toda a informação; a dignidade da pessoa humana como limite à liberdade de informar, dignidade que é o valor primeiro da Declaração dos Direitos do Homem de 1948 (CORNU, 1994, p. 42-43).

A partir desses três grandes eixos é possível instituir pontes entre os valores e deveres associados à deontologia do jornalismo e as regras e os princípios estabelecidos por declarações internacionais, que se propuseram a regulamentar as atividades da mídia. Especificamente, pode-se dizer que os princípios norteadores da profissão de jornalista foram sendo construídos e universalizados no pós-Segunda Guerra, a partir da *Declaração Universal dos Direitos do Homem* (1948) e, mais diretamente vinculado ao campo da comunicação, com a *Declaração de Bordéus* (1954), a *Declaração de Munique* (1971), a *Declaração da UNESCO sobre os Media* (1983) e, por último, a *Declaração de Chapultepec* (1994), assinada por empresários da área de comunicação. O documento da UNESCO teve alcance internacional e se destinou, prioritariamente, a orientar as formulações deontológicas das comunidades profissionais dos países-membros, entre eles o Brasil.

Cabe assinalar que a identificação e a delimitação dos valores, dos deveres e dos princípios não constitui uma tarefa simples, pois, na maioria das vezes, eles estão entrelaçados. Assim, a elaboração da deontologia jornalística se estabelece numa situação em que vários documentos, regulamentações de períodos distintos e aspectos legais de cada país são citados e referenciados, formando um conjunto heterogêneo e complementar de informações. A não homogeneidade, ou melhor, a relação ambivalente desses valores e deveres, ao serem expressos, é tida como constitutiva da profissão jornalística, que tenta simultaneamente especificar o espaço de liberdade de que gozam seus atores e a extensão de suas responsabilidades.

A relação intrínseca entre liberdade e responsabilidade é inerente à própria atividade de informar e perpassa o imaginário do que se espera da “missão” da imprensa. É importante perceber, também, que os documentos norteadores estão intertextualmente ligados, o que contribui para a construção do campo jornalístico. É possível perceber esse entrelaçamento discursivo já no Princípio I da *Declaração da UNESCO*, que trata sobre a natureza da informação e que evoca diretamente os textos fundadores das liberdades individuais, em particular da *Declaração Universal dos Direitos do Homem*, de 1948:

O povo e os indivíduos têm o direito de receber uma imagem objetiva da realidade pelo canal de uma informação precisa e complexa, e de se exprimirem livremente por intermédio de diversos meios de difusão da cultura e da comunicação (ANEXO A).

O trecho citado da *Declaração da UNESCO* remete tanto ao direito universal à informação de “receber” como de “se exprimirem” livremente, este último associado à liberdade de expressão, direito estendido a todos os cidadãos. Mas, além disso, o texto acrescenta o fato de que a informação é “uma imagem objetiva da realidade” e um canal “de uma informação precisa e complexa”, duas considerações que apontam para a responsabilidade daquele que fornece a informação. De maneira um pouco mais restritiva, mas onde fica ainda mais explícita a diferença entre o direito à liberdade de expressão e o direito de informação, a *Declaração de Munique* determina que é “direito do público conhecer os fatos e as opiniões” (ANEXO C). Nesse documento, que se atém principalmente a estabelecer o conjunto dos deveres e direitos do jornalista, a referência à liberdade de imprensa está diretamente relacionada ao público, que é o destinatário da informação.

Tem-se então que a referência ao direito do público, razão de ser da imprensa e regulamentada pelos códigos deontológicos como o dever de informar o público, associa-se diretamente à liberdade de imprensa, que, por conseguinte, somente pode ser pensada em regimes democráticos. Essa tripla articulação nos remete à reflexão desenvolvida em torno do primeiro eixo, “a informação do público”, na qual Cornu (1994) defende que a imprensa tem por função informar ao cidadão tanto sobre os fatos como sobre as correntes de ideias, a fim de se criar uma opinião pública cuja expressão há de ser organizada pela democracia. Para este autor, a responsabilidade do jornalista é, antes de tudo, para com o público, pelo direito deste último de ser informado: “esta missão pública é a primeira condição da democracia” (CORNU, 1994, p. 382). Também, sob uma perspectiva teórica e democrática, Traquina (2002) trata das relações do jornalismo como guardião do poder, esboçando um “tipo ideal”, no qual os membros dessa comunidade interpretativa são vistos como pessoas comprometidas com os valores da profissão, devendo agir de forma desinteressada, fornecendo informações a serviço da opinião pública e mantendo a vigilância constante na defesa da liberdade e da própria democracia. Contudo, ao relacionar esses valores à deontologia do jornalismo, é

necessário alertar que a liberdade de informação⁹⁸ não é um privilégio da própria imprensa, como algumas empresas buscam associar, mas um direito do cidadão e um dever da imprensa nas sociedades democráticas.

No *Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros*, o direito à informação é visto sob duas perspectivas: (1) como um direito fundamental do cidadão de informar, de ser informado e de ter acesso à informação e (2) como um papel do jornalista de não admitir que nenhum tipo de interferência impeça o acesso à informação de interesse público. Nessa segunda perspectiva, Artigo 2º, incisos I, II, III, IV e V, tanto os meios de comunicação quanto o jornalista são os protagonistas:

I – a divulgação da informação precisa e correta é dever dos meios de comunicação e deve ser cumprida independentemente de sua natureza jurídica – se pública, estatal ou privada – e da linha política de seus proprietários e/ou diretores.

II – a produção e a divulgação da informação devem se pautar pela veracidade dos fatos e ter por finalidade o interesse público;

III – a liberdade de imprensa, direito e pressuposto do exercício do jornalismo, implica compromisso com a responsabilidade social inerente à profissão;

IV – a prestação de informações pelas organizações públicas e privadas, incluindo as não governamentais, é uma obrigação social.

V – a obstrução direta ou indireta à livre divulgação da informação, a aplicação de censura e a indução à autocensura são delitos contra a sociedade, devendo ser denunciadas à comissão de ética competente, garantido o sigilo do denunciante (ANEXO E).

O direito à informação, no código brasileiro, é uma obrigação social, devendo ser de responsabilidade do profissional, que deverá se pautar pela veracidade dos fatos e de todas as organizações, independentemente de serem públicas ou privadas. Além disso, o código condena a obstrução à livre divulgação

⁹⁸ No livro *O jornalista e o assassino*, Janet Malcolm (2011), que escreve grandes reportagens que se transformam em livros, remete a uma antiga discussão sobre dois valores no jornalismo: o de livre acesso à informação de interesse público e o direito dos indivíduos de serem contemplados, nos meios de comunicação, sua própria versão dos fatos. Dilemas como este estão ligados tanto à reflexão sobre a prática quanto à teorização do jornalismo, pois, no fundo, o que se coloca em pauta é a própria liberdade de expressão. Não existem respostas prontas e muito menos simples para estas questões, pois, na maioria das vezes, elas movimentam valores éticos e morais dos envolvidos. Na opinião da jornalista Janet Malcolm, somente o escritor de ficção seria fiel a uma verdade, pois os eventos que relata no texto existem em sua imaginação. Já o escritor não ficcional, o jornalista, quando resume, seleciona e edita a loquacidade da fonte, acaba traindo a confiança que lhe foi emprestada ao substituir a versão da fonte pela sua, porque esta é mais interessante e serve melhor aos propósitos da reportagem. A verdade, neste caso, é postulada como inalcançável, pois se vive no reino das versões: “a disparidade entre o que parece ser a intenção de uma entrevista quando ela está acontecendo e aquilo que no fim ela estava de fato ajudando a fazer é sempre um choque para o entrevistado” (MALCOLM, 2011, p. 11). Apesar dessa visão da autora estar centrada no indivíduo, ela contribui para pensar que a informação é um direito do cidadão.

como uma infração à ética profissional. O documento brasileiro se aproxima em vários aspectos aos preceitos estabelecidos pela *Declaração da UNESCO*.

Outro ponto importante relacionado ao direito de informar é o Princípio III da *Declaração da UNESCO*: “No jornalismo, a informação é entendida como um bem social, e não como um simples produto” (ANEXO D). Essa afirmativa coloca em dúvida o caráter material da notícia e a sua elaboração como uma simples mercadoria. Sobre o “produto” *notícia* e sua função social há pontos de vista distintos e por vezes contraditórios. Na visão de Cornu (1994, p. 59), esse princípio é o reconhecimento, para o jornalista, de que a informação transformada em notícia “não se destina ao seu prazer ou para o lucro do seu empregador, mas para comunicar a um público que tem o direito de ser informado”. Por outro lado, Costa (2009, p. 259), apesar de defender que existam contradições na condição do jornalismo como um negócio, principalmente por ser uma atividade de interesse público, não nega que ele seja um negócio e que funcione numa lógica empresarial e, mais do que isso, afirma ser este “um ofício tão banal quanto trágico e glorioso”. No jornalismo, a informação é um bem público e um direito de todo cidadão. Em contrapartida, essa mesma informação é prestada por uma empresa privada, estruturada como um negócio que, por princípio, precisa gerar lucro para existir. O debate sobre a dupla condição da informação recai principalmente na fonte do lucro que, para alguns teóricos (CORNU, 1994; MARCONDES FILHO, 2002; SOUZA, 2002; TRAQUINA, 2005, 2002), não deveria estar vinculada à notícia, mas sim atrelada ao espaço de publicidade, passando pelo departamento comercial. Dessa maneira, apesar de reconhecer o jornalismo como um negócio, há uma tentativa de preservar uma aura de imaterialidade em torno da produção da mercadoria *notícia*.

Ao “dever de informar”, a *Declaração de Munique* acrescenta uma condição que está implícita na deontologia do jornalismo: “comporta necessariamente limites que os próprios jornalistas impõem espontaneamente a si mesmos” (ANEXO C). Esse princípio reforça a existência de um espaço de liberdade que permite o respeito espontâneo às regras. Portanto, nenhuma sanção externa pode ser aplicada, o que remete a outro princípio, que reconhece o direito de o jornalista só aceitar, em matéria profissional, a jurisdição dos seus pares, excluindo qualquer intromissão governamental ou outra. Esse princípio foi previsto pela primeira vez na *Declaração de Bordéus* (1954), evento da Federação Internacional dos Jornalistas que prescrevia a conduta dos jornalistas. A liberdade dos profissionais é uma questão

central para o jornalismo, inclusive o distinguindo de outras profissões liberais, sendo, também, referendada pela *Declaração da UNESCO sobre os media* (1983). Essa diferença, que reconhece a liberdade de imprensa como um direito do jornalista em não aceitar controle externo ao seu próprio campo, é apontada por Cornu (1994, p. 40-41) como algo que diferencia o jornalismo das demais profissões liberais:

O acesso e o exercício da maioria das profissões liberais são rigorosamente controlados pelo legislador. Supõem uma formação determinada, processo de admissão, a inscrição numa ordem. [...] uma não observação das regras da profissão pode implicar sanções e levar mesmo à expulsão da Ordem, que significa a proibição de exercer a profissão.

O autor acaba por demonstrar um descompasso do jornalismo em relação às demais profissões liberais. Primeiramente, porque não há no jornalismo uma “Ordem” que reúna todos os profissionais de informação e que ao mesmo tempo regule a profissão. Esse papel de controle das transgressões da ética jornalística, ao menos no Brasil, é realizado pelos sindicatos, em primeira instância, e, em segunda instância, por uma Comissão Nacional de Ética, constituída por membros dos sindicatos e pela Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ). O Artigo 16 do Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros (2007) trata da competência da Comissão Nacional de Ética:

I – julgar, em segunda e última instância, os recursos contra decisões de competência das comissões de ética dos sindicatos;
II – tomar iniciativa referente a questões de âmbito nacional que firam a ética jornalística;
III – fazer denúncias públicas sobre casos de desrespeito aos princípios deste Código;
IV – receber representação de competência da primeira instância quando ali houver incompatibilidade ou impedimento legal e em casos especiais definidos no Regimento Interno;
V – processar e julgar, originariamente, denúncias de transgressão ao Código de Ética cometidas por jornalistas integrantes da diretoria e do Conselho Fiscal da FENAJ, da Comissão Nacional de Ética e das comissões de ética dos sindicatos;
VI – recomendar à diretoria da FENAJ o encaminhamento ao Ministério Público dos casos em que a violação ao Código de Ética também possa configurar crime, contravenção ou dano à categoria ou à coletividade (ANEXO E).

Diferentemente das penalidades a que estão sujeitos os profissionais nas demais profissões liberais, no jornalismo o profissional que for julgado e processado por uma “falta grave” não perde o direito de continuar a exercer a profissão. A competência da Comissão Nacional de Ética se restringe a punições no âmbito do próprio sindicato, ou, no limite, encaminha o processo ao Ministério Público, quando a ocorrência configurar um crime, uma contravenção ou um dano à categoria ou à coletividade. Na sequência, será o Ministério Público que irá julgar se há ou não pertinência na denúncia e decidir se dará prosseguimento ao processo. Caso contrário, no máximo, os jornalistas que descumprirem o *Código de Ética* estarão sujeitos a “advertência, suspensão e exclusão do quadro social do sindicato e à publicação da decisão da comissão de ética em veículo de ampla circulação” (ART. 17, ANEXO E). As restrições também podem ocorrer no âmbito organizacional, quando o processo disciplinar é instaurado institucionalmente pela empresa de comunicação para a qual o profissional trabalha. O processo disciplinar pode acarretar a perda imediata do emprego, por justa causa, a dificuldade de buscar um novo trabalho ou, ainda, o constrangimento perante os colegas de profissão, punições que ficam restritas exclusivamente ao ambiente empresarial.

“A liberdade de informação como condição” é evocada por Cornu (1994) para tratar da missão da imprensa. Para ele, a liberdade passa por reconhecer que o direito do público de saber os fatos e as opiniões se estabelece, necessariamente, pela garantia de independência dos jornalistas e pela dignidade reconhecida à sua profissão. Nesse duplo reconhecimento, independência e dignidade aproximam-se, novamente, de disposições deontológicas vinculadas aos direitos com as obrigações do jornalista. No preâmbulo da *Declaração de Munique* (1971), essa formulação está presente:

O direito à informação, à livre expressão e à crítica é uma das liberdades fundamentais de todo ser humano.

Deste direito do público a conhecer os factos e as opiniões procede o conjunto dos deveres e direitos dos jornalistas.

[...]

Mas esses deveres só podem ser efetivamente respeitados no exercício da profissão de jornalista se as condições concretas da independência e dignidade profissional forem realizadas. É esse o objeto da declaração dos direitos que se segue (ANEXO C).

No trecho selecionado, a liberdade de informação é declarada como um direito universal, mas, para que se efetive, pressupõe duas condições: a liberdade

em que está submetida determinada sociedade e por consequência o próprio trabalho do jornalista. Isto significa não somente a inserção em um estado democrático, mas o próprio ambiente a que está submetido o jornalista, como as relações entre empregado e empregador, a remuneração, a carga horária e as pressões empresariais, que contribuem para condicionar a prática desse profissional. A declaração da UNESCO (1983), por sua vez, prevê no Princípio IV da *Integridade Profissional do Jornalista* o direito que esse profissional tem de não trabalhar ao “arrepio” das suas convicções, de não revelar as suas fontes de informação e de participar da tomada de decisões dos veículos que o empregam. Esse princípio, ao citar o sigilo das fontes e a participação nas empresas, atrela a noção de liberdade individual com a condição de integridade do jornalista, que se estabelece na relação profissional.

As pressões externas também são consideradas como uma intervenção à integridade da profissão. Sobre esse assunto, a declaração da UNESCO (1983) “proíbe o jornalista de aceitar qualquer forma de remuneração ilícita e de promover interesses privados” (ANEXO D), incluída aí a supressão de informação. Resumidamente, este texto defende que o jornalista deve se recusar a ser comprado, independentemente se o benefício for material ou moral, e também alerta para o silenciamento do profissional, que por vezes é muito mais difícil de ser identificado. Em se tratando de pressões externas, para Cornu (1994, p. 62) o jornalista está sujeito à sedução em seu cotidiano. O autor acrescenta também o silêncio como uma concordância às estratégias de sedução:

No dia a dia, a sedução exerce-se na maior parte das vezes com vistas a obter um artigo favorável, a publicação de uma informação interessada é e organizada por agências de comunicação especializadas por conta de uma empresa, por vezes de uma administração pública. A sedução, por outro lado, pode ser para obter o silêncio.

O silenciamento também é tema na *Declaração de Munique* (1971), que afirma poder ser o silêncio comprado, como pode sê-lo por outro lado a palavra, tendo em vista um falso testemunho. Ainda sobre a independência dos jornalistas, a declaração suíça recomenda, no item 9 da *Declaração dos Deveres*, que “nunca se deve confundir a profissão de jornalista com a do publicitário ou de propagandista, e não aceitar nenhuma indicação, direta ou indireta, dos anunciantes” (ANEXO C). Outro item do mesmo documento que conclui a lista das obrigações é o de número

10, o qual determina que o jornalista deva recusar qualquer pressão e somente aceitar orientações redacionais dos responsáveis pela editoria. Com isso, insere a observância das normas redacionais e conseqüentemente a da própria linha editorial, restringindo, nesse item, as correções redacionais. Mas, no item 2, referente a Direitos, a fidelidade à linha editorial é explicitamente determinada desde que sob alguns parâmetros, que excluem qualquer subordinação às questões que não estejam estipuladas no contrato de trabalho:

Os jornalistas têm direito de recusar toda subordinação que seja contrária à linha geral [editorial] do órgão de informação em que colabora, tal como estiver determinado por escrito no seu contrato de admissão, bem como toda subordinação que não seja claramente implicada por essa linha geral (ANEXO C).

A reflexão referente à linha editorial, ponto fundamental para este trabalho, pertence à categoria das normas internas e está inserida no conjunto de tratados que regulam a profissão. Pode-se pensar a linha editorial no intervalo entre o nível jurídico e o nível deontológico. Dessa maneira, tanto o nível deontológico quanto o editorial estariam ligados à categoria de normas profissionais, mas, enquanto o primeiro relaciona-se aos jornalistas, o segundo vincula-se às empresas. Assim, a linha editorial não é definida nem pelo Estado nem pelos jornalistas. Sua definição se dá pelas próprias empresas midiáticas, podendo ainda, segundo Cornu (1994, p. 71), em alguns casos, ser “objeto de uma consulta ou de uma negociação no interior da empresa”.

Nesse sentido, a *Declaração de Chapultepec* (1994), assinada por empresários da comunicação no México, é um documento representativo para pensar a relação da linha editorial com os códigos deontológicos. Karam (2004) desenvolve uma reflexão a partir dos princípios expressos na *Declaração de Chapultepec* – em que empresários da mídia comprometeram-se com princípios jornalísticos – para tentar demonstrar, com base em temas desenvolvidos na mídia, especialmente o jornal, que alguns discursos empresariais jornalísticos, parecidos com os defendidos por profissionais, em sua tradução operativa são utilizados como proposição retórica ou sofisticada, contendo e dissimulando em seu interior o conceito de razão cínica. Para o autor, é a dissonância entre a prática e os discursos que acaba por desmentir a validade universal dos códigos e “faz com que o

jornalismo se aproxime do cinismo, por meio do efetivo desprezo pela convenção, pela palavra empenhada, pela mediação jurídica e moral” (KARAM, 2004, p. 13).

Para Karam, a ética empresarial é também uma ética aplicada, e os princípios contidos em códigos carregam valores que devem ser implementados, pois dessa efetivação dependeria a credibilidade social⁹⁹ e a sobrevivência como empresa. Segundo ele, por convicção ou cinismo, há o reconhecimento, em códigos e declarações empresariais, de que o público e o interesse público são soberanos e constituem o maior valor dos veículos de informação jornalística. Dessa forma, implementar o que os códigos decretam, de certa maneira, garantiria um controle de qualidade feito por quem apura a informação ou vive imediatamente no e do mundo da mídia.

A concepção defendida acrescenta um diferencial de perspectiva aos estudos sobre os códigos deontológicos e sua relação ética e moral. Tendo preestabelecida a simultaneidade da mídia como um serviço de interesse público e como um negócio, estende para todos aqueles que “exercem” o jornalismo, inclusive os empresários, o compartilhamento dos valores que compõem o “patrimônio jornalístico”. Com isso, o autor defende que os valores devem integrar o universo da categoria dos jornalistas, dos proprietários dos veículos de comunicação, dos demais trabalhadores da informação, das fontes que fornecem informações de interesse público e dos anunciantes. Para Karam (2004, p. 91, grifo do autor), esse patrimônio passa pelo comprometimento tanto dos jornalistas como dos empresários:

Precisamente por serem *profissionais*, são eles os responsáveis diretos pela incorporação e aplicação de determinados valores. No entanto, a relevância do jornalismo chegou contemporaneamente a tal ponto que o “negócio” da comunicação, em seus aspectos estritamente informativos, pressupõe que a informação deva atender a uma complexa e irresolvida realidade, que a cada dia, a cada momento, se move, rebela-se, afirma-se e nega-se. Com tal dimensão, e com tal reconhecimento implícito, é que também empresários da comunicação, donos de jornais, revistas, emissoras de TV e rádio e demais veículos assinam e se comprometem a seguir alguns princípios, patrimônio do jornalismo.

⁹⁹ O Artigo 9 da *Declaração de Chapultepec* assegura que “a credibilidade da imprensa está ligada ao compromisso com a verdade, à busca de precisão, imparcialidade e equidade, e à clara diferenciação entre as mensagens jornalísticas e as comerciais. A conquista destes fins e a observância destes valores éticos e profissionais não devem ser impostas. São responsabilidade exclusiva dos jornalistas e dos meios de comunicação. Em uma sociedade livre, a opinião pública premia ou castiga” (DECLARAÇÃO DE CHAPULTEPEC, Art. 9, apud KARAM, 2004, p. 91).

Karam defende que a relevância do jornalismo ultrapassa os seus aspectos estritamente informativos e a discussão da linha editorial, mesmo estando subliminarmente apontada, pois se concretiza no comprometimento dos empresários com os documentos por eles assinados e pelo compartilhamento dos valores associados ao jornalismo. A liberdade de informação, como condição, é de responsabilidade de todos os que interagem no campo, caso contrário a ausência de comprometimento estaria contribuindo para a perpetuação do cinismo, discussão que retomo mais especificamente quando trato sobre “ética cínica”.

Outro debate recorrente, quando se aborda a liberdade de informação, é a responsabilidade social da mídia e os mecanismos de assegurá-la, como é o caso da *accountability* por parte das instituições de comunicação. Segundo Paulino (2010), nos últimos anos o termo *accountability* tem sido disseminado na ciência política latino-americana como sinônimo de mecanismos que possibilitam a responsabilização das pessoas que ocupam cargos públicos, sejam elas eleitas ou não, por seus atos à frente das instituições do Estado. Para o autor, o debate sobre *accountability* pode ser estendido aos meios de comunicação, entendido como o processo que invoca a responsabilidade objetiva e subjetiva dos profissionais e veículos de comunicação por meio da organização da sociedade e da constituição de espaços públicos democráticos de discussão.

Bertrand (1997)¹⁰⁰, defende a ideia de que foi a crescente mediatização dos espaços públicos nas sociedades contemporâneas que motivou a necessidade de inventar mecanismos “com vista a ajudarem a respeitar a deontologia, manter a confiança do público, defender a respectiva liberdade contra as ameaças dos poderes constituídos e do mercado” (BERTRAND, 1997, p. 16). Três caminhos possíveis são relacionados por Bertrand (2002) como formas de promover a conduta ética e a qualidade de atuação na mídia: (1) o “livre” mercado na atuação das instituições de comunicação; (2) a atuação estatal e; (3) a busca de construção de espaços cooperativos. O autor defende que a qualidade da mídia pode originar-se da combinação de mercado, lei e ética, “três pilstras de sustentação para o edifício da mídia” (BERTRAND, 2002, p. 25).

¹⁰⁰ O termo *media accountability systems* foi definido por Claude-Jean Bertrand (1997) como “moyens d’assurer la responsabilité sociale des médias” (BERTRAND, 1997), conceito traduzido por Paulino (2010) como Meios para Assegurar a Responsabilidade Social da Mídia (MARS). Utilizo a tradução do termo como referência.

A perspectiva cooperativa apresentada por Bertrand centra a figura do público como sendo essencial. Para ele, o público ainda é percebido, por alguns jornalistas e empresários da comunicação, como uma interferência indevida, e não como uma forma de aperfeiçoar o conteúdo veiculado. Segundo o teórico, em alguns países, principalmente os que passaram por períodos de ditaduras políticas, o direito à liberdade de expressão deixa de ser pensado como um serviço para o público e torna-se um valor idealizado.

Para Bertrand, a mesma tríade serve de referência para orientar a classificação de acordo com o tipo de atividade. Assim, o *System of Media Accountability* pode ser oriundo das instituições de comunicação por iniciativas internas, externas e de formas cooperativas:

- a) Iniciativas internas às instituições de comunicação: Editoria ou Programa de Mídia, Carta do editor, Memorando interno, Comunicado aos consumidores, Programa de conscientização, Espaço de correção de erros, Código de ética, Repórter de mídia, Repórter de consumidor, Comitê de ética, Comissão de avaliação, Comitê de redação, Agência de filtragem, Estudo interno de problemas, Pesquisa sobre o leitorado e Auditoria ética; b) Iniciativas externas às instituições de comunicação: Mídia alternativa, Pesquisa sem fins lucrativos, Revista jornalística, Pesquisa de opinião sobre mídia, Campanha de alfabetização em mídia, Filme/reportagem/livro crítico, Programa “Mídia na Escola”, Website relacionado à mídia, Abaixo-assinado para pressionar a mídia, Associação de Cidadãos, Declaração pública de executivo responsável, Organização não governamental voltada para a mídia, Educação superior dos jornalistas, Curso de ética e Agência reguladora independente; c) Formas cooperativas: Carta ao editor, Clube de Leitores/Espectadores, Mensagens on-line, Conselho de Imprensa local, Ombudsman, Conferência Anual, Central de Queixas, Conselho de Imprensa Nacional, Sessão de consultas aos consumidores, Questionário de exatidão e honestidade, Associação ligada à mídia, Cooperação Internacional, Encontro com o público, Organização não governamental de treinamento, Educação contínua, Painel de Usuários de mídia, Prêmios e outras recompensas, Participação de cidadãos no Conselho Editorial (BERTRAND, 2002, p. 43).

No enquadramento proposto por Bertrand (2002) para as atividades de *System of Media Accountability*, o ombudsman aparece como uma forma cooperativa, pois, para ele, esse cargo contribui por um lado para reafirmar normas e valores referentes ao conteúdo e por outro para promover uma ponte com o público. Paulino (2010) também defende a atuação do ombudsman¹⁰¹ como um desses

¹⁰¹ Mário Mesquita (apud PAULINO, 2010) insere, também, o ombudsman como um meio de garantir a responsabilidade social na mídia, estabelecendo a atuação desse profissional em sete níveis distintos: (1) função crítica e simbólica: discute o jornal em suas próprias páginas, prolongando no espaço público o debate sobre decisões editoriais que tradicionalmente não saía das redações e do meio jornalístico; (2) função mediadora: estabelece uma ponte com os leitores, respondendo às

instrumentos que promovem uma relação cooperativa entre os empresários, os profissionais e o público: garantindo a liberdade de expressão, a proteção do pluralismo e dos direitos de personalidade, e estimulando a qualificação e o cuidado com o conteúdo publicado. Paulino afirma que as definições de normas deontológicas podem determinar um caminho a ser seguido e subsidiar a atuação de mecanismos como um Meio de Assegurar a Responsabilidade Social da Mídia (MARS).

“A verdade como dever fundamental”, segundo eixo que utilizo da reflexão de Cornu, vincula a missão da imprensa de informar com o objetivo de que o cidadão seja capaz de formar a sua própria opinião. Para Cornu (1994, p. 395), a verdade intervém como dimensão ética e “tem a ver com a elaboração, o conteúdo e a forma das notícias quanto ao aspecto técnico da informação e em seu aspecto pragmático com a ação das instituições e das pessoas”. Essa perspectiva está amplamente disseminada nos códigos e nos documentos, pois esse eixo renova a lógica de que a missão dos meios não pode ser cumprida sem liberdade, reflexão que vem sendo traçada nos parágrafos anteriores.

Nessa rubrica em torno da verdade, Cornu aglutina o tratamento das fontes, o dever de retificação, o segredo redacional. Assim, a condição de uma informação verdadeira ou de uma informação justa pressupõe a observação de um conjunto de critérios normativos, que estariam diretamente relacionados com a atividade da prática profissional do jornalista. Traquina (2002, p. 139) corrobora a ideia da verdade como um valor central no jornalismo e a associa com “o rigor, a exatidão, a honestidade e uma noção de equidistância, muitas vezes consagrada com o conceito de objetividade”.

A verdade é um valor que será tratado em todas as declarações, algumas com foco na informação e outras no profissional. O documento suíço afirma que o primeiro dever do jornalista na procura de informação, na redação e no comentário dos acontecimentos é o respeito pela verdade, sejam quais forem as consequências para o jornalista, pois considera que o direito que o público tem de conhecer a

reclamações e às críticas; (3) função corretiva: cuida da retificação dos dados inexatos e incompletos apelando se necessário para peritos; (4) função persuasiva: recomenda medidas destinadas a reparar atos susceptíveis de lesar os direitos dos leitores; (5) função pedagógica: explica aos leitores os mecanismos da produção jornalística desde a relação com as fontes até a seleção das informações; (6) função dissuasiva: com sua crítica, o ombudsman pode influenciar (eventuais) decisões dos editores e jornalistas; e (7) função cívica: a atuação do ombudsman pode favorecer o debate sobre temas políticos, econômicos e sociais. (MESQUITA, M. **O quarto equívoco**: o poder dos media na sociedade contemporânea. Coimbra: MinervaCoimbra, 2004).

verdade está acima da integridade do profissional. Na declaração da UNESCO, a verdade também se dá na exigência do tratamento dos fatos, mas seu foco está na compreensão do profissional, na sua interpretação e no aspecto criativo do trabalho jornalístico, como lemos no princípio II:

A tarefa primordial do jornalista é servir o direito do povo a uma informação verídica e autêntica através de um apego honesto à realidade objetiva, colocando conscientemente os fatos no seu contexto adequado, salientando os seus elos essenciais, sem provocar distorções, desenvolvendo toda a capacidade criativa do jornalista, para que o público receba um material apropriado que lhe permita formar uma imagem precisa e coerente do mundo, em que a origem, a natureza e a essência dos acontecimentos, processos e situações sejam compreendidos de uma forma tão objetiva quanto possível (ANEXO D).

Na *Declaração da UNESCO*, a objetividade é uma possibilidade de aproximação com a informação “verídica e autêntica”, que se dá a partir da honestidade e do recebimento de um material preciso e coerente do mundo, sem “distorções”. A *Declaração de Munique* (item 3) acrescenta ainda o dever de publicar unicamente as informações cuja origem é conhecida, ou, caso contrário, “acompanhá-las das reservas necessárias, não suprimir as informações essenciais e não alterar os textos e documentos” (ANEXO C). A verdade como um valor, que aparece tanto na *Declaração de Munique* como na da *UNESCO*, tem a noção de verdade como algo identificável, que ora deve ser buscada e ora deve ser respeitada. Logo, a verdade é reconhecida como um conceito normativo e crítico da informação. A exigência de “verdade” nesses documentos não se aplica unicamente à ordem dos fatos, como exigência de exatidão, mas também à ordem do sentido, como exigência de justiça, e à ordem da narrativa, como exigência de veracidade.

Finalmente, o último eixo norteador, o respeito pela dignidade humana como limite, significa “a responsabilidade perante o leitor, perante o auditor, perante o telespectador, isto é, perante o outro” (CORNU, 1994, p. 92). Nesse eixo, o autor aglutina a interdição de atentados à honra, que dependem do direito penal, a proteção da vida privada, que é do foro do direito civil, e a presunção de inocência e o respeito pelas sensibilidades do público e das minorias, incluindo aí a responsabilidade do jornalista perante pessoas em situação de fragilidade ou infortúnio. O princípio VI da declaração da UNESCO trata do respeito pelo direito individual à vida privada e à dignidade humana: “em conformidade com as disposições do direito internacional sobre a proteção dos direitos e da reputação de

outrem, proíbe a difamação, a calúnia, a injúria e a insinuação malévola” (ANEXO D). A *Declaração de Bordéus* (1954) também aborda a temática nos itens 7 e 8:

7 - O jornalista evitará os riscos de uma discriminação propagada pelos *media* e fará o possível para não facilitar uma tal discriminação baseada nomeadamente na raça, no sexo, nos costumes, na língua, na religião, nas opiniões políticas e outras e na origem nacional e social.

8 - O jornalista considerará como faltas profissionais graves:

- o plágio;
- a distorção malévola;
- a calúnia, a maledicência, a difamação, as acusações sem fundamento;
- a aceitação de uma qualquer gratificação pela publicação ou supressão de uma informação (ANEXO B).

O texto da *Declaração de Bordéus*, de 1954, anterior quase trinta anos ao da UNESCO, datado de 1983, é significativo primeiro por nomear com precisão tanto as faltas graves dos jornalistas como as discriminações propagadas pelos meios e, segundo, porque a partir dele se identifica no documento mais recente a repetição, de maneira sucinta, do mesmo discurso. Importa destacar tal ocorrência para pensar, além da intertextualidade, a própria interdiscursividade, que por si só indica certa perpetuação nos valores profissionais do jornalista.

A partir do recorte proposto, que passa pelos três eixos – a informação do e para o público, o respeito pela verdade e a dignidade humana como limite –, foi possível desenhar os contornos da deontologia jornalística que interessa destacar para este estudo. Além disso, foi possível também assinalar, primeiro, que a deontologia remete para um conjunto de regras profissionais que constituem as condições admitidas pelos jornalistas para coleta, elaboração e divulgação de uma informação considerada “verdadeira” e, segundo, que ela se reveste de um alcance limitado e de uma moral própria da atividade profissional, mas que necessita ser reconhecida socialmente.

Em cada um dos eixos, buscou-se acionar valores, normas e recomendações que interferem, contribuindo ou dificultando, na prática ritualística do jornalista. Com essa percepção dos valores associados à deontologia, é possível estabelecer relações nos textos elaborados pelo ombudsman, nas quais esses valores aparecem ora pertencentes a um discurso sobre o campo profissional, ora atrelados especificamente à linha editorial do jornal *Folha de S. Paulo*. Nessa perspectiva, a seguir destaco duas noções que contribuem para problematizar o lugar de fala do ombudsman no jornalismo.

4.1 Moral provisória e ética cínica

Diante das reflexões desenvolvidas, que tratam dos procedimentos profissionais interiorizados nos artigos e nos princípios descritos em códigos e declarações, acrescento duas noções que considero essenciais para pensar a atuação do jornalista ante as cobranças de um dever ser da prática profissional: a moral provisória e a ética cínica. As duas noções, sob enfoques distintos, ajudam a problematizar, na contemporaneidade, o lugar do jornalista, que, diante da complexidade de uma profissão que reafirma valores de objetividade, liberdade e credibilidade, necessita interpretar cotidianamente a realidade e elaborar informações “críveis”.

A noção de moral provisória, desenvolvida por Caio Túlio Costa (2009), considera que os jornalistas, em sua prática cotidiana, utilizam um “código moral temporário”, ou estariam num vazio ético quando infringem aquilo que as normas tradicionais, ou mesmo o bom senso, definem como moralmente aceitável. Nessa ação do jornalista, que o autor considera uma estratégia, as preocupações com a ética e com os valores morais perderiam consistência, pois as necessidades de produção de informações no tempo presente, as imposições empresariais e as palavras de ordem de superiores hierárquicos falariam mais alto, fazendo com que o profissional se adaptasse às circunstâncias. Essa adaptação se justificaria, para o autor, pelo fato de o jornalismo estar sujeito sempre a algum tipo de limitação, do tempo de apuração, do espaço disponível, da forma de transmissão da mensagem – e ele acrescenta: “por mais que seja considerado um serviço público, o jornalismo nunca deixaria de ser um negócio inserido na indústria cultural” (COSTA, 2009, p. 249).

Costa usa o termo “moral provisória” aplicado ao jornalismo em função de se tratar de uma moral que não tem um caráter de permanência, porque serve provisoriamente para uma determinada situação que requer, por exemplo, meios moralmente condenáveis para conseguir fins moralmente defensáveis. Para o autor, a moral provisória não faz parte apenas do ser jornalista, mas integra o fazer da indústria da comunicação e é utilizada conforme aparecem as oportunidades de alguma defesa moral.

O jornalista, se não conhece teoricamente, ao menos intui o que possa ser uma moral definitiva do ponto de vista normativo, seja de forma mais profunda, seja do ponto de vista do senso comum. Sua moral provisória, portanto imperfeita, é convocada quando ele precisa dela interinamente, por uma razão qualquer que a moral idealizada por ele não acobertaria – quando, por exemplo, necessita contar uma “mentirinha” ou precisa usar uma “meia verdade” para alcançar algum objetivo que considera nobre (COSTA, 2009, p. 253).

Nessa perspectiva, Costa aglutina a ética e o seu contrário, a antiética, como faces e contrafaces do fazer jornalístico. Segundo ele, o jornalismo será ético ou não em função do lugar, da necessidade, do interesse, do olhar. Além disso, estará mais sujeito a acionar uma moral provisória, em especial nas condições industriais, nas quais o negócio da comunicação é tratado como fator decisivo para a existência do próprio jornalismo e na sua configuração imposta pela indústria da cultura, que a tudo “homogeneíza”.

Sem buscar respostas definitivas e tratando principalmente da “nova mídia”, incluídas aí a comunicação digital e a participação colaborativa dos leitores, o autor alerta, ao mesmo tempo em que ironiza a onisciência do jornalista, para a necessidade de um instrumental crítico que estivesse presente em qualquer instante do fazer jornalístico. Em todas as etapas do processo jornalístico se tem de tomar decisões:

Porque em todos os momentos se descartam e se elegem informações, seja no ato da revelação do fato e de sua apreensão junto à fonte, seja na pesquisa, na pauta, na apuração, no comentário, na análise, na edição – e isso se faz com certa visão de mundo, por mais crítica, acrítica, informada ou desinformada (COSTA, 2009, p. 255).

A justificativa para a utilização de um meio não ético para obtenção de uma informação é a de que tudo seria válido quando o interesse é o público. Essa premissa, apesar de ser polêmica, é compartilhada pelo senso comum, sendo um debate recorrente em autores que tratam da trilogia *imprensa, valores e ética*. Eugênio Bucci (2002), ao relacionar alguns códigos éticos jornalísticos – como o do Comitê de Ética da *American Society of Newspapers Editors* (1922), o da Federação Nacional dos Jornalistas Brasileiros (1985) e o da Associação Nacional de Editores de Revistas (1997) – com os “sete pecados capitais” cometidos diariamente pelos jornalistas (a distorção deliberada ou inadvertida, o culto das falsas imagens, a invasão de privacidade, o assassinato de reputação, a superexploração do sexo, o

envenenamento da mente das crianças e o abuso de poder), pode ser tomado como um exemplo.

Ao resumir os principais problemas que acometem os jornalistas, Bucci (2002) os trata como “pecados” que devem ser evitados na atividade cotidiana de produção da notícia. Ao falar da distorção, o autor abre a possibilidade de esta poder ser proposital ou inadvertida. Afirma que, no dia a dia, as distorções propositas ocorrem no jornalismo tanto por interesses quanto por omissão e, inadvertidamente, quando não é proposital, quando não há interesse nem pessoal nem de outrem. A explicação sobre esse primeiro “pecado” se torna exemplar, pois, ao mesmo tempo em que deixa uma brecha para justificar a postura profissional diante da distorção na informação, defende com isso um purismo ético no momento da seleção e da hierarquização do produto noticioso.

Outro autor que também parte de um rol de problemas éticos, uma dúzia para ser mais exata, é Ciro Marcondes Filho (2002). Ele identifica um conjunto de deslizes que desnorream a atividade jornalística e que devem ser evitados: apresentar um suspeito como culpado; vasculhar a vida privada das pessoas, publicando detalhes insignificantes de personalidades e de autoridades para desacreditá-las; publicar o provisório e o não confirmado para obter o furo, transformar o rumor em notícia; construir uma história falsa, seja em apoio a versões oficiais, seja para justificar uma suspeita; filmar ou transmitir um suicídio ao vivo; expor pessoas para provar um flagrante; aceitar a chantagem de terroristas; incitar rachas; “maquiar” uma entrevista coletiva ou exclusiva; comprar ou roubar documentos; gravar algo à revelia, instalar microfones escondidos; omitir que é um jornalista para obter confidências.

Tanto Marcondes Filho quanto Bucci defendem que o jornalista tem de utilizar parâmetros éticos para realizar o seu trabalho. Bucci (2002, p. 26) diz que “o jornalismo não é uma técnica, e sim uma ‘práxis ética’”, enquanto Marcondes Filho (2002, p. 138) afirma ser “equivoco da ideologia considerar que não há limites para a transparência e que todos têm que se mostrarem nus”. Ambos os autores concordam que somente há “desculpa” para o jornalista que se omitir como tal quando a motivação seja a obtenção de alguma informação relevante. Tal posicionamento remete à premissa de que o interesse público estaria acima da posição moral, ou, ainda, que o fato de oportunamente não revelar a sua identidade é eticamente permitido desde que seja uma inverdade “temporária” e “necessária”.

Esses dois exemplos reforçam parcialmente a visão de Costa (2009) de que o jornalista aciona uma “moral provisória” quando necessário.

A noção de interesse público também está no centro da reflexão de Karam (2004), mas ele insere o debate sobre uma ética cínica. Enquanto Costa está interessado em investigar como o jornalismo tem sido praticado do ponto de vista da moralidade, focando no seu ator social – o jornalista –, Karam irá debater a ética e o comprometimento moral sob a perspectiva da empresa jornalística. Este autor entende, como vimos anteriormente, que o interesse público, um dos principais valores que compõem o jornalismo, deve ser compartilhado por todos aqueles que o exercem, inclusive os empresários.

É a partir do pensamento do filósofo alemão Peter Sloterdijk, mais especificamente de seu estudo clássico sobre o cinismo contemporâneo, que Karam irá embasar o debate sobre a ética cínica. Para Sloterdijk (apud KARAM, 2004, p. 122)¹⁰², “cnicamente dispostas estão essas épocas de gestos vazios e de fraseologia refinadamente tramada, em que sob cada palavra oficial se ocultam reservas privadas”. Karam incorpora a visão do teórico para tratar os empresários da comunicação como cínicos, quando descumprem acordos e princípios estabelecidos:

O cinismo despreza as convenções sociais, as mediações morais ou jurídicas como meios de convivência, a palavra empenhada, os princípios subscritos, os acordos feitos. É cínico, cultiva o cinismo e contribui para tal desprezo aquele que utiliza palavras e conceitos a fim de se apropriar do mundo, embora não o reconheça. Contribui para intensificar o descrédito social por qualquer instituição, representação, mediação (KARAM, 2004, p. 122).

No entanto, conforme Karam, não há uma ironia no tocante aos acordos feitos ou às palavras ditas. Há, sim, o desmentido e o desprezo na prática, representando um amoralismo, e o esquecimento proposital de palavras ditas nos atos firmados, resultando em apropriação privada da defesa de tais acordos, princípios e convenções. Dessa forma, a contradição entre prática e teoria acabaria por contribuir para o aumento do descrédito do próprio jornalismo como instituição, segundo Karam (2004, p. 130):

¹⁰² SLOTERDIJK, Peter. **Crítica de la razón cínica**. Madri: Taurus, 1989, 2v.

Os códigos éticos e a profissão jornalística correm o risco de não serem mais aquilo que se apregouo tanto durante o século XX e caminhar em direção à “marquetização” da realidade, a antessala do simulacro do real, a sala efetiva do marketing da comunicação, a nova retórica.

Quando se afirma a validade universal de determinados princípios, por uma retórica convincente que não corresponde a uma prática social, surgem dois perigos imediatos: o discurso reforça os comportamentos narcísicos e cínicos em geral e, ao mesmo tempo, realiza uma apropriação particular de valores consagrados como patrimônio da humanidade. O autor defende que a não resistência, a submissão e o conformismo podem tornar o indivíduo tanto propagador do cinismo como vítima dele, ao objetivar valores sem o reconhecimento de que são sujeitos que os operam. Karam (2004, p. 260) propõe, ainda, alternativas para se opor a uma ética cínica, através “de projetos profissionais específicos, ancorados em uma ética/deontológica profissional com fundamentação teórico-crítica”. Com isso, aponta no jornalismo potencialidades emancipadoras e iluministas, centrando no exercício ético o combate ao pensamento único e a defesa da formação de uma esfera pública mais qualificada e visível.

Os valores trazidos por Karam em relação à ética empresarial jornalística são comungados por Lipovetsky (1995, p. 250) ao tratar do mundo dos negócios: “O que caracteriza nossa época não é a consagração da ética, mas sim sua instrumentalização no mundo dos negócios”. De um lado, a ética dos negócios estimula a ideia de que devem prevalecer os valores morais, e, de outro, desvia-se do seu sentido tradicional e se transforma em eficaz auxiliar do campo econômico. Assim, segundo o autor francês, o mundo dos negócios busca uma “alma”, isto é, negócios éticos, “último grito das modas empresariais, em que se amplia o número de códigos de conduta, organizam-se programas de formação moral e surgem consultores de ética” (LIPOVETSKY, 1995, p. 245). Ao comparar o ontem e o hoje, Lipovetsky (1995) afirma que as discussões, atualmente, sobre ética no jornalismo têm menos relação com a queda de qualidade informativa e mais com o aumento do poder dos veículos como nova força organizadora da realidade social.

As noções exploradas, moral provisória e ética cínica, trataram da aplicação tanto de uma moral do jornalista como de uma ética dos empresários, pensada em sua prática cotidiana. A partir da articulação dos valores do campo com cada uma das noções estudadas, é possível pensar o jornalismo como um espaço em disputa:

por todos aqueles que interagem com ele interna e externamente (jornalistas, editores, colunistas, empresários, fontes, assessorias, leitores) e quanto ao saber¹⁰³ produzido em seu interior, responsável tanto pelo visível quanto pelo enunciável. Ao inserir a reflexão sobre o lugar que o ombudsman ocupa, observa-se que, dessa posição discursiva, a relação entre o cinismo e a ética se estabelece de maneira muito mais complementar do que dicotômica, pois esse profissional necessita participar das relações de poder, acionando tanto os valores dos profissionais e uma “moral provisória” quanto o compartilhamento que tem se estabelecido de forma contextual e histórica em torno da mercadoria que o jornalismo movimenta: a informação.

4.2 Razão cínica e o lugar do ombudsman

Nesta última seção, da parte teórica, pontuo a relação entre a ética e o cinismo, que entendo como constitutiva do pensamento contemporâneo. Para isso, retomo o trabalho de Peter Sloterdijk *Crítica da razão cínica*, publicado na década de 80, na Alemanha, em que o autor trata da crítica do cinismo como forma predominante da subjetividade na atualidade.

Sloterdijk (2011) parte da observação de Nietzsche do eterno retorno *do mesmo*, que corresponderia ao ressurgir de motivações cínicas que desabrocharam na vida consciente no Império Romano, mas também no Renascimento. *O mesmo* seriam os sinais prenunciadores de uma vida sóbria orientada pelo desejo, que aprendeu a contar com as circunstâncias e estar preparado para tudo: vivendo apesar da história, da redução existencial, da socialização faz de conta, da ironia contra a política, da desconfiança contra os projetos. E chega até a definição de Nietzsche de “kynikós”:

¹⁰³ A relação entre poder (disputa) e saber aqui estabelecida tem como referência o pensamento desenvolvido por Foucault (2000, 2007), no qual as duas noções estão interligadas, sendo a prática do poder irreduzível à prática do saber, porque esta última é não estratificada, informe, difusa, instável, móvel, no sentido em que diz respeito a quaisquer ações e quaisquer suportes. Foucault (2000, p. 27) dá dois exemplos: (1) o panóptico, que seria definido em *Vigiar e Punir* como “a pura função de impor uma tarefa ou uma conduta qualquer a uma multiplicidade de indivíduos qualquer, sob a única condição de que a multiplicidade seja pouco numerosa e o espaço limitado, pouco extenso”; e (2) a governamentalidade, a biopolítica, que seria definida no último capítulo de *A vontade de saber* como a função de “gerir e controlar a vida em uma multiplicidade qualquer, à condição de que a multiplicidade seja numerosa (população) e o espaço, extenso ou aberto” (FOUCAULT, 2007, p. 23). Assim, enquanto o saber relaciona-se à forma, o poder é força ou relações de força não localizáveis, difusas, instáveis, que passam por pontos singulares.

No “kynismo” de Nietzsche, apresenta-se uma relação modificada com o dizer a verdade: é uma relação de estratégia e tática, suspeita e desinibição, pragmática e instrumentalismo – tudo sob o controle de um eu político que, do princípio ao fim, pensa em si, bolinando¹⁰⁴ internamente e couraçando-se externamente (SLOTERDIJK, 2011, p. 13).

Para Sloterdijk, a antiguidade conhece o “kynikós” como um original solitário e individualista, moralista, provocador, obstinado, mordaz, maldoso e uma figura cidadina. Em contraponto, o cínico atual surge como um tipo inserido na sociedade, que deixa de ser um marginal e corre o risco de ser espetaculoso. Para o autor, as grandes cidades tornam-se, elas próprias, amontoados difusos que perderam a força de criar caracteres públicos universalmente aceitos: “a coerção para a individualização diminuiu no clima das cidades e dos media modernos” (SLOTERDIJK, 2011, p. 31). Assim, o cínico moderno é definido como um associal integrado que trabalha e, porque trabalha, critica. O novo cínico integrado é portador de “um luto por uma ‘inocência perdida’ – um luto pela sua convicção íntima contra a qual se dirigem toda a sua atividade e todo o seu trabalho” (SLOTERDIJK, 2011, p. 32).

O cinismo, então definido como uma “falsa consciência esclarecida” (SLOTERDIJK, 2011, p. 32), coloca em jogo os limites sociais e existenciais do pensamento iluminista. Trata-se de um paradoxo, em que a estrutura de uma “falsa consciência” seria ao mesmo tempo “esclarecida” e que, por isso, estaria protegida por uma almofada reflexiva que, ao mesmo tempo em que absorve o impacto, mantém um espaço possível de desmascaramento do mundo. Nessa perspectiva, o sujeito esclarecido estaria imune à alienação, levando a entender que, na modernidade capitalista, os dispositivos de engajamento subjetivo garantiriam uma atitude realista comedida e uma crítica cínica. Para o autor, há muito tempo, as posições-chave da sociedade pertencem ao cinismo difuso nos comitês, nos parlamentos, nos conselhos gerais, nas direções de empresas, nas faculdades, nas redações. Lugar ocupado por uma figura “moderadamente amarga e que, com certa elegância, desenvolve sua ação, reivindicando uma validade objetiva, de uma consciência esclarecida, apesar de falsa” (SLOTERDIJK, 2011, p. 34), ou, dita de outra maneira, estrategicamente posicionada.

¹⁰⁴ A expressão portuguesa “bolinando internamente” tem no Brasil o significado aproximado de “provocando internamente”.

O cinismo difuso e universal aparece na civilização como uma nova qualidade. Se era verdade que era o mal-estar na cultura que suscitava a crítica, nenhuma época estaria mais disposta à crítica do que a atual. Porém, como tudo se tornou problemático, tudo é passível de ser criticado, diluindo a intensidade da própria crítica:

[...] nunca a impulsão crítica esteve mais inclinada a deixar-se abafar por vagos humores. A tensão entre aquele que quer “criticar” e aquele que seria “para criticar” é tão enorme que o nosso pensamento se torna cem vezes mais carrancudo e rigoroso. Nenhuma faculdade de pensar se desloca ao mesmo ritmo que a problemática. De onde a demissão da crítica. No estar-se nas tintas¹⁰⁵ para todos os problemas há como que um último presentimento: como seria se estivéssemos à sua altura? (SLOTERDIJK, 2011, p. 18).

Essa indolência diante de todos os problemas põe em jogo o cinismo e a razão cínica. Nessa junção é que o autor trata da crítica como um movimento que esgota o interesse positivo e negativo que se tem pelos acontecimentos, para buscar estruturas da consciência moral postas em discussão “para além do bem e do mal”. A identificação de uma “posição” argumentativa provisória, que seria a responsável pelo êxito do renascimento do pensamento crítico do século XX, residiria numa atitude de indiferença, de despreocupação.

Especificamente sobre o cinismo da informação e da imprensa, o que importa aprender, para Sloterdijk, é por que motivo o cinismo faz parte dos riscos e das deformações profissionais daqueles cujo trabalho consiste em produzir imagens e informação sobre a “realidade”. Para ele, o ambiente dos *mass media* modernos, através do bombardeamento de informações de todos os lados, criaria a sensação de que, se “tudo se torna problemático, tudo se torna indiferente” (SLOTERDIJK, 2011, p. 385). Assim, a indiferença que o jornalismo produz é apresentada a partir da reflexão sobre uma dupla desinibição: relativa à representação em face das coisas que representa e dos fluxos de informação relativamente às consciências que os acolhem.

A primeira desinibição consistiria em, pelo jornalismo, explorar sistematicamente as catástrofes dos outros, em que a atividade de informar transformaria “o escândalo como forma de vida e a catástrofe como ruído de fundo” (SLOTERDIJK, 2011, p. 386). Mas, mais problemático que o sensacionalismo

¹⁰⁵ A expressão “estar-se nas tintas” pode ser traduzida para o português do Brasil como não dar importância a algo, adotar uma atitude de indiferença, despreocupação, irresponsabilidade.

recorrente, seria a segunda desinibição, em que o assunto tratado não é indiferente em si mesmo, mas pela sua integração no fluxo de informações dos *mass media*:

Sem se treinar durante muitos anos a embrutecer-se e amolecer-se, nenhuma consciência humana poderia lidar com o que lhe impõem imagens e textos de uma única revista volumosa; e sem um exercício intenso, nenhum homem suportaria, sem arriscar a aparição de sintomas de desintegração mental, essa constante oscilação de acontecimentos importantes e de acontecimentos insignificantes, essas marés cheias e vazias das notícias que tanto pedem atenção extrema para, logo depois, estarem totalmente desatualizadas (SLODERDIJK, 2011, p. 387).

Nessa segunda desinibição, o autor questiona a função dos *mass media* ao fornecer uma totalidade de episódios em que tudo pode tornar-se notícia, pois tudo estaria disponível: o que é importante e o que não tem importância. Isso significaria, para Sloterdijk, que “tudo” se integraria numa linha uniforme, em que a uniformidade produziria também a equivalência e a indiferença cínica. Restaria ao “hiperinformado” encolher os ombros ante a maior parte das coisas, pois sua capacidade de participação, de revolta ou de reflexão seria relativamente mínima diante do que os *media* propõem e lançam de apelo. Assim, o cinismo levaria a uma equiparação amoral de coisas diferentes.

A reflexão de Sloterdijk enfoca a apatia provocada pelo sensacionalismo exacerbado e pelo excesso de informação desierarquizada, sintetizada na frase: “se tudo se torna problemático, tudo se torna indiferente”, que também irá servir para “se tudo é importante, tudo se torna indiferente”, para finalmente chegar a “se tudo é informação, tudo se torna irrelevante”. Não há propriamente novidade nessa maneira de ver a fragmentação na forma e também no conteúdo da informação disponibilizada pelos novos meios de comunicação. O que interessa para este trabalho é pensar que o cinismo pode equiparar questões moralmente distintas ou, ainda, eticamente não equiparáveis. Além disso, interessa deslocar a reflexão para o cinismo como um atributo da sociedade contemporânea, pressupondo lugares de fala potencialmente críticos, esclarecidos e cnicamente posicionados, qualidade essa que assinala alguns preceitos de uma nova crítica ao Iluminismo, que pode ser vista como um exercício¹⁰⁶ de desmascaramento da fé ilustrada no progresso e na razão.

¹⁰⁶ A teoria foucaultiana sobre o poder, sob um viés diferenciado, num jogo a favor e/ou contra, pode ser entendida como exercício de “desmascaramento”. Em *Vigiar e Punir* é possível estabelecer essa relação com a crítica ao Iluminismo. Foucault (2000, p. 216) afirma: “Um medo assombrou a segunda

É possível pensar o ombudsman, também, numa posição cínica, inserido ainda num pensamento moderno, no qual o seu discurso crítico “esclarecido” produziria um cinismo difuso. Nesse sentido, o saber elaborado pelo ombudsman, numa lógica do *dizível* e do *visível* (FOUCAULT, 2007), reafirmaria um lugar ambivalente, no qual as premissas ditas como “verdadeiras” ironicamente poderiam, também, ser tomadas como cínicas. A ideia central é pensar o discurso produzido por ele como resultante dessa relação ambivalente, enfim, dessas posições de sujeito que ele é obrigado a ocupar. Dessa maneira, a enunciação do cinismo seria produzida a partir deste lugar de fala.

Finalmente, a metáfora de uma “almofada reflexiva”, proposta por Sloterdijk (2011) para tratar do papel do cínico atual é, aqui, transposta para caracterizar o ombudsman, pois permite justificar o porquê de se considerar o discurso desse jornalista como ambivalente, quando, em seu dizer, aglutina três posições de sujeito que são aparentemente contraditórias. Seu dizer, elaborado segundo valores deontológicos, regras e normas editoriais e de representação do leitor, articula-se de maneira a equilibrar as falas do jornal *Folha de S. Paulo*, dos leitores e da atividade de ombudsman, colocando-se, paradoxalmente, como um crítico externo ao espaço institucional do qual ele faz parte.

metade do século XVIII: o espaço escuro, o anteparo de escuridão que impede a total visibilidade das coisas, das pessoas, das verdades. Dissolver os fragmentos de noite que se opõem à luz, fazer com que não haja mais espaço escuro na sociedade, demolir estas câmaras escuras onde se fomentam o arbitrário político, os caprichos da monarquia, as superstições religiosas, os complôs dos tiranos e dos padres, as ilusões da ignorância, as epidemias. Os castelos, os hospitais, os cemitérios, as prisões, os conventos, muito antes da Revolução, suscitaram uma desconfiança ou um ódio que implicaram sua supervalorização; a nova ordem política e moral não pode se instaurar sem sua eliminação. [...] Ora, estes espaços imaginários são como a ‘contrafigura’ das transparências e das visibilidades que se quer estabelecer. Este reino da ‘opinião’, invocado com tanta frequência nesta época, é um tipo de funcionamento em que o poder poderá se exercer pelo simples fato de que as coisas serão sabidas e de que as pessoas serão vistas por um tipo de olhar imediato, coletivo e anônimo. Um poder cuja instância principal fosse a opinião não poderia tolerar regiões de escuridão. Se o projeto de Bentham despertou interesse, foi porque ele fornecia a fórmula, aplicável a muitos domínios diferentes, de um ‘poder exercendo-se por transparência’, de uma dominação por ‘iluminação’. O panóptico é mais ou menos a forma do ‘castelo’ (torre cercada de muralhas) utilizada paradoxalmente para criar um espaço de legibilidade detalhada”. Em outro trecho, o autor, ao tratar da domesticação violenta dos corpos nos processos de dominação, implicados nas sociedades disciplinares modernas, aponta também para uma perspectiva paradoxal: “as ‘luzes’ que descobriram a liberdade inventaram também as disciplinas” (FOUCAULT, 2000, p. 224).

5 O DISCURSO DO OMBUDSMAN

5.1 O corpus de pesquisa e o período de análise

Ao tomar o discurso como objeto analítico, esse trabalho propõe pensar a unidade de análise como um espaço de trocas entre os vários discursos que foram acolhidos pelo pesquisador (MAINGUENEAU, 2008). A delimitação do corpus parte do material que forma o contexto histórico para, posteriormente, chegar até os textos e dizeres que compõem as colunas.

Os sentidos mapeados, vinculados à posição discursiva do ombudsman, foram analisados nas colunas publicadas na *Folha de S. Paulo*, no período de 1989 a 2012. Este período abrange 11 mandatos, de 10 ombudsmen diferentes, pois o jornalista Mario Vitor Santos, como já foi explicado, atuou em dois mandatos distintos. Dentro desse período, foram escolhidas a primeira e a última coluna dominical¹⁰⁷ de cada ombudsman para a realização da análise, perfazendo um total de 21 colunas e de 36 textos. A coluna do ombudsman é publicada aos domingos, no primeiro caderno do jornal, geralmente à página 9.

Apresento a seguir (Tabela 1) a listagem dos textos do *corpus* da pesquisa, o conjunto de textos sobre os quais promovo a identificação de sentidos. Identifico o texto como “1C” quando corresponde à primeira coluna dominical publicada e como “2C” quando corresponde à última coluna dominical publicada por aquele ombudsman. O texto principal da coluna está assinalado em itálico.

Tabela 1 - Corpus da pesquisa

Texto	Data	Ombudsman	Título	Coluna
01	24/09/1989	Caio Túlio Costa (CTC)	<i>Quando alguém é pago para defender o leitor</i>	1C
02	22/09/1991	Caio Túlio Costa	<i>Relatório final</i>	2C
03	29/09/1991	Mario Vitor Santos (MVS 1)	<i>Manifesto de um novo ombudsman</i>	1C
04	19/09/1993	Mario Vitor Santos	<i>Últimas impressões</i>	2C
05	26/09/1993	Junia Nogueira de Sá (JNS)	<i>Ombudsman, terceiro ato</i>	1C
06	26/09/1993	Junia Nogueira de Sá	A forma e o conteúdo de um	1C

¹⁰⁷ Utilizo o termo coluna dominical para diferenciar da coluna diária, referente aos outros dias da semana. As colunas diárias, como eram chamadas as colunas dos ombudsmen, primeiramente tinham circulação restrita (em um memorando escrito). Posteriormente, passaram a ser publicadas na internet. Após o término das atividades do jornalista Mário Magalhães, em 2008, as críticas diárias não foram mais disponibilizadas para o público externo à redação do jornal.

			mal-estar	
07	25/09/1994	Junia Nogueira de Sá	<i>Um ano e muitas lições</i>	2C
08	02/10/1994	Marcelo Leite (ML)	<i>Pobre imprensa</i>	1C
09	02/10/1994	Marcelo Leite	Na ponta da língua - desinformação	1C
10	05/01/1997	Marcelo Leite	<i>Mais luz, mais ilusões</i>	2C
11	12/01/1997	Mario Vitor Santos (MVS 2)	<i>A telha quebrada e o kamikaze</i>	1C
12	28/12/1997	Mario Vitor Santos	<i>Despedida</i>	2C
13	28/12/1997	Mario Vitor Santos	Privilégio brasileiro	2C
14	28/12/1997	Mario Vitor Santos	Os “orelhões”	2C
15	08/03/1998	Renata Lo Prete (RLP)	<i>A ingenuidade à sua disposição</i>	1C
16	08/03/1998	Renata Lo Prete	Lillian Witte Fibe	1C
17	08/03/1998	Renata Lo Prete	Painel do (meu) leitor	1C
18	11/03/2001	Renata Lo Prete	<i>Piloto automático</i>	2C
19	11/03/2001	Renata Lo Prete	Agora está escrito	2C
20	11/03/2001	Renata Lo Prete	Ponto final	2C
21	18/03/2001	Bernardo Ajzenberg (BA)	<i>Chapeuzinhos vermelhos, lobos maus, vovozinhas</i>	1C
22	18/03/2001	Bernardo Ajzenberg	A casa do leitor	1C
23	07/03/2004	Bernardo Ajzenberg	<i>Multidões</i>	2C
24	07/03/2004	Bernardo Ajzenberg	Pesquisa e manipulação	2C
25	07/03/2004	Bernardo Ajzenberg	Bola para frente	2C
26	11/04/2004	Marcelo Beraba (MB)	<i>Imprensa, crises e desafios</i>	1C
27	11/04/2004	Marcelo Beraba	Frases	1C
28	01/04/2007	Marcelo Beraba	<i>As últimas mensagens</i>	2C
29	08/04/2007	Mário Magalhães (MM)	<i>O jornal previsível</i>	1C
30	08/04/2007	Mário Magalhães	A Folha hoje, por seus ombudsman	1C
31	06/04/2008	Mário Magalhães	<i>Despedida</i>	2C
32	27/04/2008	Carlos Eduardo Lins da Silva (CELS)	<i>O que fazer no caso Isabella</i>	1C
33	27/04/2008	Carlos Eduardo Lins da Silva	Credibilidade e influência	1C
34	21/02/2010	Carlos Eduardo Lins da Silva	<i>1 é pouco, 2 é bom, 3 é demais</i>	2C
35	25/04/2010	Suzana Singer (SS)	<i>Em busca do leitor real</i>	1C
36	25/04/2010	Suzana Singer	Sexo é o assunto	1C

5.2 A construção metodológica

A proposta de análise das colunas toma por base o problema de pesquisa que propõe pensar o ombudsman da *Folha de S. Paulo*, inserido num espaço ambivalente e em disputa, que participa da construção do saber sobre o campo jornalístico a partir do próprio campo. Entende-se que o discurso do ombudsman é

produzido em um determinado lugar institucional, condicionado por regras sócio-históricas que determinam e possibilitam que seja esta e não outra a sua fala – por cumprir uma função denominada por Foucault (2007) de “enunciativa”.

Em torno desse problema de pesquisa foram mapeados os sentidos nucleares (FDs), que foram construídos a partir da identificação das marcas discursivas dos sentidos rastreados. Essas marcas foram percebidas em sequências discursivas (SDs), isto é, trechos que filio a esta e/ou àquela formação discursiva.

Antes da identificação das FDs, foi realizada uma leitura flutuante, que tomou como referência o próprio texto do ombudsman, para mapear os temas que reverberaram em seu discurso e, assim, construir a fundamentação teórica necessária e aglutinar os núcleos de sentido. Cabe esclarecer ainda que, a partir da definição dos núcleos de sentido localizados por meio da leitura flutuante, o trabalho de rastreamento foi feito, tendo em vista que o foco de observação recaiu sobre as formações discursivas identificadas como formatadoras do discurso do ombudsman.

Assim, listo agora os nove assuntos mapeados e o número de sequências discursivas identificadas na leitura flutuante, que contribuíram para a definição das FDs, mesmo que a quantidade, nesse estudo inicial, não fosse determinante: (1) Cargo do ombudsman, metadiscurso, relação do ombudsman com jornalistas e relação do ombudsman com os leitores: 33 sequências discursivas; (2) Papel do jornal impresso diário, papel da *Folha de S. Paulo*, projeto institucional da Folha: 27 sequências discursivas; (3) Papel do jornalismo em geral: 33 sequências discursivas; (4) O que é ética, o que é verdade (noção ampla e noção jornalística): 27 sequências discursivas; (5) Relação dos jornalistas com os leitores: 13 sequências discursivas; (6) Relação dos jornalistas com as fontes: 19 sequências discursivas; (7) Modos de participação do leitor: 22 sequências discursivas; (8) Linguagem como instrumento de poder, angulação discursiva e fundamentos do jornalismo (precisão dos dados, correção, didatização, explicação): 21 sequências discursivas; (9) Identificação de erros: 32 sequências discursivas.

Assim, nesse processo de ida e vinda sobre os textos, foi possível observar expressões e palavras que remetiam a temáticas específicas e que ajudaram a aglutinar as marcas textuais e identificar as sequências discursivas (SD). Essa primeira abordagem contribuiu, então, para a decisão de condensar, por proximidade, os nove assuntos em três núcleos de sentido do discurso produzido pelo ombudsman: 1) o jornalismo como campo, 2) a linha editorial e 3) o cargo do

ombudsman. A disposição proposta em três FDs permitiu a compreensão e problematização do lugar discursivo ocupado pelo ombudsman, na *Folha de S. Paulo*.

A seguir, listo cada um desses núcleos com os respectivos temas vinculados:

- 1- **O jornalismo como campo:** trata da normatização de valores deontológicos, normas associados ao jornalismo e fundamentos da prática profissional relacionados ao jornalismo em geral e não diretamente ao Projeto Editorial da Folha.
- 2- **A linha editorial:** trata da normatização dos pontos básicos da versão vigente do Projeto Editorial da *Folha de S. Paulo* (1997/2010): jornalismo crítico, apartidário, pluralista, moderno, didático e de serviço, informação exclusiva, abordagem compreensiva e criteriosa dos fatos. Trata também do Manual de Redação.
- 3- **O cargo do ombudsman** – trata do que prevê seu contrato de trabalho¹⁰⁸, como duração de mandato e renovação, definição e abrangência de sua atuação, representação do leitor. Também aborda eventos, textos e documentos que regulam essa atividade.

5.3 O discurso do ombudsman: regularidades e sentidos

Mapeei 140 sequências discursivas, nos 36 textos que compõem as 21 colunas. Através das marcas discursivas, foi possível determinar a vinculação com os núcleos de sentidos. Cabe assinalar que algumas sequências discursivas foram identificadas como pertencentes a mais de uma das formações discursivas, isto é, houve uma sobreposição de sentidos em 45 das SDs selecionadas. Essa ocorrência é própria da linguagem, pois um trecho pode remeter a sentidos nucleares distintos.

¹⁰⁸ Transcrevo, na sequência, o rodapé explicativo que aparece escrito em todas as colunas publicadas dos ombudsmen e trás o que estabelece o seu contrato de trabalho: “O ombudsman tem mandato de um ano, renovável por mais dois. Não pode ser demitido durante o exercício da função e tem estabilidade por seis meses após deixá-la. Suas atribuições são criticar o jornal sob a perspectiva dos leitores, recebendo e verificando suas reclamações, e comentar, aos domingos, o noticiário dos meios de comunicação”. Texto disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/ombudsman/>, consultado em 15/12/2011.

A impossibilidade de classificar algumas das sequências discursivas, em somente um único núcleo de sentido, é um indicativo da própria estrutura ambivalente em que é construído o discurso do ombudsman. As marcas textuais, mapeadas em certos textos, pertencem ao mesmo tempo a mais de um dos critérios propostos. Isto resulta, para o pesquisador que tem a tarefa de nomear e ou de classificar, uma sensação de indefinibilidade e de ambigüidade (BAUMAN, 1999). A incapacidade de decidir por pertencer a uma ou a outra formação abre a perspectiva de que se pense numa relação ambivalente, onde uma mesma sequência pode fazer parte de duas ou mais formações, não havendo a necessidade de excluir ou segregar a informação.

A seguir, analiso pontualmente cada uma das três principais formações discursivas encontradas nos textos que compõem o discurso do ombudsman da *Folha de S. Paulo*. Trago sequências discursivas ilustrativas dos sentidos mapeados, que estão em corpo 10 e recuadas da margem. Cada trecho está seguido de uma indicação, entre colchetes, sobre o número do texto a que corresponde (conforme expresso na Tabela 1, sobre o *corpus*) e o número da sequência discursiva. Os trechos que quero destacar estão assinalados em negrito, em cada SD, e são marcações que exibem com mais clareza os sentidos mapeados.

5.3.1 O jornalismo como campo

O eixo central desse núcleo de sentido é o papel do jornalismo enquanto um campo aglutinador de valores, ritualizado por uma prática profissional. O sentido predominante que orienta o discurso do ombudsman é o acesso à informação, que aparece tanto como um direito do público de tê-lo, quanto como um dever do jornalista de promovê-lo. Em torno da informação jornalística são associadas as noções de objetividade, de credibilidade, de independência editorial e de autonomia jornalística, tendo como panorama contextual a crise do jornal impresso.

O acesso à informação, no discurso do ombudsman, está vinculado à ideia de que o jornalismo trata de informações de interesse público, reafirmando pressupostos da deontologia do jornalismo. Dessa maneira, alguns parâmetros que definem como deve ser a informação passam pela adjetivação dessa informação: credível, ética, equilibrada, diversificada (em função do tema) e objetiva. Com isso,

seu discurso cria uma sensação de compartilhamento de valores reconhecidos pelo próprio campo.

O discurso do ombudsman toma a *objetividade como um critério de qualidade* do jornalismo como conhecimento. Essa objetividade, associada aos procedimentos de investigação e de apuração adotados na prática profissional, toma uma dimensão mais ampla ao ser vinculada ao direito à informação:

Há muito o que falar da imprensa brasileira, das maquinações editoriais, das necessidades logísticas e empresarias de cada grupo ou mesmo das neuroses e idiossincrasias dos profissionais da área. Há muito o que falar também da própria qualidade desta imprensa, que na realidade pouco deve à melhor imprensa estrangeira - que é a inglesa e americana. Qualquer cidadão viajado pode conferir também que **os jornais brasileiros ganham de longe em objetividade dos congêneres franceses, italianos e espanhóis**. Ali campeia ainda o opinionismo senil.
[T 1, SD 130]

Mais exemplos

Há muito mais coisas por fazer do que feitas, no Brasil. É disso que os jornais têm de falar, sem a pieguice de socialite que acabou de descobrir a miséria ou o preconceito de sulista que se envergonha dos grotões do país. Não é só fazer caminhões de reportagens sobre saúde e educação, ou continuar fomentando a psicose coletiva da segurança na classe média. **É preciso mudar organicamente a relação dos jornalistas com suas fontes tradicionais**, nesses campos. A reforma mais urgente de comportamento diz respeito à polícia, talvez a mais bruta, inepta e corrompida instituição brasileira. **É imperioso começar a confrontá-la, mesmo sob o risco de ficar sem informações. Enquanto o método básico de investigação for a tortura, a imprensa deveria renunciar unilateralmente à divulgação das identidades de suspeitos**. Sem atitudes como esta, jornalistas continuarão deitando lágrimas de crocodilo depois de casos como o da escola Base¹⁰⁹ e do bar Bodega. [T 10, SD 99]

¹⁰⁹ Os casos da Escola Base e do bar Bodega, ocorridos, respectivamente, em 1994 e 1996, abalaram a confiança no jornalismo brasileiro e, conseqüentemente, a credibilidade dos principais meios de comunicação nacionais. Os dois eventos merecem ser explicados, até porque, além de exemplares no tratamento da temática sobre a deontologia e a ética, direta ou indiretamente envolveram o próprio Jornal *Folha de S. Paulo*, objeto deste estudo, pois os fatos relatados foram pautados pelo grupo *Folha* com a mesma imprecisão e irresponsabilidade que nas demais mídias de referência. Em 1994, os donos e o motorista da Escola de Educação Infantil Base, na zona sul de São Paulo, foram apontados como pedófilos pelos meios de comunicação, antes da conclusão de qualquer julgamento. Na época, foi dada ampla divulgação ao assunto, com a publicação de fotos e imagens dos “abusadores de crianças”. Chegou-se a noticiar que, ao praticar as ações de pedofilia, os sócios cuidavam de drogar as crianças e de fotografá-las nuas: “Kombi era motel na escolinha do sexo”, estampou o extinto jornal *Notícias Populares*, em março de 1994; ou, ainda, “Perua escolar carregava crianças para a orgia”, manchete da também extinta *Folha da Tarde*, ambos editados pelo Grupo Folha. Na Justiça, o que se verificou é que as acusações, que partiram de duas mães, eram infundadas, e todos os indícios foram apontados como inverídicos. Em 2012, em última instância, a *Globo* foi condenada a pagar uma indenização de 1,5 mil salários mínimos a cada um dos caluniados. As circunstâncias da divulgação, pelos meios de comunicação, dos assassinos de dois jovens de classe média alta, no bar Bodega, bairro de Moema, São Paulo, na madrugada do dia 10 de agosto de 1996, não foram muito diferentes. A imprensa “comprou” a versão da polícia e passou a condenar, inclusive com a divulgação de fotos, os supostos assassinos. Alguns meses depois, a Justiça liberou sete dos nove presos, todos negros e mulatos, por insuficiência de provas, constatando-se que

Mais do que nunca antes, **o jornalismo propriamente dito ameaça tornar-se uma atividade cercada por outros interesses assumidos pelas empresas jornalísticas.** A competição mais acirrada, a ação de preferências econômicas e ideológicas sobre o noticiário, o poder do governo, a pressão avassaladora provocada pela televisão na cultura brasileira e o atraso educacional impõem graves restrições ao nível médio do jornalismo que aqui se pratica. **O terreno árduo da reportagem investigativa, o trabalho isolado de questionamento dos poderes estatais e privados, a missão pública de prestação de serviços informativos à sociedade encontram-se pressionados pelo retorno mais fácil propiciado pelo jornalismo de entretenimento e da adesão à "maioria". As injunções voltadas à satisfação de interesses comerciais põem o jornalismo na defensiva. No Brasil de hoje, a mídia apóia o governo.** Não apenas nos editoriais e colunas, onde a opinião é livre. Também na divulgação acrítica das ações e, principalmente, das intenções oficiais. **Aí o governismo serve-se do jornalismo adesista e preguiçoso.** A diferença entre os diversos veículos está no grau de entusiasmo existente. Inlui também a cultura de cada veículo. No passado também foi assim. Esse governo, porém, tem conseguido manter a adesão da mídia por mais tempo, apesar da crise, do aumento das desigualdades e da previsão de que os problemas vão se agravar. **O mercantilismo exagerado e sem princípios gera questionamentos a respeito da mídia. Discute-se a erotização envolvendo jovens e adolescentes, a invasão de privacidade, a importação pelos jornais de qualidade de um estilo de cobertura típico da imprensa sensacionalista.** [T 12, SD 81]

10. O tamanho da crise e o imperativo da sobrevivência afastaram as empresas jornalísticas e os jornalistas de questionamentos importantes que outros países experimentam neste momento sobre o papel da mídia e suas contradições. Alguns casos recentes exigem reflexão. Nos Estados Unidos, o "New York Times" e outros colossos da imprensa **revisaram seus procedimentos de apuração por conta da descoberta de vários casos de fraudes jornalísticas, de reportagens simplesmente inventadas.** Ainda nos Estados Unidos e em países da Europa, vários jornais e redes de TV **foram submetidos à lógica do patriotismo e abandonaram a independência crítica por conta de pressões do governo ou do repúdio espontâneo ao terrorismo e estão todos hoje mais sujeitos às manipulações oficiais.** [T 26, SD 43]

Nesse primeiro bloco, os exemplos acima reuniram sequências identificadas nos textos de pelo menos quatro profissionais diferentes. Em Caio Túlio Costa (SD 130) se destaca a noção de "objetividade", que, para ele, está atrelada à qualidade da informação. No trecho selecionado de Marcelo Leite (SD 99), a importância é dada à relação dos jornalistas e suas "fontes tradicionais", principalmente quando a informação vem da polícia, onde a prática de tortura "continua sendo o método

confissões haviam sido obtidas sob tortura (DORNELES, 2007). A mídia, nos dois casos, foi pautada pela polícia e também pelo senso comum, reproduzindo preconceitos e destruindo reputações, tanto de pessoas quanto de empresas e instituições. Os dois exemplos comumente remorados pelos ombudsmen alertam para os procedimentos de apuração, conflitos de interesses com fontes de informação, versões que não correspondem à justeza dos fatos, erros de conteúdo ou simples invenções de eventos ou de fontes.

básico de informação”. Já o trecho escolhido, de Mario Vitor Santos (SD 81), trata da sobreposição entre os interesses comerciais e do jornalismo de entretenimento e a “missão pública de prestação de serviços informativos à sociedade”. Por último, Marcelo Beraba (SD 43) aponta para o papel da mídia e para a necessidade de revisar os procedimentos de apuração, diante de “reportagens simplesmente inventadas”. Todos eles abordam algum aspecto do fazer jornalístico que, na maioria das vezes, necessita ser seguido pelo profissional, ou, em alguns casos, precisa ser revisto ou apurado.

Nos exemplos seguintes, a informação como um direito do público de conhecer os fatos e opiniões e também como respeito à dignidade humana se afunila nas preocupações apontadas pelo ombudsman em torno dos limites da *abordagem sensacionalista*. Mario Vitor Santos trata da linguagem associada à discussão ética, enquanto Marcelo Leite aprofunda o debate sobre informação e entretenimento. As SDs 124, 97 e 102 exemplificam essa concepção do ombudsman de interesse público, na qual ambos estão preocupados com a manipulação da informação.

Linguagem

Há quem associe a discussão ética à questão do assim chamado politicamente correto. Alega-se que bom jornalismo e correção política - o questionamento do uso de linguagem considerada preconceituosa em relação a minorias - são incompatíveis. Como escreveu o professor Renato Janine Ribeiro nesta Folha, não há por que descartar a importância de se observar o uso da linguagem como instrumento de poder e, também, de opressão dos direitos de minorias, como as mulheres e os negros, por exemplo. A própria Folha, aliás, com seu inovador Manual de Redação (o primeiro a tratar em profundidade de temas ético-jornalístico no Brasil). Inaugurou essa discussão na década de 80 bem antes de ele virar moda. **Não há jornalismo eficazmente agressivo, independente e fiscalizador sem respeito à ética. O resto é manipulação da informação de sucesso fácil a curto prazo, mas que pode ser extremamente corrosivo ao longo do tempo.** [T 04, SD 124]

Menos mercado

Em lugar do tradicional balanço de final de mandato, ofereço um brinde. Um brinde ao **futuro do jornalismo, que se encontra numa encruzilhada.** Meus votos são de **que siga pelo caminho certo, escolhendo a informação e não o entretenimento, equilíbrio em lugar de sensacionalismo, a opinião pública antes do mercado.** De um ponto de vista abstratamente ético, moral, ou mesmo moralista, as alternativas parecem fáceis de decidir. Não são; nunca foram. **Diversão, emoção e valor de troca são inseparáveis da informação, um bem de consumo. A questão está em discernir que tais atributos, apesar de tudo, não a governam. São condições necessárias da notícia, não suficientes. O país está terrivelmente necessitado de mais relevância, mais critério, por parte do jornalismo.** [T 10, SD 97]

Mais ilusões

Para escrever este texto, reli boa parte das colunas dos últimos 27 meses. O tom que predominou foi mais que ácido. Deve ter deixado nos leitores - sobretudo os da Redação - a certeza de que escrevia sob inspiração do terrível epigrama de Karl Kraus reproduzido no início do "Novo Manual da Redação" da Folha: "A missão da imprensa é espalhar espírito e, ao mesmo tempo, destruir a capacidade de absorvê-lo". Não é nada fácil convencer-se da injustiça da frase de Kraus, mas é imperioso iludir-se. É o tipo da ilusão que todo jornalista, e a rigor todo leitor de jornal, deve voluntariamente acolher. **Não têm saída, a não ser apostar na perfectibilidade do jornalismo. Os defeitos congênitos da informação e da esfera pública só encontram remédio em mais informação.** Por isso também é inaceitável, ainda que verdadeira a seu modo, a maldição proferida por personagem do magistral "Ilusões Perdidas" de Honoré de Balzac: "Se a imprensa não existisse, seria preciso não inventá-la". **Uma democracia, ainda que débil, subdesenvolvida e injusta como a brasileira, está condenada à imprensa. A maior parte dos defeitos do jornalismo aqui decorre do pouco caso com essa vocação. Para fazer a coisa certa, é preciso reencontrar a determinação de contribuir para o desenvolvimento e o esclarecimento da opinião pública, provando a todos que ela pode ser algo mais do que uma quimera.** [T 10, SD 102]

A importância de atender as expectativas do leitor, no que diz respeito à *diversidade de temática*, é abordada como um dever do jornalismo em relação ao direito do público de ter acesso à informação. No trecho selecionado abaixo, de Carlos Eduardo Lins da Silva (SD 7), merece destaque o debate sobre a cobertura do caso Isabella Nardoni, que desperta muito interesse da parte do público, pois atende princípios essenciais do jornalismo. No segundo exemplo, a SD 22, Mário Magalhães afirma que o jornal ideal tem que atender às expectativas dos leitores, mas, ao mesmo tempo, deve surpreender pela novidade na informação. Na terceira sequência discursiva exposta abaixo, Bernardo Ajzenberg reforça o papel do jornalismo como registro histórico dos acontecimentos.

Episódios como o assassinato dessa garota costumam despertar em muitos seres humanos seus piores instintos. Os meios de comunicação de massa, quando abrem espaço para mostrar sua imagem, acabam por premiar o comportamento dessas criaturas, que parecem buscar seus 15 minutos de fama ou descarregar, catarticamente ou não, sua fúria represada. **É óbvio que a mídia precisa cobrir o caso Isabella. Nenhum outro assunto desperta tanto interesse, discussões, comentários do público. Ignorá-lo seria contrariar os princípios essenciais do jornalismo** e não ajuda a ninguém. [T 32, SD 7]

O bom jornal previsível contém o que os leitores esperam: assuntos, abordagens, serviços, até *idiosincrasias*. Oferece - ao menos busca oferecer - informações com os padrões a que se habituou. No mau jornal previsível escasseiam as surpresas. Ele não é curioso ou provocador. Soa tristonho, apático e sem graça. Ao primeiro olhar, reage-se a ele com a

impressão de que se pode adiar-lo para mais tarde. **O jornal ideal equilibra-se: é previsível ao atender às expectativas cotidianas de quem o lê; e se recusa a ser previsível porque surpreende, identificando com agilidade as novidades que transforma em informação. No limite, consagra como previsível o ato de surpreender.** [T 29, SD 22]

Aquela **vocação do jornal, de ser um registro histórico dos acontecimentos**, só se reforçaria, e menos confusão haveria na cabeça do leitor. [T 23, SD 60]

As sequências a seguir exemplificam como o ombudsman associa a qualidade do jornalismo à *autonomia do profissional* e à *independência editorial* conquistada pelo veículo jornalístico. As duas primeiras SDs (66 e 40), de Renata Lo Prete e de Marcelo Beraba, apontam para o interesse dos leitores, enquanto as SDs 56 e 98 – respectivamente de Bernardo Ajzenberg e Marcelo Leite – tratam da perda de *credibilidade*:

A pressa com que é feito condena o jornal a uma certa dose de erros e distorções. Muitos jornalistas consideram que essa imposição tudo desculpa e os exime de dar explicações ao público. Já foi pior. **Hoje, alvo da mesma intensidade crítica que dedica aos outros, a imprensa – ou ao menos parte dela – revê procedimentos e busca o aperfeiçoamento.** [T 15, SD 66]

6. O que interessa aos leitores de jornais é saber se a crise afeta a qualidade do produto que recebe e sua independência editorial. [T 26, SD 40]

Como toda criança sabe, os maus e os bons podem ser encontrados em qualquer parte, às vezes onde menos se espera. Com a diferença de que aqui não existe a figura do caçador, pois a história nunca acaba. Quero afirmar, sim, que na confusão floresce um ambiente onde fica difícil evitar tropeços. **No caso do jornalista, se a atenção fraqueja diante dos empurrões dessa espécie tentacular de comunicação – hoje mais do que nunca em expansão –, asneiras se reproduzem às pencas, reputações dignas são atropeladas, divulgam-se reclames sem querer. O jornal tende a perder sua agenda autônoma; ele se retrai; comprime investigações.** É preciso admitir: **nos jornais, e na Folha, há comunicação demais e informação de menos.** [T 21, SD 56]

Por fim, há o complicador adicional dos **interesses empresariais de todos os grandes grupos de comunicação nas áreas de telefonia e privatização.** Tais interesses deixam as publicações com um desconfortável “handicap” de independência perante o governo federal. [T 10, SD 98]

Os exemplos abaixo associam o *papel do jornalismo*, de elaborar e disponibilizar *informações credíveis e sem incorreções*, à credibilidade dos jornais.

Marcelo Leite (SD 92) trata do uso correto da língua tanto em sua coluna inaugural como na derradeira. No trecho seguinte, relaciona o “escrever certo e de forma compreensível” com a missão civilizatória da imprensa. Na SD 14, Carlos Eduardo Lins da Silva amplia a noção para os erros de conteúdo.

Em uma frase: **todo jornalista que não dá atenção à sua ferramenta, o português escrito, começa a comprometer sua credibilidade.** Se é capaz de maltratar aquilo que não por acaso se chama de língua materna, com que falta de escrúpulos não tratará a mercadoria que vende, informações? [T 09, SD 92].

A imprensa não presta para nada se não se atribuir uma missão civilizatória. Para desempenhá-la com credibilidade, precisa dar exemplo de competência, a começar por escrever certo e de forma compreensível. A Folha, com o programa de prevenção de erros desenvolvido nos últimos dois anos, tem marcado pontos importantes. Falta habilidade e senso crítico no trato com números e estatísticas, enquanto sobra fetichismo. Todo cuidado é pouco com relatórios “vazados” pelo governo, mas também por institutos de pesquisa comerciais e até pelas aparentemente santas ONGs (organizações não-governamentais). Isso para não falar de estudos de órgãos internacionais, que descobriram há muito mais tempo o filão das cifras escandalosas. [T 10, SD 100]

A imprensa americana **vem perdendo credibilidade contínua e agudamente porque jornais e revistas foram pegos em mentiras flagrantes. Credibilidade é algo que se pode mensurar.** Nos EUA isso tem sido feito sistematicamente ao longo de muitas décadas. O General Social Survey constata que a credibilidade da imprensa agora é mais baixa que a do Congresso, do Poder Executivo, do Judiciário, de empresas. No Brasil, as séries históricas são menos consistentes. Mas nenhuma pesquisa mostra no Brasil fenômeno similar ao americano. A mais recente que conheço, de setembro de 2007, feita para a Associação dos Magistrados Brasileiros, mostra que **a população acredita muito mais na imprensa do que no governo, no Congresso, nos partidos, nos políticos.** Mas parece não estar se influenciando tanto por ela na hora de votar. [T 33, SD 14]

O debate em torno da *crise do jornal impresso* fecha o sentido do jornalismo como campo. Esse tema gerador de sentidos merece ser destacado em função da importância que demonstra ter no discurso do ombudsman, pois praticamente todos os que ocuparam esse cargo trataram direta ou indiretamente do assunto. A crise vem associada ao papel do jornalismo, identificada, principalmente, com a perda do bolo publicitário para as TVs e a introdução das novas tecnologias, que pressagiam o fim do formato do jornal papel; acrescente-se a cada vez mais intensa participação dos leitores que desestabiliza o lugar do jornalista. Suzana Singer (SD 1) e Mário Magalhães (SD 24) tratam da chegada de novas tecnologias, o impacto sobre a imprensa mundial e o que isso irá acarretar sobre a produção de conteúdo. As duas

últimas SDs, 49 e 117 – retiradas dos textos de Marcelo Beraba e de Mario Vitor Santos –, estão direcionadas às transformações promovidas pela crescente participação dos leitores que “irão transformar a produção jornalística” ou colocar em xeque “o poder absoluto e unilateral da imprensa”.

Parece haver hoje apenas uma certeza na imprensa mundial: a de que o jornal impresso corre risco de extinção. A cada novo gadget, as trombetas do apocalipse jornalístico soam mais fortes. Neste mês, o frenesi aumentou com a chegada do iPad, capaz até de exterminar os livros. [T 35, SD1]

No mundo inteiro, sob o impacto da internet, os diários impressos se defrontam com uma crise que talvez seja a maior da história. **O jornal em papel precisa produzir mais que o resumo inspirado dos acontecimentos da véspera, embora esse ainda seja o seu dever essencial.** Com informações cada vez mais fragmentadas, **cabe ao jornal organizá-las** como o jornalismo em outras mídias não consegue, por enquanto. [T 29, SD 24]

O futuro

Impulsionada pelas facilidades da internet e da telefonia, a crescente participação dos leitores está transformando a produção jornalística. Não é possível fazer mais o jornalismo como entendíamos há uma ou duas décadas, de mão única. Os leitores têm mais informações, estão mais preparados para questionar e têm canais que facilitam as intervenções. É evidente a dificuldade que os diários estão tendo para compreender e enfrentar as transformações que interferem no seu desempenho. Na minha primeira coluna, assinalei que **o mandato iniciava em meio à maior crise da história das empresas jornalísticas.** Deixo a função sem que a crise tenha sido de todo superada e sem que os jornais tenham dado o salto de qualidade que eu esperava e desejava. Eles estão conscientes de que devem mudar, mas ainda não têm clareza da direção. **A impressão que tenho, nestes três anos de observação, é que as empresas estão com o foco completamente voltado para a parte comercial, e a discussão sobre o conteúdo do novo jornal deixou de ser prioridade com a fragilização das Redações.** Mas a saída terá de vir das Redações. [T 28, SD 49]

O poder absoluto e unilateral da imprensa está em xeque. Após longas décadas de um solene distanciamento em relação aos leitores, de um autoritarismo sutil baseado na tradição, naquilo que é assim porque sempre foi assim, aparecem as primeiras fissuras na rocha compacta dos grandes jornais brasileiros. **Nestes espaços penetram as opiniões, os direitos, as exigências de qualidade impostas por um número sempre crescente de leitores.** [T 3, SD 117]

A discussão sobre o campo jornalístico, no discurso do ombudsman, traz a qualidade da informação e do produto jornal como uma exigência dos leitores que, cada vez mais, têm acesso a outras fontes de informação. Percebe-se que a informação *atualizada, contextualizada e precisa* é uma obrigação das redações e

daqueles que produzem cotidianamente o jornal, sendo, ao mesmo tempo um direito do público leitor.

Esse eixo de sentido centra o debate em torno do jornalismo enquanto um conjunto de valores profissionais praticáveis como a garantia de liberdade de informar, o respeito pela dignidade da pessoa humana e, finalmente, a informação como um bem público. Esses valores encontram referência nos códigos deontológicos profissionais.

5.3.2 A linha editorial

A *credibilidade* e a *qualidade da informação* foram os dois sentidos predominantes mapeados nessa formação discursiva. No discurso do ombudsman, essas duas questões estão intimamente relacionadas. As sequências discursivas vinculam a qualidade da informação, isto é, o que é apurado e publicado, com a credibilidade da *Folha*.

Em torno da noção de credibilidade aglutinam-se as ideias de *transparência da atividade de informar*, de *independência editorial*, de *autonomia profissional* e da *criação do cargo do ombudsman como uma política institucional*. Já a noção de qualidade é identificada com a ideia de como deve ser o jornalismo produzido na *Folha de S. Paulo*. Jornalismo que, no dizer do ombudsman, é normatizado através dos Projetos Editoriais, que determinam parâmetros a serem seguidos pelos jornalistas, do Manual de Redação – que funciona como um guia para orientar a seleção e elaboração da informação – e finalmente, pela interação do leitor com a publicação através dos canais disponíveis, dos quais um deles é o ombudsman. Além disso, o discurso do ombudsman relaciona a qualidade com o direito à informação. Assinala-se, também, a presença da problemática da crise do jornal impresso margeando a FD da linha editorial.

Os exemplos abaixo apontam para o encadeamento, num mesmo segmento, da noção de credibilidade associada à transparência com que são apuradas e disponibilizadas as informações. A transparência, no discurso do ombudsman, está relacionada com os procedimentos adotados pelo jornalista da *Folha*. Dessa maneira, a qualidade é associada a uma cobertura criteriosa, equilibrada, plural e

apartidária, como é possível identificar nas SDs 11, 74, 139, 57,51. Como forma de facilitar a análise, as SDs foram separadas em dois blocos.

Carlos Eduardo Lins da Silva (SD 11) compara a cobertura do caso da Escola Base com a de Isabella Nardoni, apontando que a *Folha* aprendeu com o passado, sendo mais cuidadosa. Renata Lo Prete (SD 74) trata de plágio e autoplágio, acionando para isso o novo Manual de Redação da *Folha*, frisando que “o leitor”, caso isso volte a ocorrer, saberá que além de desrespeito à honestidade intelectual, o jornalista infringiu também “regras internas que o jornal cuidou de registrar por escrito”.

Uma análise isenta comprovará que, em geral, os veículos de comunicação, os impressos especialmente e a Folha em particular, aprenderam com o passado. A cobertura deste jornal do caso Isabella é muito mais cuidadosa do que havia sido a da Escola Base. [T 32, SD 11]

“A Folha não publica texto plagiado, seja de outros autores, seja republicação de texto do mesmo autor (autoplágio). Quando reproduzir texto de outro autor ou de sua própria autoria já publicado, o jornalista deve citar claramente o autor original e, se possível, local e data em que o texto foi publicado, além de deixar evidente para o leitor o trecho que está sendo reproduzido.” É o que afirma o novo “Manual da Redação”, que em breve estará em vigor. Em dois sentidos, o verbete é mais rigoroso que o da edição atual. Em primeiro lugar, condena de forma explícita o chamado autoplágio, enganação que consiste em apresentar como novidade um artigo já publicado, na esperança de que ninguém se lembre. Em segundo, exige mais clareza no crédito ao trabalho dos outros. **Não basta citar a fonte. É preciso “deixar evidente” o que lhe pertence no texto.** As recomendações vêm na esteira de episódios em que o leitor da *Folha* foi iludido de uma dessas duas maneiras. **De agora em diante, caso isso volte a ocorrer, ele saberá que se desrespeitou não apenas um princípio básico de honestidade intelectual, mas também regras internas que o jornal cuidou de registrar por escrito.** [T 19, SD74]

Nas sequências seguintes fica explícito que, no discurso do ombudsman, é recorrente a explicação de que existem normas que regem a produção de informação na *Folha*. Caio Túlio Costa (SD 139) faz uma separação entre o direito de resposta e a publicação na seção de Cartas e cobra que esta última seja um espaço destinado, somente, ao leitor. As duas próximas SDs tratam do projeto editorial da *Folha*. Bernardo Ajzenberg (SD 57) traz uma citação direta do texto do projeto, defendendo originalidade, verificação prévia das informações e pontos de vistas distintos. Já o texto de Marcelo Beraba (SD 51) cita as linhas básicas do projeto entre parênteses, mas sem especificar que são os principais pontos do

projeto editorial. Beraba inclui, como pontos essenciais para a manutenção da credibilidade e da transparência, a prestação de contas e a responsabilidade social. Esses dois últimos pontos fogem do projeto editorial e vinculam-se a valores de *accountability*, que irão aparecer, também, em outras SDs.

Espaço para o leitor - As enormes cartas explicativas de autoridades ou personalidades que invadem o Painel do Leitor ocupam espaço privilegiado do leitor, mesmo configurado inequívoco direito de resposta. Nesse sentido, **seria interessante tanto para os eventos ofendidos quanto para os leitores que fosse aberto um local próprio para o chamado direito de resposta**. Cada carta dessa teria espaço proporcional ao material contestado e comportaria títulos com destaque. Nenhum jornal faz isso de forma sistemática. **Seria mais um ponto desta Folha em credibilidade e deixaria a seção tradicional de cartas ao seu dono: o leitor.** [T 2, SD 139]

Direito à informação

O projeto editorial do jornal defende que “é preciso maior originalidade na identificação dos temas a ser objeto de apuração, bem como uma focalização mais precisa de sua abordagem”. Prega “redobrada vigilância quanto à verificação prévia das informações, à precisão e inteireza dos relatos, à sustentação técnica das análises e à isenção necessária para assegurar o acesso do leitor aos diferentes pontos de vista suscitados pelos fatos”. O que mais se pode querer de um jornalista? Ocorre que entre os princípios desse projeto e a sua aplicação vai a mesma distância que se pode identificar entre os termos da Constituição Federal - todos são iguais perante a lei - e a realidade social brasileira. Crise, já se disse, é quando a situação anterior desaparece sem que uma nova situação já se tenha estabelecido. A Folha reconhece o seu próprio embaraço, e isso é bom, mas desde que os jornalistas não menosprezem as “discussões teóricas”, não repilam a auto-reflexão radical; desde que deixem de desdenhar as ponderações ou as críticas de terceiros - inclusive e principalmente dos leitores - sobre o seu trabalho. Sem isso é impossível romper a letargia, o tom oficioso de muitos textos, o posicionamento acríptico em relação aos acontecimentos e às tentativas, mais ou menos sutis, de “plantação” de matérias. **Está em jogo, além do ofício do jornalista, a sobrevivência do próprio jornalismo como instrumento da sociedade para exercer o seu direito à informação**. Sob a pressão dos leitores (essa, sim, indispensável), o ombudsman existe para auxiliar no desenlace dessa crise. É o que procurarei fazer - de preferência abordando assuntos e problemas de forma menos abstrata do que nesta coluna de estréia. [T 21, SD 57]

Isso justifica uma ação forte de recuperação de mercado. Mas **o principal patrimônio dos jornais continua a ser a credibilidade de suas Redações, que está associada à confiança nas informações e nas análises (qualidade) e ao equilíbrio das coberturas (pluralismo, apartidarismo)**. É bom nos acostumarmos: **a pressão dos leitores veio para ficar, e é bom que assim seja. Os novos tempos exigem das empresas jornalísticas equipes mais fortes, mais transparência, mais abertura para a sociedade, mais prestação de contas, mais responsabilidade social.** [T 28, SD 51]

As SDs a seguir, selecionados no texto de Mário Magalhães, trazem a fala dos diferentes profissionais que ocuparam o cargo do ombudsman até 2007. São exemplos que reproduzem a ideia da *criação do cargo como uma política institucional*. Foram convidados a falar dos pontos positivos e negativos do jornal, na atualidade: Caio Túlio Costa, Mario Vitor Santos, Junia Nogueira de Sá, Marcelo Leite, Bernardo Ajzenberg e Marcelo Beraba. Todos escrevem sobre a importância da crítica aberta e da contribuição do ombudsman para sua consolidação:

Às vésperas da “maioridade” da função de ombudsman da Folha, **pedi aos jornalistas que implantaram e consolidaram o cargo de representante dos leitores um breve comentário sobre um aspecto negativo e um positivo do jornal hoje**. Suas respostas: [T 30, SD 28]

Caio Túlio Costa (ombudsman de 1989 a 91; hoje é diretor-presidente do IG). “Negativo: a Folha não consegue mais se diferenciar dos concorrentes. Os grandes jornais estão muito iguais no conteúdo, no formato e na linha editorial, todos conservadores. A Folha parece ter se esquecido da sua capacidade única de crítica em relação a tudo e a todos. Perdeu o viço. Ficou madura, austera e amargurada.” **“Positivo: é o único veículo da grande imprensa brasileira que respeita, de alguma forma, o direito de resposta. As vítimas da imprensa sempre vão encontrar na Folha um abrigo, um lugar para inserir a sua versão seja via cartas, via ombudsman ou artigos nas diversas seções de opinião.”**

[...]

Junia Nogueira de Sá (1993-94; é diretora de Assuntos Corporativos e Imprensa da Volkswagen do Brasil). **“O melhor da Folha é sua reputação, construída ao longo dos muitos anos em que o jornal apostou em inovação e pluralidade - o ombudsman é um capítulo disso**. Na Folha surgiram algumas idéias e práticas que hoje estão disseminadas no jornalismo brasileiro, e que o tornaram mais moderno e atual.” [...]

Bernardo Ajzenberg (2001-2004; é escritor e coordenador executivo do Instituto Moreira Salles). **“Admiro a ousadia da Folha de manter um ombudsman - e tudo o que isso implica interna e publicamente em matéria de transparência e crítica aberta - mesmo numa situação tão intensamente delicada e adversa para a mídia impressa como a que vivemos, sabendo que as questões problemáticas de fundo, a saber, os desafios do jornalismo - e da Folha - continuam os mesmos: ética, apego aos fatos, imparcialidade, criticismo, capacidade analítica, criatividade.”**

Marcelo Beraba (2004-2007, foi o ombudsman até a semana passada. Preside a Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo). “Jornais de prestígio como a Folha estão com dificuldades para se renovar. **A experiência que tive nestes três anos de ombudsman mostrou-me que os leitores continuam a perseguir os valores de sempre do jornalismo, agora com mais pressão: qualidade de informação, equilíbrio, inteligência, serviço, entretenimento, boas histórias.**” **“A Folha tem a seu favor a adoção de práticas de transparência, de correção de erros e de crítica interna que permitem um permanente questionamento do jornal que produz. Ela segue fiel, ao longo das duas últimas décadas, à**

prática de um jornalismo crítico, de fiscalização, e este é um grande mérito.” [T 30, SD 29]

A ausência de transparência é relacionada à perda de credibilidade, como apontam as SDs 30, 33, 35 e 37, que tratam do fim da circulação na internet das críticas diárias e da não renovação do contrato do ombudsman Mário Magalhães. O relato descreve o que eram as críticas diárias, sua importância para o leitorado e as motivações da empresa *Folha* para pôr fim a sua divulgação pública. Mário Magalhães, apesar de criticar a postura da Direção, pelo que aponta em seu texto, como um retrocesso à política de transparência, afirma que a atitude de “não-renovação do mandato é legítima, respeita a Constituição do jornal” (SD 35). Esse exemplo, construído pelas quatro SDs, ajuda a visualizar o lugar do ombudsman inserido na política editorial, que busca controlar, contratualmente, o destino que será dado às informações divulgadas pelo ombudsman.

A Folha condicionou minha permanência ao fim da circulação na internet das críticas diárias do ombudsman. A reivindicação me foi apresentada há meses. **Não concordei. Diante do impasse, deixo o posto.** Oitavo jornalista a ocupar a função, torno-me o segundo a não prosseguir por mais um ano. Todos foram convidados a ficar. Sou o primeiro a ter como exigência, para renovar, o retrocesso na transparência do seu trabalho. [T 31, SD 30]

A crítica da quinta foi a última que circulou na Folha Online, com acesso a não-assinantes da Folha e do UOL. **A partir de agora, os comentários produzidos pelo ombudsman durante a semana só poderão ser conhecidos por audiência restrita, de funcionários do jornal e da empresa, que os recebe por correio eletrônico. Os leitores perdem o direito.** Era assim nos primórdios do cargo, criado em 1989. A internet engatinhava. [T 31, SD 33]

Regras

O comando da Folha esgrimiou um argumento para a decisão: **no ambiente de concorrência exacerbada do mercado jornalístico, idéias e sugestões do ombudsman são implementadas por outros diários.** De fato, isso ocorre. E continuará a ocorrer. **Quase 20 anos atrás, as críticas ainda denominadas internas eram distribuídas em papel à Redação.** Acabavam nas bancadas de outros jornais. Um deles veiculou publicidade alardeando elogio do ombudsman. **Com a difusão por e-mail, será ainda mais difícil conter a distribuição irregular das anotações do ouvidor.** Eventuais interessados, se bem articulados, terão como lê-las. Que segredo sobrevive a centenas de destinatários? Já **os leitores ditos comuns, os que fazem a fortuna de toda empreitada jornalística de sucesso, serão barrados.** A medida não resolve o problema a cuja solução se propõe, mas prejudica quem é alheio a ele. **A não-renovação do mandato é legítima, respeita a Constituição do jornal. Sua direção tem a prerrogativa de convidar ou não o ombudsman a permanecer. E de estabelecer as normas. Não há quebra de contrato, e sim respeito. No meu caso,**

haveria mudança de regra no meio da gestão, composta de um a três mandatos. Regras, como a Folha recomenda, devem ser estabelecidas antes do jogo. [T 31, SD 35]

Regressão

A despeito desse cenário, **a restrição imposta configura regressão na transparência. O projeto editorial da Folha diagnostica “um jornalismo cada vez mais crítico e mais criticado”**. Reconhece que **“o leitor fiscaliza a pauta de compromissos”** do jornal. **O ombudsman deve ser um instrumento dos leitores**. Se 80% dos pronunciamentos semanais ficam inacessíveis (as críticas de segunda a quinta; não escrevo às sextas), reduz-se a fiscalização dos leitores sobre aquele cuja atribuição é batalhar em nome deles. Essa peleja não implica, em um exemplo, advogar o alinhamento do jornal com partidários ou opositores das pesquisas com células-tronco embrionárias, mas incentivar o equilíbrio no noticiário e nos espaços de controvérsia. **O ombudsman incapaz de zelar pela manutenção da transparência do seu ofício carece de autoridade para combater pela transparência do jornal**. Como cobrar o que se topou diminuir? **A tendência mundial é de expansão da transparência das organizações jornalísticas. A novidade da Folha aparece na contramão.** [T31, SD 37]

É importante assinalar que a credibilidade é mensurada, além da transparência, pela verbalização, em seus textos, como fazem Carlos Eduardo Lins da Silva (SD 20) e Mario Vitor Santos (SD 77), do respeito da *Folha* com a instituição ombudsman, com os leitores e/ou fontes.

Testemunho que a Folha manteve a integridade desta instituição nos meus dois mandatos. Mesmo nos episódios mais delicados, nunca recebi de ninguém da Redação ou a seu mando qualquer indicação sobre que temas eu deveria abordar ou evitar nem comentários sobre o que aqui foi publicado, que é inteira e exclusivamente de minha responsabilidade. [T 34, SD 20]

Em telefonema, a leitora e sub-síndica declarou que o serviço não foi satisfatório e pediu que o jornal providenciasse uma telha nova. **A Folha foi imediatamente comunicada: “O jornal se dispõe a ressarcir eventuais prejuízos de qualquer forma”, respondeu a secretária interina de Redação, Paula Cesarino Costa.** Ainda falta acertar detalhes para encerrar o caso. Dele, **o mais importante é mostrar que na Redação da Folha se institucionaliza uma cultura de respeito a limites na atividade jornalística e de reparação dos danos que possa causar. Várias iniciativas, inclusive os sete anos de existência da função de ombudsman, contribuem para o enraizamento dessa mentalidade.** [T 11, SD 77]

As próximas SDs (96, 101, 104, 106, 87) vinculam o ombudsman ao projeto editorial como uma *estratégia de credibilidade*. Na primeira sequência, Marcelo Leite trata o próximo ombudsman como um guardião do Novo Manual de Redação e, na sequência seguinte (SD 101), cita “informação exclusiva e bem apurada”, umas das

linhas do projeto editorial, como critérios de qualidade para fazer um “bom jornal todos os dias”. Nos dois trechos seguintes, Junia Nogueira de Sá (SD 104 e SD 106) fala do cargo ombudsman como um “canal” corajoso por parte da *Folha* e que saiu fortalecida frente a concorrência. Marcelo Leite (SD 87) indiretamente resgata a credibilidade da *Folha*, ao afirmar que sua antecessora, Junia Nogueira de Sá, “teve a coragem de mostrar” que o jornal “escorregou”.

Resta o consolo de reconhecer que tão importante quanto espremer limões é obter os ovos gordos da reportagem e o azeite fino da pesquisa. De volta à feira, portanto. Certeza: **Mario Vitor Santos atuará novamente com competência no papel de guardião do livro de receitas (o "Novo Manual da Redação")**. [T 10, SD 96]

Menos marketing

É preciso também coragem para pôr no devido lugar as ferramentas de marketing e as pirotecnias industriais. Depois do extraordinário ganho de massa circulatória propiciado pelos "anabolizantes" (fascículos), e superados os problemas mais graves do novo Centro Tecnológico Gráfico-Folha (CTG-F), **o jornal parece suficientemente provisionado para a tormenta da qualidade, que se avizinha. O diesel jornalístico ainda é informação exclusiva e bem apurada.** Sem ele, o transatlântico não sai do lugar. Para chegar a bom porto, porém, a **Folha** precisa de rotas menos aventureiras do que as que conduziram aos fiascos de distribuição de 9 de outubro de 1994 e 3 de março de 1996. **Dois datas inesquecíveis para o ombudsman, assim como para qualquer jornalista que tenha compartilhado a tarefa de fazer um bom jornal todos os dias,** nesta época turva. [T 10, SD 101]

A Folha teve coragem de abrir esse canal há quatro anos. No início, debaixo de críticas pesadas dos que **a acusavam de ter lançado mão de mais um golpe de marketing. O ombudsman, imaginavam esses, duraria o exato tempo de ser novidade.** Depois, o jornal se encarregaria de arrumar uma nova pirotecnia. [T 05, SD 104]

A Folha e outro jornal editado pela mesma empresa, a "Folha da Tarde", são hoje os dois únicos veículos de imprensa no Brasil com ombudsman. Nos restantes, **a idéia de expor publicamente deficiências e vulnerabilidades parece ainda impensável. Transparência,** nesses lugares, é conceito que se cobra mas não se aplica. Erros, e há muitos também nesses veículos, são raramente admitidos. A maioria vai para debaixo do tapete da arrogância que ainda reveste as redações. O leitor que se arranje. Em dez anos, **a Folha passou de meio coadjuvante na cena brasileira a maior e mais influente jornal do país. Quase metade desse caminho foi trilhado sob a observação de um ombudsman. Em sua crítica diária e colunas semanais, os ombudsman foram duros, para não dizer cruéis com o jornal. Em defesa do leitor, compraram brigas e enfrentaram polêmicas dentro e fora da Folha. [...] Houve até momentos em que a concorrência fez suas as palavras do ombudsman para atacar a Folha. Ao contrário do que esperava, essa mesma concorrência pôde perceber que ambos, jornal e ombudsman, saíram da história mais fortalecidos do que entraram.** Acusa-se a Folha de muitas coisas. Boa parte delas tem razão de ser, se não quanto ao

conteúdo, ao menos pela forma como o jornal as encara. **A Folha gosta de ser irreverente e narcisista e os profissionais que ingressam em sua Redação aprendem depressa a imitá-la.** Acuse-se a **Folha** de tudo. [T 05, SD 106]

Ei-lo, sem mais rodeios: henricou, sim. [sobre a cobertura da mídia nas eleições de FHC], Uns mais, outros menos, com maior ou menor leviandade. **Até a Folha - o único grande jornal a abrigar em suas páginas uma discussão pública desses temas, nunca é demais dizer - andou escorregando**, como teve a coragem de mostrar aqui minha antecessora, Junia Nogueira de Sá. [T 08, SD 87]

A qualidade, outro sentido predominante da FD da Linha Editorial, está associada a como deve ser o jornalismo produzido na *Folha*, segundo suas normas. Esse papel de normatização se dá, no discurso do ombudsman, através do que está estabelecido pelo Manual de Redação e pelos parâmetros do Projeto Editorial. Este último, com a função de orientar e sistematizar o jornalismo produzido por seus profissionais, estabelece que o jornalismo deva ser *crítico, didático e de serviço, com informação exclusiva, com abordagem compreensiva e criteriosa dos fatos, apartidário e pluralista.*

As quatro sequências destacadas a seguir abordam a necessidade dos instrumentos de normatização para manutenção da qualidade. A primeira, de Bernardo Ajzenberg (SD 59), aponta a existência de um verbete no Manual que, se observado, diminui a possibilidade de imprecisão na estimativa de participantes em eventos. A segunda, de Renata Lo Prete (SD 67), atrela o “programa de qualidade” e os “seminários internos” com a diminuição dos erros e com o refinamento da capacidade dos jornalistas em “selecionar, didatizar e analisar”. A penúltima, de Marcelo Beraba (SD 42), relaciona o Manual e o Projeto com a qualidade do jornal, e a última, de Caio Túlio Costa, entende o reconhecimento dos erros e do direito de resposta como pontos de qualidade do jornal.

O "Manual da Redação" da Folha, por exemplo, tem um verbete para o tema, nessa direção. Após afirmar que, em "evento importante", o jornal deve usar "método científico de medição do local, com assessoria do Datafolha", ele recomenda: "em evento menos importante, ouvir versão do organizador, do adversário (se houver), de autoridade e de observador isento; se possível, o jornalista deve contar ou estimar o número de participantes". Até aí, tudo bem. Ocorre que, para além de eventuais distorções deliberadas, não há mágica nesses cálculos arriscados. A própria PM depende da experiência de seus quadros em tal tipo de avaliação e, de modo empírico, faz apenas estimativas, baseadas na área ocupada e em pressupostos como, por exemplo, o de que, numa aglomeração muito "apertada", são cinco as pessoas por m2. Ainda assim, há divergências. [...] **A quantidade de manifestantes, seja**

qual for o tema mobilizador (político, econômico ou comportamental), tem valor imediato e simbolismo histórico relevantes demais para que a mídia a trate de modo nebuloso. Se é impossível a obtenção de resultados inquestionáveis, que ao menos se exponham as fontes de informação com mais precisão e mais transparência. [T 23,SD 59]

A Folha está nesse caminho, o que é um bom começo. **Por meio de programa de qualidade, comissões e seminários internos, seus profissionais refletem cada vez mais sobre os limites de sua atividade e as formas de prestar um serviço de melhor qualidade.** Mas não é o bastante. **O jornal comete mais erros do que seria saudável aceitar.** Vão de pequenas incorreções, que poderiam ser evitadas com um pouco de aplicação e humildade, a falhas graves. **"O jornalismo terá de fazer frente a uma exigência qualitativa muito superior à do passado, refinando sua capacidade de selecionar, didatizar e analisar", diz a Folha no ambicioso projeto editorial que apresentou em agosto.** O leitor percebe que esse patamar de qualidade ainda aparece de forma incipiente nas páginas do jornal. Mas, se há muito por ser feito, **a Folha tem o mérito de expor suas fraquezas ao público como nenhum outro veículo da imprensa brasileira. A instituição do ombudsman, que em setembro completa nove anos no jornal, é uma das manifestações dessa política.** [T 15, SD 67]

9. Qualidade. **As metas de excelência do jornal estão definidas no seu "Manual da Redação" e no seu Projeto Editorial de 1997**, que está sendo revisado e reescrito. Em linhas gerais, **o jornal persegue um jornalismo crítico, moderno, pluralista e apartidário.** Esses propósitos, que vêm desde o primeiro Projeto Editorial, de 84, não são mais suficientes para definir um jornal que seja indispensável, confiável e prazeroso, com notícias precisas, contextualizadas e bem escritas, com um cardápio diversificado, instigante e inteligente. **É necessário que a Folha, para firmar sua "singularidade e relevância", dê um salto de qualidade.** [T 26, SD 42]

[...] A unificação dos Erramos na terceira, página, em fevereiro passado, contribuiu muito para esse salto. **Reconhecer erros, porém, não é tudo. Nem proporciona atestado definitivo de qualidade.** Muito mais importante é deixar de cometer erros. **Ou garantir o direito de resposta a quem o requer por sentir-se injustiçado.** Não foi possível fazer levantamento completo do tratamento dado pela **Folha** ao direito de resposta no período (porque ele está espalhado em reportagens refeitas, novas notas, declarações posteriores, etc.), mas um trabalho realizado pelo Banco de Dados atesta que a média de direito de resposta publicado apenas na seção de cartas subiu de 30 respostas mensais em 1989 para 38 nos oito primeiros meses de 1991. [T 2, SD 132].

Nas próximas sequências (83, 138, 55, 12), interessa destacar a noção de *qualidade associada à linguagem*, tratando abordagem, relação com as fontes e independência editorial como questões importantes, que devem ser observadas pelo jornalista. Mario Vitor Santos (SD 83) aciona a noção de objetividade para dizer que a *Folha* tem independência editorial, pois publicou uma matéria sobre as leis de imprensa, um assunto sobre o qual o jornal tem interesse e opinião formada. Na sequência seguinte, Caio Túlio Costa (SD 138) cobra mais informação e análise,

qualificando o “ceticismo” como uma qualidade indispensável contra o “eterno declaratório” em que se tornaram as notícias. Na mesma perspectiva, Bernardo Ajzenberg (SD 55) alerta que os jornais se tornaram mensageiros e, não raro, fazem o papel de assessorias de comunicação. Para finalizar, Carlos Eduardo Lins da Silva (SD 12) aponta para escorregões em relação ao conteúdo e à própria linguagem adotada, “o excesso de minúcias desagradáveis, insinuações sem fundamento, ilações gratuitas”. Em todas as SDs se percebe a preocupação com a *qualidade do jornalismo* oferecido por seus profissionais, que passa pela maneira como são coletadas, produzidas e divulgadas as notícias.

A Folha é dos poucos veículos que se dispõe a fazer jornalismo sobre assuntos sobre os quais tem interesse direto e opinião formada. Publicou na terça-feira passada levantamento sobre leis de imprensa em seis diferentes países. A principal conclusão contraria a tese editorial da Folha sobre o assunto. **Não existe país com privilégio semelhante ao advogado pela mídia no Brasil.** O setor quer que a nova lei fixe um limite para as indenizações para os crimes cometidos pela imprensa. Na Argentina, Estados Unidos, França, México, Portugal e Reino Unido, países em que a Folha realizou o levantamento, os meios de comunicação são tratados como qualquer outra instituição ou cidadão. Pagam pelos prejuízos que causarem aos que forem injustamente prejudicados pelo noticiário. No Brasil, ANJ (jornais), Abert (rádio e TV) e Aner fazem ampla campanha, com destaque nas primeiras páginas e em editoriais de TV, pela isenção de parte da responsabilidade por crimes que cometerem. Alegam que as indenizações poderiam levar as empresas à falência. **Os títulos da Folha (capa: "Norma de imprensa difere em seis países"; dentro: "Regras para imprensa variam entre países") evitam a questão central e podem induzir o leitor a erro.** Quanto à questão central, a indenização, as normas não variam. Nenhum deles prevê teto para a pena. Seja como for, **a Folha foi o único grande veículo a abordar o assunto de maneira mais objetiva.** [T 13, SD 83]

Eterno declaratório - O jornalismo brasileiro continua baseado nas declarações dadas pelos personagens das notícias. A Folha sofre muito com isso. Na maioria das vezes, a informação correta é exatamente o contrário daquela enunciada, mesmo quando aparece da maneira exata como foi dita (o que é raro). A informação colhida nos bastidores, cruzada com outras fontes, pode revelar mais do que uma declaração formal - principalmente quando vem de ocupantes do poder. **Seja poder governamental, partidário, empresarial, intelectual ou sindical. Seria benéfico se se extirpasse do jornalismo essa mania de transcrição literal de declarações, encheção de linguiça sem a informação (ou análise) complementar para situá-la no contexto e na verdade dos fatos. Cabe a todo jornalista desenvolver o distanciamento crítico. Duvidar. Ceticismo é qualidade fundamental nesse negócio das notícias.** [T 2, SD 138]

Vale para o jornalismo cultural e suas estrelas. Para o jogo de pega-ladrão da política, em que **os jornais não raro fazem sem saber o papel de "mensageiros"**. Vale para a economia, seus empenhos e conveniências. Para a ciência ou para o esporte. Com isso não quero dizer que jornalistas,

inclusive os da Folha, sejam chapeuzinhos vermelhos a passear no bosque alegremente, nem que as assessorias ou áreas de comunicação se escondam atrás de árvores como lobos maus de dentes afiados. Muito menos poderia dizer que os leitores sejam vovozinhas acamadas, em atmosfera de remanso, à espera de suas cestas de doces. [T 21, SD 55]

Mas têm ocorrido vários escorregões, como a foto da capa do dia 19, a falta de espírito crítico, o excesso de minúcias desagradáveis, insinuações sem fundamento, ilações gratuitas. O que se espera da **Folha** é que ela jogue luzes para que a sociedade toda possa compreender melhor por que desgraças como essas acontecem e por que as pessoas reagem a elas como reagem. [T 32, SD 12]

Outro ponto vinculado com a qualidade, e que deve ser observado pelos jornalistas, é a *relação com os leitores*, exemplificada nas sequências de Suzana Singer (SD 3) e Carlos Eduardo Lins da Silva (SD 8 e SD 10). Os ombudsmen, por um lado, comentam que o leitor é ignorado, mas, por outro, alertam, em relação à abordagem criteriosa dos fatos, que não se deve deixar-se levar pela demanda da audiência por satisfação imediata.

Em um jornal com mais de 290 mil exemplares, **o leitor acaba se tornando um ente volátil, fictício**, fala-se em nome dele para defender teses A, B ou C. Ou, o que é pior, **sucumbe-se ao erro narcisista de ignorar quem nos lê e escrever para colegas, fontes (quem passa informações) e especialistas.** Para a Folha, ouvir o homem comum será especialmente importante nos próximos meses, quando estreia um novo projeto gráfico, com mudanças visuais e editoriais, que inclui extinção e criação de cadernos. Particpei de vários processos como esse e sei que, apesar das especificidades técnicas e das pesquisas de opinião, prevalecem em muitas decisões o "eu acho assim mais bonito" ou o "aposto que vão gostar de uma seção desse jeito". **Arbitrário mesmo.** [T 35, SD 3]

Mas o que se espera da Folha em situações como esta é que ela não caia na vala comum de outros meios, **que parecem só se guiar pela satisfação imediata dos desejos aparentes da audiência. Mesmo que a maioria esmagadora dos leitores exigisse detalhes mórbidos, descrições escabrosas, cenas fellinianas, o jornal deveria recusar-se a fornecê-los.** A comunicação social é um negócio, claro, e deve se orientar pelo objetivo de fazer lucro para as empresas que o exercem. Mas não é só isso. **Ela também impõe deveres sociais e, em minha opinião, os jornais impressos têm a obrigação de levar mais a sério do que qualquer concorrente a missão de dialogar com a sociedade para melhorar a cidadania.** [T 32, SD 8]

Cerca de um quarto das manifestações pedia que o jornal fosse mais crítico em relação ao trabalho da polícia, que aceitasse com menos credulidade todas as explicações que vêm sendo dadas, que não se transformasse numa linha de transmissão das hipóteses oficiais. Vários leitores lembram-se do tristemente célebre exemplo do caso Escola Base, de 1994, **quando a mídia ajudou a destruir a vida de seis pessoas, inocentes das acusações que lhe faziam, por embarcar sem**

restrições nas conjecturas dos policiais que investigavam a história e pré-julgar os réus com base em supostas evidências. [T 32, SD 10]

5.3.3 O cargo do ombudsman

Esse núcleo de sentido associa o cargo do ombudsman com quatro eixos: o fazer jornalístico; a relação com os leitores; a relação com a redação e com a instituição *Folha*; e, por fim, a explicitação das atividades definidoras da profissão de ombudsman.

Associadas ao fazer jornalístico estão as questões sobre ética e verdade. No segundo eixo, a relação com o leitor é percebida sob três enfoques: as sequências que trazem a voz dos leitores para o espaço do jornal, as que apresentam o ombudsman como representante do leitor e as que colocam o ombudsman como um mediador. No terceiro eixo há uma dualidade: enquanto, de um lado, o respeito pela independência e a autonomia do cargo marcam as trocas estabelecidas pelo ombudsman com a instituição *Folha*, de outro a relação do ombudsman com a Redação se dá por meio de críticas, apontamentos de erros e cobranças dos atendimentos às expectativas dos leitores. No quarto eixo estão incluídos, ainda, o que prevê o contrato de trabalho do ombudsman, como a duração de mandato e renovação, a definição e abrangência de sua atuação, os eventos e documentos que regulam suas atividades.

As sequências a seguir tratam do cargo do *ombudsman associada ao fazer jornalístico*, tendo a ética e a busca pela verdade como responsabilidades do ombudsman, atividade que pode tanto ser atribuída como assumida por ele como parte da função profissional. A noção de ética, no discurso do ombudsman, não é uma só. As SDs 123, 122, 76, 95 – de Mario Vitor Santos – tratam da ética do jornalista em contraponto a uma ética própria do ombudsman. Além disso, as SDs 84 e 119, de Mario Vitor Santos, relacionam ética e verdade com as atribuições do ombudsman de servir o público e zelar pela confiabilidade do jornal.

Surpresa

Discussões sobre ética são raras, restritas a especialistas, têm um ranço acadêmico e poucas. Nas escolas de comunicação, o tema é tratado de maneira chata, abstrata e isolada das outras áreas. **São escassos os exemplos de jornalistas que têm uma reflexão mais desenvolvida a respeito no plano profissional. Menos ainda são os que agregam a isso**

alguma definição no plano individual, que trate dos seus próprios padrões nesse terreno. Quando eu digo que gostei de ser ombudsman, há colegas que se surpreendem e sorriem, como se isso confirmasse a condição de ingênuo que atribuem a mim por ter aceito a função. Há os que assumem ar solidário, como se estivessem diante de alguém que foi atingido por uma fatalidade e nem sabe disso. Diz-se que boa ética e bom jornalismo não combinam. É uma outra maneira de dizer que **ética é assunto para o ombudsman, só para ele**. Veladamente, o raciocínio é o seguinte: para conseguir chegar à verdade, objetivo do esforço jornalístico, e também para sobreviver, na esfera comercial, não dá para ficar com dramas de consciência, o negócio é ser agressivo: pau na máquina, depois se vê como é que fica. [T 04, SD 123]

Jornalista

Os jornalistas não são obrigados a aceitar as opiniões de leitores, nem as do ombudsman. Boa parte deles considera o ombudsman presa fácil de lobbies, um inocente que acredita em tudo o que lhe dizem. Jornais e jornalistas raramente são personagens do noticiário e, assim, não sentem em si mesmos o quanto se distorce no dia-a-dia da imprensa. Há também um dado cultural. **Fala-se muito em ética no Brasil, mas pratica-se pouco. Quem é que arrisca a** - nesses tempos em que impera uma estreita noção de eficiência máxima, de espírito de equipe, do "vestir a camisa" - **alegar previamente problemas de natureza ética dentro das empresas, defender mesmo os direitos do consumidor, arriscar posição e salário em troca da transparência e da verdade e em respeito a uma entidade (o cidadão) que ninguém vê? Os Ombudsmans, que são pagos para isso.** [T 04, SD 122]

Retornar a este espaço e à função de representar os leitores da **Folha** é responsabilidade e prazer, ainda mais estimulantes porque a volta encerra uma doença desagradavelmente prolongada. Agradeço ao jornalista Marcelo Leite, que adiou a satisfação de interesses pessoais para preencher minha ausência. Ele soube exercer com notável competência o trabalho de servir aos leitores e **zelar pela observância de princípios éticos na esfera do fazer jornalístico. A delícia desta função é quando se pode ver o crescimento de uma mentalidade ética de restrição dos prejuízos que possam ser causados pela atividade jornalística. Em muitas ocasiões, a extensão desses danos não é muito clara. Em outras, é evidente.** [T 11, SD 76]

Aflição: afastar-se com a inevitável sensação de que muito mais deveria ter sido feito, tantas são as deficiências do jornalismo diário praticado no Brasil - e da Folha como seu expoente, para o bem e para o mal. [T 10, SD 95]

[...] **Recente encontro da Associação Brasileira de Ouvidores (ABO) registra uma silenciosa revolução na sociedade brasileira. Já existem cerca de 250 ouvidores e ombudsmans no país.** Atuam em grandes e médias empresas atendendo aos consumidores. Estão cada vez mais presentes no setor público, **onde quase sempre gozam de autonomia para servir aos usuários-cidadãos.** A Folha não tinha idéia do movimento que estava desencadeando ao criar o ombudsman. Foi, em 1989, **a pioneira do movimento. Antecipou uma tendência. A iniciativa foi tão bem-sucedida que, agora, a ABO adota um rígido código de ética para ouvidores e ombudsmans.** Tenta regular uma atividade que incha, animada pelo Código de Defesa do Consumidor, pela nova consciência geral em relação aos direitos do cidadão e, como não poderia deixar de ser, por gente interessada em faturar em cima do prestígio da nova onda. No jornalismo brasileiro, a atividade é mantida na Folha, na rádio Bandeirantes de São Paulo e no jornal "O Povo", de Fortaleza (a rádio "O Povo", do

mesmo grupo, também anuncia sua ombudsman). Muitos outros veículos estabeleceram canais com leitores e espectadores. **Não são ombudsmans, mas, com diferentes denominações e graus de poder e liberdade, assumem parte de suas atribuições, servindo ao público. É inevitável o fortalecimento dos "orelhões"**, como os ouvidores também são conhecidos. [T 14, SD 84]

É possível, porém, que a existência de instituições como a do ombudsman ou a aprovação do novo Código de Defesa do Consumidor expressem uma tênue resistência da sociedade, que teima em não ceder à bagunça desbragada e à degradação radical dos padrões de qualidade de vida e de relacionamento social. Pode ser que alguma mudança rela, lenta, cheia de avanços e recuos, esteja se esboçando num sedimento mais profundo e que algum progresso acabe afinal acontecendo. Mas pode ser que não. Isso só vai ser visto se o cidadão exigir uma nova maneira de relacionamento com os serviços de que se serve, com o poder. Isso implica outra mentalidade: importa valorizar a ação de cada um, a crença de que uma atitude, mesmo que aparentemente inócua, também é importante e pode fazer uma diferença. **Dessa forma, será bem-sucedido o ombudsman que em algum grau relevante conseguir realizar quatro compromissos sagrados: aumentar a precisão, confiabilidade e responsabilidade do jornal; incrementar sua credibilidade; elevar sua qualidade e alertá-la para as preocupações da comunidade. Pode ser que a essa altura o leitor conclua que este é mais um ombudsman idealista. Mas será que algum outro tipo toparia essa empreitada?** [T 3, SD 119]

Como segundo eixo norteador, têm-se os sentidos que associam o cargo do ombudsman e *sua relação com o leitor*. No exame das sequências, algumas delas destacadas a seguir, é possível perceber, através da escritura de Marcelo Beraba (SD 48 e 47) e Suzana Singer (SD 5) como esses profissionais trazem para dentro da publicação a voz dos leitores. Essa estratégia pode ser vista de duas maneiras: primeiro como de legitimação de suas críticas e observações e, segundo, como a abertura de um espaço de diálogo e interação:

Márcia Meireles explica que **escolhe diariamente a Folha pelo quesito "conjunto"**: acha importante a função do ombudsman (quatro outros leitores destacaram a iniciativa do jornal), **avalia que há pluralidade de opiniões, que o jornal busca equilíbrio** ("essa quimera!") nas coberturas políticas, gosta do projeto gráfico, dos editoriais contundentes, dos debates públicos que o jornal promove, mas lhe incomoda **"a dificuldade [da Folha] de assumir erros", de lidar com críticas e o "tom arrogante"**. As outras reclamações são pontuais: "as legendas mal redigidas" e "os temas fúteis de domingo" (Doralice), **"as apurações sem fonte"** (José Augusto), o "Painel", "que se presta a todo tipo de fofocas e balões de ensaio" (Pedro Eugênio), a página inteira de publicidade na capa da **Ilustrada** (Márcia Meireles), alguns colunistas (Adilson), "fotos escandalosas e obscenas" e "a apologia que a **Ilustrada** e o **Mais!** fazem das drogas" (Maria Gilka). Entre **os pontos positivos, além dos já citados, estão o projeto editorial do jornal e a qualidade informativa** (Doralice), a diagramação e os quadrinhos (José Augusto), a seção "Tendências/Debates" (Pedro Eugênio), as reportagens de denúncia e o caderno **Ciência** (Adilson) e **a correção de erros** (Maria Gilka). [T 28, SD 48]

Nem política nem futebol. O tema que mais gerou mensagens nesses dois meses sem ombudsman foi a capa do Folhateen (5/4) sobre garotas que se expõem sexualmente na web em troca de dinheiro. **Foram 19 e-mails, todos reclamando de que a reportagem não deveria estar em um caderno de adolescentes e que incentiva as teens a imitarem as entrevistadas.** Algumas disseram que faltou dar nomes aos bois: prostituição eletrônica. **Conversei com três entrevistadas e todas gostaram do que foi publicado.** “Cada uma contou sua história. Não teve juízo de valor, mas eu entendo que tenha gente revoltada porque é um assunto agressivo publicado em um jornal educativo” disse Jéssica, 19, a garota da capa, que se ofende justamente se for chamada de prostituta cibernética. **Discordo dos leitores que viram no texto apologia da prostituição e acho que o assunto não cabe ao Folhateen.** [T 36, SD 5]

Críticas e elogios

O rol de queixas foi maior do que o de elogios. **Dois leitores foram exclusivamente críticos,** Ney José e Celso Balloti. Ney José foi o primeiro leitor com quem conversei às vésperas de assumir a função de ombudsman. Perguntei se confiava na imprensa e editei sua resposta na primeira coluna (“Imprensa, crises e desafios”, 11/4/2004): “Confio, mas com um pé atrás, desconfiando muito”. **Agora, respondeu de forma sucinta ao que mais lhe agrada na Folha: “Nada”.** [T 28, SD 47]

Os trechos a seguir, selecionados dos textos de Suzana Singer (SD 2 e 4), Carlos Eduardo Lins da Silva (SD 9), Mário Magalhães (SD 34), Bernardo Ajzenberg (SD 61 e 58) e Mario Vitor Santos (SD 120), destacam o ombudsman enquanto um *representante do leitor*, que fala por ele, apontando os erros, acertos e levando suas demandas à redação. A representação, na fala do ombudsman se firma por uma dimensão fiscalizatória do que deve ser “um bom jornalismo”, ação que deve ser feita pelo e para o leitor. A validação na identificação dos problemas vai se estabelecer pelo referendo do ombudsman:

Esse haraquiri coletivo é, no fundo, um jogo de adivinhação inútil ao leitor. **Enquanto houver jornal, o importante para quem paga por ele é que seja bem feito. E é para isso que estarei aqui.** Depois de 23 anos fazendo a Folha, colocando a mão na massa todos os dias, **chegou a hora de sair de campo para observar o jogo e apontar erros/ acertos da equipe que faz o diário de maior circulação no país** (considerada a média de 2009). Assumo como ombudsman em um ano difícil, com coberturas importantes: a Copa do Mundo, que coloca a imprensa diante da encruzilhada de ‘criticar demais e ser vista como derrotista’ ou ‘tecer só elogios e cair no ufanismo’ e a eleição presidencial que promete ser acirradíssima. Em sua coluna de despedida, meu antecessor, o veterano Carlos Eduardo Lins da Silva disse que não suportaria a eleição presidencial, quando, ‘se exercitarão com força total os piores instintos de parcela pequena mas nefasta do eleitorado engajado na guerra sectária de partidos políticos’. No que depender de mim, os ‘trogloditas de espírito’, como descreve Carlos Eduardo, ficarão em segundo plano. O Fla-Flu político, que tem sua expressão máxima na guerra de blogs radicais, interessa a poucos, basicamente seus autores e uns convertidos que se regozijam em reiterar suas convicções. **Estou em busca do leitor silencioso, que se irrita com a Folha, mas se esquece dela antes de ter tempo de mandar um e-mail reclamando.** [T 35, SD 2]

Com a ajuda de você, leitor, tentarei levar demandas reais para a Redação. Afinal, toda mudança deveria ter apenas um objetivo: deixá-lo mais satisfeito com o seu jornal. [T 35, SD 4]

Felizmente, **o que os leitores da Folha majoritariamente têm pedido neste caso não é sensacionalismo. Eu li 67 mensagens enviadas ao jornal sobre o assunto.** Algumas demonstravam que seus autores haviam entrado no clima orwelliano que os programas de TV do gênero "reality show" parecem ter conseguido instaurar como imperativo social em muitos países, Brasil inclusive. Mas quase a metade expressava inconformismo com o que um leitor chamou de "circo" em que se transformou a tragédia. Muitos exigiam menos: menos destaque, menos fotos, menos máquinas fotográficas no rosto dos personagens da notícia. [T 32, SD 9]

Como se constata no site www.folha.com.br/ombudsman, desde 2000 as críticas vão ao ar. **Por oito anos, os leitores puderam monitorar a atividade cotidiana de quem tem a atribuição de representá-los. Não poderão mais.** [T 31, SD 34]

Vários leitores escreveram para reclamar da manchete de terça-feira ("Maioria quer afastamento de Dirceu, mas poupa Lula") e da forma como o jornal editou, naquele dia e na quarta, a pesquisa Datafolha que a ensejou (sobre o impacto do caso Waldomiro Diniz na população). Falou-se em leviandade, manipulação... [T 24, SD 61]

Recebi ao longo desta primeira semana inúmeros e-mails, fax e cartas com desejos de boa sorte, coragem e sobretudo pedindo que eu jamais deixe de zelar pelos interesses dos leitores. Estes, ficou claro para mim nos últimos dias, sabem muito bem para o que serve a figura do ombudsman, instituída no jornal desde 1989: **para representá-los fielmente no jornal.** Um deles, o senhor Fédias Ramos Bjornberg, de Sabará (MG), em carta redigida à mão, começou dizendo: "Boas-vindas à casa do leitor". Muitos escreveram também para elogiar o trabalho de minha antecessora, a jornalista Renata Lo Prete. Vale acentuar: ninguém de modo protocolar. Um e-mail que recebi com esse conteúdo, aliás, veio da minha própria casa, traz no pé a minha própria assinatura - acredite o leitor - e foi aberto por mim no computador da sala em que escrevo agora, aqui na Folha. Ele diz: "É, meu caro, não vai ser nada fácil sucedê-la". [T 22, SD 58]

A foto acima, publicada na **Folha** quarta-feira passada, mostra protesto contra a venda da Usiminas. A legenda diz que foi no Rio, mas a placa ao fundo denuncia o erro: o protesto foi diante da Bolsa de São Paulo. Erros como esse, títulos engraçados, gafes evidentes ou ridículas serão temas da seção "A Média da Mídia". **Recorte jornal ou revista e envie ao ombudsman.** [T 3, SD 120]

É importante salientar que, no discurso do ombudsman, se percebe muito mais uma ação voltada para a representação dos leitores do que propriamente uma atividade mediadora. Parte-se da premissa de que uma relação estabelecida por um processo de mediação requer que haja um consenso entre as partes em conflito ou

que um dos lados ceda ou assimile o discurso do outro. Observa-se que, no caso do ombudsman, não é exatamente o que ocorre, pois, na maioria das vezes, há um dissenso entre o que é publicado e o que o ombudsman ou o leitor gostariam de ver publicado. Apesar dessa consideração inicial, identificou-se na fala do profissional a especificação de uma necessidade de atuar enquanto um mediador nas relações com o leitor e deste com a redação e com o jornal. Há, portanto, o reconhecimento de que *a mediação é mais uma vontade do que uma prática visível*.

Na primeira SD, Carlos Eduardo Lins da Silva escreve que o ombudsman “deve promover a dúvida, não corroborar certezas”. Mário Magalhães (SD 38) diz que o instrumento de diálogo com os leitores é a “crítica diária”. Na mesma linha, Marcelo Beraba (SD 46) afirma que a coluna é o espaço de “intermediação” da ouvidoria. Na SD 65, Renata Lo Prete mostra com clareza o desconforto da atividade de mediação: “no meio do caminho entre o jornal e o leitor, o ombudsman existe para apresentar ao primeiro falhas e arbitrariedades apontadas pelo segundo”. Para Mario Vitor Santos (SD 121) o ombudsman é a “única opção de alguém que se julga caluniado”. Finalmente, Caio Túlio Costa apresenta a forma mais clássica de mediação esperada do ombudsman: “o maior mérito do cargo foi ter facilitado a comunicação do leitor com a Redação”. Talvez por ser o primeiro a ocupar o cargo, esse sentido ainda estava tão presente, deixando claro que “apontar e discutir erros ou imprecisões” não significa a correção do problema.

Creio que o ombudsman deve promover a dúvida, não corroborar certezas, como Albert Camus (cujo último livro, inacabado, indico ao lado) conseguiu fazer em pleno ambiente da Guerra Fria, quando muitos de seus antigos aliados o estigmatizaram por ele se recusar a acatar dogmas. **Acho que seria muito difícil, para mim, fazer isso neste ano eleitoral.** [T 34, SD 19]

Agradecimentos

A crítica diária é valiosa como instrumento de diálogo entre os leitores e o ombudsman. O que ele pensa disso e daquilo? Por vezes, a resposta se encontra nos apontamentos do dia. Na semana passada, foi possível conferir se eu perguntei à Folha quem lhe forneceu o dossiê do momento. A resposta significaria romper o compromisso de sigilo com a fonte. Um ministro disse que eu perguntei. Não é verdade. Se fosse responder aos leitores sem a chance de lhes remeter à crítica on-line, não sei se daria conta do atendimento. **Em 1991, primeiro ano do qual sobreviveu estatística [sic], houve 3.748 contatos com o ombudsman. Em 2007, o recorde de 13.374. Em janeiro, fevereiro e março de 2008, registraram-se marcas inéditas. O salto de 24% na comparação com idêntico trimestre do ano anterior projeta resultado anual superior a 16.500**, sem considerar o impacto de eventos como eleição e Olimpíada. **O vigor do Departamento de Ombudsman é manifestação da mudança de**

comportamento de cidadãos e consumidores de notícias: a fé nos relatos jornalísticos dá lugar ao ceticismo; troca-se a submissão a versões pela leitura crítica; a passividade, por cobrança. Essa é a principal característica do jornalismo do século 21. Merece ser saudada pela sociedade e pelos jornalistas. Na chegada, eu pensava ter muito a dizer. Ao partir, sei que tenho muito a ouvir. Gostaria de ter falado de outros assuntos, dos anúncios de substituição aos interesses cruzados do jornal. Fica para outra vez. **Pelo ano em que fui feliz, agradeço à confiança que a direção da Folha depositou em mim. Tive liberdade para escrever o que quis. Uma executiva me disse que o jornal precisava de um "ombudsman crítico". Tentei desempenhar escrupulosamente a missão.** Sou muito grato à minha supersecretária, Rosângela Pimentel, e ao meu assistente, o futuro jornalista Carlos Murga. Na Secretaria de Redação, devo a Suzana Singer e Alba Bruna Campanerut. Na editoria de Arte, a Fábio Marra e Julia Monteiro. Ao colocar a coluna no papel e me salvar de vexames maiores, Vanessa Alves coordenou um time talentoso e generoso. **Minha gratidão maior é para quem me deu lições inestimáveis - hoje à noite, em casa ou na rua, não esquecerei o brinde aos leitores da Folha.** [T 31, SD 38]

Esta última coluna como **ombudsman é dedicada aos leitores da Folha que procuraram com insistência, nos últimos três anos, a intermediação desta ouvidoria para exigir do jornal mais qualidade e equilíbrio, para manifestar seus pontos de vista e para sugerir temas de artigos e reportagens.** Foram 7.286 mensagens em 2004, primeiro ano do mandato, e 13.280 ao longo de 2006, um crescimento de 82% num período em que o jornal esteve com sua circulação estagnada. Como era impossível ouvir a todos, pedi a dez dos leitores mais assíduos que me enviassem uma lista com os pontos que mais lhes agradam na **Folha** e aqueles que mais os incomodam. [T 28, SD 46]

Das conversas que tive com leitores e colegas desde que aceitei o convite para ser ombudsman da Folha, há uma frase em especial que não me sai da cabeça. "Para assumir essa função, é preciso ser um pouco ingênuo", disse-me Caio Túlio Costa, o primeiro a ocupar o cargo no jornal. Dele e dos outros ombudsmans ouvi ainda palavras de estímulo e demonstrações sinceras de apreço pela instituição que consolidaram. Mas não é difícil descobrir o que Costa quer dizer. **No meio do caminho entre o jornal e o leitor, o ombudsman existe para apresentar ao primeiro falhas e arbitrariedades apontadas pelo segundo.** [T 15, SD 65]

Quando o segundo e último ano de mandato do ombudsman chega ao final, é inevitável que se faça algum tipo de balanço. Sem pretender ser completo, gostaria de ressaltar o que acho mais importante. **Em diversas situações, o ombudsman é o único recurso à disposição de alguém que se julga caluniado, injustiçado, atingido pelo conteúdo de uma reportagem, uma charge ou uma foto.** São pessoas que ligam perplexas, sem saber o que fazer. Algumas delas já tentaram entrar em contato com alguma instância do jornal, sem o resultado que desejavam. Elas precisam ser ouvidas por alguém disposto e preparado a entender o que desejam dizer. **Para esses indivíduos, a existência do ombudsman é crucial. Não principalmente pelo que ele escreve, mas pelo que ouça e pela apuração que possa desencadear nas instâncias do jornal. Tem leitor que só quer uma coisa: entender o que ocorreu.** [T 04, SD 121]

Sempre me perguntam se a Folha "melhorou" com o ombudsman. Não melhorou nem piorou. Ela continua em busca permanente do aperfeiçoamento. **O maior mérito do cargo foi ter facilitado a**

comunicação do leitor com a Redação. Mesmo assim, sobra desinformação. Conforme pesquisa do DataFolha, mais de um terço dos leitores não sabem quais são as principais funções do ombudsman. **Tornar esse serviço ainda mais conhecido é uma das tarefas do jornal e do novo ombudsman,** o jornalista Mario Vitor Santos. [T 02, SD 134]

Comodismo - O crítico do jornal costuma apontar e discutir erros ou imprecisões. Apontá-los não significa a correção do problema. O leitor merece palavra oficial da Redação no sentido de defender seu ponto de vista ou reconhecer o erro. [T 02, SD 136]

Como terceiro eixo norteador, observam-se sentidos que associam o cargo do ombudsman a sua relação com a redação e com a instituição *Folha*. Como se percebe pelo recorte das sequências, esse sentido foi identificado predominantemente nas colunas derradeiras, aquelas de término de mandato. O espaço da coluna se transforma num discurso de avaliação do período de atuação. A partir das SDs abaixo fica mais explícita a proximidade do cargo do ombudsman com a instituição *Folha*¹¹⁰, que é apresentada como quem respalda o lugar do ombudsman. Da mesma forma, a discordância do trabalho de alguns jornalistas com a redação também fica patente.

Marcelo Leite, na primeira SD, afirma, em sua última coluna, que já vai tarde. Para ele, mais tempo de trabalho “desandaria a liga delicada com leitores e Redação”. Carlos Eduardo Lins da Silva (SD 17) compartilha, também, a determinação do limite no prazo, pois, ao comparar a profissão rotineira do jornalismo com a atividade de crítica, promovida pelo ombudsman, afirma que, se após o segundo ano não conseguir “convencer a Redação de algumas coisas”, dificilmente o fará. Lins da Silva apela ainda, na SD 18, para a racionalidade e honestidade que devem orientar a relação do ombudsman com a redação e os leitores. As próximas duas SDs foram retiradas de colunas de Junia Nogueira de Sá. A de número 107, inaugural, destaca a “garantia de independência necessária” para investigar e opinar e na SD 115, o tom do texto expõe certa ambiguidade na relação com a redação, ao reafirmar que o “convívio” com a Direção e a Secretaria de

¹¹⁰ Cabe esclarecer que, apesar da última coluna do jornalista Mário Magalhães, datada do dia 6 de abril de 2008, denominada *Despedida*, ser dissonante das demais, pois demonstra conflito entre a instituição e o ombudsman, em virtude da não renovação do mandato, mesmo assim, seu texto não deixa de enaltecer o papel do jornal com a autonomia do cargo. Transcrevo, a seguir, parte da SD 38, Texto 31, que já foi utilizada, praticamente na íntegra, como exemplo da discussão da mediação, destacando somente a parte que interessa. “Agradecimentos. [...] **Pelo ano em que fui feliz, agradeço à confiança que a direção da Folha depositou em mim. Tive liberdade para escrever o que quis. Uma executiva me disse que o jornal precisava de um ‘ombudsman crítico’. Tentei desempenhar escrupulosamente a missão [...]**” [T 31, SD 38].

Redação da *Folha* foi o melhor possível, pois ela teve *autonomia* para realizar seu trabalho. Apesar disso, diz que “gostaria que a Redação tivesse sido mais eficiente nas respostas às questões levantadas pelos leitores”, pois algumas demoravam até um mês para serem atendidas, uma eternidade, segundo ela, “para um jornal diário”. Mario Vitor Santos (SD 125) também pontua a “consolidação e independência” do cargo, a coragem da direção da *Folha* e insere o cargo do ombudsman numa relação antinômica, que, junto com a direção, traz para dentro da instituição a oposição a seu jornalismo. Renata Lo Prete, na SD 75, reafirma o que já vinha sendo escrito por seus antecessores, que a *Folha* merece respeito por submeter-se à “crítica pública e institucionalizada”, acrescentando, ao papel do ombudsman, a atividade de somar-se na obrigação do jornal de “prestar contas”. As duas últimas SDs são do texto de despedida de Mário Magalhães e, apesar de criticarem e de tratarem do retrocesso em relação aos leitores, reforçam o compromisso da instituição *Folha* com o cargo do ombudsman.

Deixo de ser ombudsman da Folha depois de 831 dias no cargo e 107 colunas como esta. Já vou tarde, pois exercia a função interinamente desde final de setembro, quando motivos de saúde impediram Mario Vitor Santos de assumir. A partir de amanhã, ele é o novo ombudsman, mas não um novato (já frequentou este pelourinho moral entre 1991 e 1993). **Prazer e pesar se misturam, nesta despedida. E otimismo. Alívio: sábia é a regra adotada na Folha que fixa o mandato do ombudsman em no máximo dois anos. Muito mais tempo no liquidificador, desandaria a liga delicada com leitores e Redação, como ovos, azeite e limão na maionese. A acidez prevaleceria, degradando uma invenção civilizada em grumos e azedume.** [T 10, SD 94]

Leigos costumam achar que jornalismo é profissão sem rotina. Ledo engano. Todo ano tem carnaval, campeonato Brasileiro e enchentes em São Paulo; a cada dois, eleições e bienais, de dois em dois ou a copa ou Olimpíadas, todos os dias, fofocas políticas e denúncias de corrupção. Depois do segundo ano de críticas, ou o ombudsman já conseguiu convencer a Redação de algumas coisas ou dificilmente o fará, não importa quantas vezes mais volte a bater na mesma tecla. Discurso e reação começam a ser previsíveis e se tornam inúteis. [T 34, SD 17]

Acredito que **a principal função do ombudsman seja estimular o diálogo honesto e racional entre leitor e Redação por meio de discussão respeitosa e cordial sobre erros em que o jornal possa incorrer e maneiras para que eles aconteçam menos no futuro e sobre eventuais distorções de percepção que leitores possam ter do trabalho jornalístico e da função da imprensa na sociedade.** [T 34, SD 18].

Esta ombudsman está aqui para ouvir, e **tem garantida a independência necessária para investigar e opinar sobre essas acusações. Só não**

acusem a Folha de ter medo de encarar suas fraquezas. Porque o jornal tem coragem de ter um ombudsman. [T 05, SD 107]

O leitor tem uma visão do jornal que muitas vezes nós, jornalistas, não conseguimos imaginar - exatamente porque, no dia-a-dia, estamos distantes dele. A maneira como esse leitor critica e aponta defeitos é precisa, e surpreendente. Ao longo desse ano, tentei informar o máximo possível a Redação da Folha sobre suas opiniões, suas queixas, suas expectativas em relação ao jornal. Afinal, quem melhor do que um leitor para saber o que é um bom jornal? Como ombudsman, também pude observar a Folha de uma perspectiva nova: a de sua responsabilidade social. Impressiona perceber, nas cartas e nas conversas com os leitores, quanto eles acreditam no que lêem, quanto dependem dessas informações e quanto um erro pode causar de estragos e problemas. **Impressiona perceber que, no dia-a-dia da redação, muitas vezes nos esquecemos disso - de que todo erro, num jornal, desmonta parte dessa credibilidade construída com enorme sacrifício. No balanço final, só posso dizer que foi uma experiência enriquecedora (todo jornalista deveria ser ombudsman por uma semana, para ouvir as críticas diretamente do leitor; é pedagógico). O convívio com a Direção e a Secretaria de Redação da Folha foi o melhor possível, e a ambos devo a possibilidade de fazer um trabalho livre de quaisquer interferências. Também o convívio com a Redação foi excelente: recebi mais de 80 respostas e observações à crítica interna ao longo deste ano, o que facilitou a discussão de temas que só melhoram a qualidade final do jornal. Se posso fazer um reparo, entretanto, gostaria que a Redação tivesse sido mais eficiente nas respostas às questões levantadas pelos leitores. Em média, elas demoram até um mês para serem atendidas pela Redação - o que, num jornal diário, é uma eternidade.** [T 07, SD 115]

Força

Com o término do meu mandato, **amanhã, a instituição do ombudsman completa quatro anos no jornal. Consolidada e independente, ela só chegou até aqui graças ao apoio dos leitores e à coragem da direção da Folha, que acredita nessa antinomia, isto é, em trazer para dentro de si a oposição a seu jornalismo. Está na confrontação interna a base do imenso dinamismo, do poder e da atração que o jornal exerce em contingentes crescentes de leitores.** A tarefa agora será da jornalista Júnia Nogueira de Sá, que tem excelentes qualificações para desenvolver ainda mais a instituição. Que tenha muito sucesso. [T 04, SD 125]

Termina hoje meu mandato de ombudsman. De acordo com o estatuto que rege a função na Folha, está na hora de o leitor ter novo representante. Foram três anos que **me permitiram ver a distância entre o que o jornal pretende ser e o que de fato é. Um veículo que funcione "como âncora de referência geral em meio à balbúrdia informativa", diz o projeto editorial.** Ambição comprometida, dia a dia, por muita distorção e inconsistência. Erros pontuais são só a face mais visível do problema. Ao mesmo tempo, **creceu meu respeito pela disposição da Folha em submeter-se à crítica pública e institucionalizada. Para conviver com ela, um jornal tem de acreditar na obrigação de prestar contas.** Muito obrigada a todas as pessoas que me procuraram. **Espero ter honrado a confiança com meu empenho para obter correções e esclarecimentos. Agradeço também aos colegas que se dispuseram a discutir comigo questões ligadas ao jornalismo e ao exercício desta função. Devo a eles boas idéias.** Ao novo ombudsman, Bernardo Ajzenberg, desejo coragem e sucesso. E do leitor espero que continue a ofertar sua melhor contribuição ao jornal: vigilância permanente. [T 20, SD 75]

Esta é a 51ª e derradeira coluna dominical que escrevo como ombudsman da **Folha**. Assumi em 5 de abril de 2007, e o meu mandato se encerrou anteontem. Embora o estatuto autorize a renovação por mais dois períodos, não houve acordo com a direção do jornal para a continuidade. **A Folha condicionou minha permanência ao fim da circulação na internet das críticas diárias do ombudsman.** A reivindicação me foi apresentada há meses. Não concordei. **Diante do impasse, deixo o posto.** Oitavo jornalista a ocupar a função, torno-me o segundo a não prosseguir por mais um ano. Todos foram convidados a ficar. **Sou o primeiro a ter como exigência, para renovar, o retrocesso na transparência do seu trabalho.** [T 31, SD 32]

Autópsia

Não é praxe dos jornais impressos do mundo inteiro compartilhar na rede o que muitos deles chamam de memorando interno do ouvidor. Assim como, na conferência da Organização dos Ombudsmans de Notícias, com participantes de 13 países, não encontrei quem digitasse todo santo dia, como fazemos aqui, uma crítica ou memorando. A Folha deu um passo ousado na imprensa brasileira ao nomear um ombudsman. Radicalizou e tornou públicas as críticas antes limitadas à Redação. Mais do que as colunas dominicais, essa espécie de parecer se destina a uma autópsia das edições. Em minúcias, identifica suas fraquezas, sem desprezar as virtudes. Expõe as vísceras do jornal. O desafio do ombudsman é ser a melhor síntese possível dos interesses dos leitores. A eles interessa que o jornal seja bom. **Nas críticas, o ombudsman busca contribuir para que o jornal do dia seguinte seja melhor que o da véspera.** Essa confluência faz do ombudsman um benefício potencial ao leitor e ao jornal. **Mesmo com as críticas vetadas aos leitores, a Folha não perderá a primazia em transparência no jornalismo nacional. As colunas de domingo persistirão, e a publicação de um artigo como este expressa tolerância com o pensamento divergente. Quantos jornais o imprimiriam, se o objeto de análise fossem eles?** [T 31, SD 36]

Finalmente, neste quarto e último eixo, trata-se do cargo associado às atividades inerentes ao ombudsman. Aponta-se, assim, a forma como o ombudsman apresenta, na coluna, esse lugar para os leitores. Primeiro, percebe-se um efeito de autoria, que estabelece um lugar determinado e, ao mesmo tempo, vazio, pois pode ser ocupado por indivíduos diferentes, mas que cumprem o mesmo papel de enunciar um discurso que é específico, por ser de um único ombudsman e semelhante, pelo sentido compartilhado que promove com todos os outros profissionais que ocupam este espaço discursivo. Nesse núcleo de sentido se mesclam, em torno de uma meta enunciação, as atividades práticas e os valores que são perpetrados nele e por ele. Segundo, há uma enunciação de um fazer, próprio do jornalismo, relacionado a uma prática cotidiana, rotinizada pela leitura diária dos jornais e pela elaboração da crítica semanal. A essa atividade prática de crítica do jornal e do jornalismo se agregam valores como transparência, interesse público,

direito à informação, que remetem tanto ao próprio projeto editorial como, de maneira mais ampla, à deontologia do jornalismo. A seguir, alguns exemplos:

No ano que passou, quando as noites de domingo se insinuavam, e tantas famílias saíam para o último passeio do fim de semana, a minha sabia que ficaríamos em casa - ou pelo menos não iríamos todos. **Era hora de eu começar a longa e solitária jornada madrugada adentro para terminar de esquadrihar jornais e revistas. De manhã, com as olheiras a denunciar o sono roubado, leria as edições do dia e escreveria a mais encorpada crítica semanal, a da segunda-feira.** Hoje à noite, se alguém me chamar, terá companhia. [T 31, SD 31]

São mais de 3 milhões de leitores em todo o país às voltas com os muitos erros, omissões, distorções, confusões e problemas que se espalham pelas páginas do jornal. Ou o leitor é tolerante demais ou poucos deles conhecem o caminho que leva à pessoa que pode ajudá-los a fazer com que o jornal encare suas falhas: o ombudsman. [...] Em respeito ao leitor, é urgente melhorar a qualidade do jornal e fazer com que os erros diminuam. Assumi-los com transparência, abrir espaço nas páginas do jornal para repará-los. E criar um canal para que o leitor possa fazer valer sua opinião, seus direitos de cidadão e de consumidor, junto à Redação. [T 05, SD 103]

O ombudsman tem algumas formas de dar sua opinião num caso. Uma delas é sugerir à Redação que publique determinada resposta enviada por alguém que tenha se sentido prejudicado com o noticiário do jornal. Isso, claro, quando o ombudsman julgar que o reclamante tem o legítimo direito de resposta. [T 06, SD 108]

Como escrevi no texto que abre esta coluna, **o leitor tem sempre uma resposta do ombudsman da Folha. Pode não ser a que ele espera, mas há sempre.** [T 06, SD 111]

Ser ombudsman da Folha, um jornal de quase 1,5 milhão de exemplares aos domingos, é uma responsabilidade enorme e, ao mesmo tempo, um trabalho fascinante. Ao longo de um ano, mais de 7.000 leitores me procuraram para falar do jornal: fazer queixas, apontar erros, reclamar de falhas (eventualmente, um elogio também chega ao ombudsman). Também ao longo de um ano, **participei de 27 eventos como palestras, seminários e debates com estudantes, jornalistas e profissionais de outras áreas, no Brasil e fora dele.** O que aprendi, nesse ano, vale por dez. [T 07, SD 114]

A sucessão de Caio Túlio Costa, no prazo acertado e de acordo com as condições previamente contratadas, consolida a transformação do cargo de ombudsman em instituição. Se a criação do posto foi uma iniciativa de marketing, como acabam sendo entendidas tantas atitudes do jornal, importa mais perceber que com ela surge a oportunidade para transformar a Folha em presa da própria criação. Qual é a lei imutável que diz que a mídia tem o direito de escarafunchar toda instituição ou qualquer indivíduo e não possa ela mesma ter suas entranhas e seus erros expostos ao debate público? **A informação exata, clara, justa, equilibrada, inclusive sobre a mídia, não é um privilégio da sociedade. É condição**

essencial para que esta possa existir, se entender, se identificar, decidir seus rumos, para que exista o cidadão. [T 3, SD 118].

Começa aqui a coluna semanal do ombudsman da Folha. O nome pode parecer esquisito mas indica uma função que tem dado certo em outros países. Tanto na área pública (como na Suécia onde o ombudsman é uma espécie de ouvidor geral) quanto no jornalismo (como nos EUA, onde ele serve de advogado do leitor). No caso do ombudsman do "The Washington Post" (EUA) a sua coluna virou obrigatória. Ele anota os erros e às vezes até rescreve reportagens. Também aponta acertos e não se contenta em analisar apenas o "Post". Fala dos outros jornais e dos veículos. Faz "mídia criticam" a crítica da mídia. [T 1, SD 126]

Na Folha esta coluna irá no mesmo passo. Vai comentar as notícias da semana e a maneira como a imprensa tratou os assuntos com um único objetivo: ler os jornais e escutar as notícias com olhos e ouvidos de leitor exigente. Informação correta é requisito para se ter opinião e decidir as coisas da vida. [T 1, SD 127]

As sequências acima trazem descrições com características bastante pessoais, como o pequeno recorte transcrito da SD 31: “Era hora de eu começar a longa e solitária jornada madrugada adentro para terminar de esquadrinhar jornais e revistas”. Esse trecho foi escrito por Mário Magalhães, mas descreve a rotina de qualquer um dos outros profissionais que ocuparam o cargo do ombudsman e que tinha, no domingo, quando a *Folha* pública o maior número de cadernos e de páginas do jornal, de produzir a crítica a ser entregue na segunda-feira. Essa descrição é reconhecida por todos aqueles que conhecem a rotina da atividade do ombudsman. Nas sequências selecionadas de Junia Nogueira de Sá (SDs 103, 108, 111e 114,) o cargo é apresentado como um canal para que o leitor possa fazer valer sua opinião, seus direitos de cidadão e de consumidor junto à Redação, mas esclarece que a atividade ainda é bastante desconhecida desse mesmo leitor. Para Junia, o ombudsman sempre dará uma resposta, mas com autonomia, tanto em relação a quem faz a pergunta quanto em relação à direção do jornal. Além disso, o ombudsman descreve outras atividades que cabem a esse profissional: “participei de 27 eventos como palestras, seminários e debates com estudantes, jornalistas e profissionais de outras áreas, no Brasil e fora dele”. Para Mario Vitor Santos (SD 118), o cargo do ombudsman está consolidado como instituição, e tanto ele quanto Caio Túlio Costa (SDs 126, 127) remetem a crítica da mídia para além das próprias páginas do jornal, de maneira que todo cidadão, ao ter acesso à informação correta e equilibrada tenha, também, direito a sua própria cidadania.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente investigação buscou caracterizar a função enunciativa do ombudsman do jornal *Folha de S. Paulo* a partir dos sentidos produzidos pelo seu discurso. O papel do jornalismo, como um campo aglutinador de valores e ritualizado por uma prática profissional, a credibilidade, relacionada à qualidade da informação, e, finalmente, o fazer jornalístico, associado aos leitores, à instituição e à explicitação das atividades norteadoras da profissão, foram os principais sentidos mapeados e que contribuíram para definir o lugar de enunciação ocupado pelo ombudsman.

A seleção das colunas que compõem o *corpus*, em relação ao conjunto de todas as centenas de textos publicados pelos 10 ombudsmen, ou seja, o foco na identificação do ritual disciplinar de troca - já que se tomou o primeiro e último texto de cada profissional - mapeia os movimentos da entrada e saída, produzindo um processo de reiteração e reafirmação de falas que permite visualizar a atividade de ombudsman sob a noção da função enunciativa. O rito da chegada e da saída, como controle da produção discursiva de uma atividade em que é obrigatório e necessário ficar por pouco tempo (Marcelo Leite e Carlos Eduardo Lins da Silva disseram que mais tempo degradaria a relação entre o ocupante do cargo e a redação), e, sobretudo, estar bem encaixado, ou seja, ter permanecido em média duas décadas em posições de destaque na empresa *Folha*, marcam esse ritual.

A análise empírica demonstrou que a construção da função enunciativa do ombudsman se estabelece nos sentidos que emergem desse discurso, sentidos esses aglutinados em três formações distintas, identificadas como: (1) o jornalismo como campo; (2) a linha editorial; e (3) o cargo do ombudsman. Assim, é a articulação entre os sentidos efetivados nessas formações que faz com que o discurso do ombudsman exista como prática discursiva.

É possível perceber, ainda, que as regras de formação identificadas no próprio discurso do ombudsman impõem aos profissionais que falam desse lugar discursivo um tipo de “anonimato uniforme” (FOUCAULT, 2007). Individualmente, o que cada um dos profissionais promove, no período em que publica as suas colunas, é um efeito de autoria. Afinal, o espaço discursivo do ombudsman é um lugar “vazio” que pode ser ocupado por todos aqueles jornalistas que cumprem e/ou

se adequam a um conjunto de critérios predeterminados que legitimam e dão credibilidade a essa atividade. Nesse sentido, na pesquisa, coube determinar o que a legitima, que valores são enunciados e quais são as posições que o jornalista, na *Folha*, pode e deve ocupar para ser um sujeito do discurso do ombudsman.

As posições de sujeito identificadas não são fixas e, em algumas situações, se sobrepõem, fazendo com que o ombudsman produza um discurso estrategicamente posicionado: ora funcionando como ouvidor dos leitores, ora como funcionário da empresa jornalística, ora incorporando uma voz analítica do jornalismo e dos procedimentos de investigação. São três posições discursivas colocadas em tensão, mas que acabam se adequando, quando são tomados como parâmetros, em análises das críticas semanais, os valores especificados nos códigos deontológicos do jornalismo e na própria linha editorial do jornal.

Os valores enunciados no discurso do ombudsman carregam em si certa ambiguidade que é própria da posição fragmentada que ocupa. O “direito à informação”, valor que perpassa os três núcleos de sentido, vem associado, no discurso do ombudsman, à independência editorial, à autonomia jornalística, à diversidade de fontes, à correção dos erros e à própria credibilidade do jornal. Com isso, o ombudsman enuncia a partir de posições distintas, mas produz um mesmo sentido, o de determinar como “deve ser” o jornalismo produzido pelos profissionais da *Folha*, criando, assim, um efeito de continuidade.

O lugar ocupado pelo ombudsman é um espaço autorizado e legitimado pela empresa jornalística, respaldado pelos leitores e por organizações externas, segmentos enunciados como aqueles dos quais adquire credibilidade para funcionar. A instituição *Folha* é a criadora do cargo, mantenedora financeira e que respalda a atividade, conforme o texto das colunas, pela ausência de interferência direta, garantida pelo distanciamento do ombudsman, que é mantido “apartado” da redação. A interação com os leitores e a publicação das colunas semanais, onde o discurso adquire materialidade, dão visibilidade ao espaço discursivo. E as organizações externas das quais o ombudsman participa o fortalecem em sua retórica de legitimação. Esse reconhecimento institucionalizado do cargo do ombudsman permite inseri-lo nas disputas de poder que atravessam tanto a instituição – pois, direta ou indiretamente, ao fazer a crítica e enunciar qual é o discurso autorizado, “verdadeiro”, ele participa do controle, da seleção e da própria

organização do discurso da *Folha* –, quanto os setores externos, que interferem no campo e definem qual é a validade do saber jornalístico.

Dessa reflexão, surge a oportunidade para explicar, na Tese, a superação da argumentação teórica que acomoda o ombudsman num papel de mediador. Ao dialogar com trabalhos anteriores, percebeu-se o desgaste da noção de mediação, que desconsidera a problematização sob o viés da tensão e das relações de poder. Na perspectiva aqui desenvolvida, aponta-se para uma ação do ombudsman mais estratégica e multifacetada, para além da de um mediador que pressupõe a assimilação do discurso do outro. Esses fatores, acrescidos das noções “moral provisória”, acionada pelos jornalistas, e “ética cínica”, usada tanto pelo profissional quanto pelas empresas de comunicação, inserem o ombudsman na cena contemporânea, na qual se exige participar desse cinismo, nem que seja para criar um posicionamento difuso.

É importante pontuar, também, que o cargo, ausente na maioria dos jornais, é utilizado e enunciado por alguns ombudsmen como uma estratégia de *marketing* da empresa, o que, no discurso dos profissionais, não diminui a importância do cargo como um espaço de crítica. Se, por um lado, há um questionamento, entre os ombudsmen, de que não se deve “confundir” a informação jornalística e a propaganda, por outro, a atividade se equipara, no espaço de crítica, com estratégias de *merchandising*.

O que irá identificar, então, a função enunciativa do ombudsman são as singularidades dos enunciados, que o fazem bastante específico para ser único, e, ao mesmo tempo, as regularidades discursivas, que o tornam previsível o suficiente para formar um discurso. Dessa maneira, o ombudsman enuncia um discurso legitimado pelo próprio campo e que assevera pela crítica, pelo questionamento e também pelo elogio de valores que irão definir o que é o “bom jornalismo”.

Finalmente, considero que o ombudsman, ao produzir sentidos significativos sobre o jornalismo como conhecimento, sobre a linha editorial como definidora de uma política de qualificação e sobre o próprio cargo como um instrumento de aperfeiçoamento, ocupa um lugar discursivo que pode ser entendido como potencialmente crítico, esclarecido e cinicamente posicionado, pois serve para potencializar os valores do jornalismo e do projeto editorial ao qual está submetido. Ou seja, esse discurso acaba por funcionar como mais um dos instrumentos de um campo que é pródigo no exercício da autocrítica, na impressão de autonomia e de

independência, mas que, no fundo – a crítica dos jornalistas ao jornalismo –, se apresenta como um mecanismo de legitimação de procedimentos dominantes do próprio campo sem questionar crenças históricas, como a verdade e a objetividade, que se perpetuam naturalizadas.

Por outro lado, apesar do lugar de “fala” do ombudsman estar submetido à lógica das estruturas institucionais, agindo na validação de saberes e fazeres consolidados por uma prática discursiva, não é possível negar, por esta mesma razão, a sua contribuição para o aprimoramento do jornalismo. O discurso do ombudsman – em seu papel crítico-interpretativo do “fazer jornalístico”, visualizado em seu próprio campo – simula, e, ao simular, acaba por subverter seu lugar discursivo: de um espaço de dependência, passa ao de autonomia, mesmo que provisoriamente. Assim, o ombudsman, essa figura moderadamente amarga, continua a preconizar o que a Folha *deveria ser*, encarregado de reafirmar, a cada coluna, o que funciona, no discurso do jornal, como “verdadeiro”, ao mesmo tempo em que parece duvidar dos regimes de verdade.

REFERÊNCIAS

- ABBAGNANO, Nicola. **Dicionário de filosofia**. São Paulo: Martins Fontes, 2007.
- ADORNO, T. W. **A educação após Auschwitz**. São Paulo: Abril Cultural, 1983.
- A FOLHA depois das diretas já: projeto editorial 1984. **Folha Online**: Círculo Folha. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/circulo/proj_84_1parte.htm>. Acesso em: 20 nov. 2011.
- A FOLHA e alguns passos que é preciso dar: projeto editorial 1981. **Folha Online**: Círculo Folha. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/circulo/proj_81_1parte.htm>. Acesso em: 20. nov. 2011.
- A FOLHA em busca da excelência: projeto editorial 1986-1987. **Folha Online**: Círculo Folha. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/circulo/proj_86_1parte.htm>. Acesso em: 20. nov. 2011.
- A FOLHA em busca do apartidarismo, reflexo do profissionalismo: projeto editorial 1982. **Folha Online**: Círculo Folha. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/circulo/proj_84_2parte.htm>. Acesso em: 20. nov. 2011.
- AGAMBEN, Giorgio. **O que é o contemporâneo?** e outros ensaios. Chapecó: Argos, 2009.
- A HORA das reformas: projeto editorial 1988. **Folha Online**: Círculo Folha. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/circulo/proj_88_1parte.htm>. Acesso em: 20. nov. 2011.
- ÁNGELIS, Dante Barrios de. **Introducción al estudio del proceso**. Argentina: Ediciones Depalma Buenos Aires, 1983.
- ANTUNES, Elton. Acontecimento, temporalidade e a construção do sentido de atualidade no discurso jornalístico. **Revista Contemporânea**, Salvador, v. 6, n. 1. jun. 2008.
- AUGÉ, Marc. **Não-lugares**: introdução a uma antropologia da supermodernidade. Campinas: Papirus, 1994.
- AUGUSTINI, Carmen. (N)as dobraduras do dizer e (n)o não-um do sentido e do sujeito: um efeito da presença do interdiscurso no intradiscurso. In: INDURSKY, Freda; FERREIRA, Maria Cristina Leandro (orgs.). **Análise do discurso no Brasil**: mapeando conceitos, confrontando limites. São Paulo: Claraluz, 2007.

AZEVEDO, Estela Maria Carvalho de. **Aspectos da intertextualidade na coluna do ombudsman da Folha de S. Paulo**. 1992. Dissertação (Mestrado em Língua Portuguesa) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 1992.

BAKHTIN, Mikhail. **Estética da criação verbal**. São Paulo: Martins Fontes, 1992.

_____. **Marxismo e filosofia da linguagem**. São Paulo: Hucitec, 1986.

BARBOSA, Zarcillo Rodrigues. **Direito de resposta**. 1995. Tese. (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Escola de Comunicação e Artes. São Paulo, Universidade de São Paulo, 1995.

BARROS, Diana Luz Pessoa de. Contribuição de Bakhtin às teorias do discurso. In: BRAIT, Beth (Org.). **Bakhtin: dialogismo e construção de sentido**. Campinas: Ed. da Unicamp, 2005.

BAUMAN, Zigmunt. **Modernidade e ambivalência**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1999.

BENETTI, Marcia. O jornalismo como gênero discursivo. **Galáxia**. V. 15. São Paulo: PUCSP, 2008.

_____. Análise do discurso em jornalismo: estudo de vozes e sentido. In: LAGO, Claudia; BENETTI, Marcia (Orgs.). **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2007.

_____. Jornalismo e perspectiva de enunciação: uma abordagem metodológica. **Intexto**. Porto Alegre: PPGCOM/UFRGS, 2006.

BERABA, Marcelo. Situación del ombudsman en Brasil. **Revista de Comunicación**, v. 4, p. 66, 2009. Disponível em: <<http://www.al-dia.cl/sistema/tablas/listar.asp?r=3876>>. Acesso em: 20 jul. 2010.

BERGER, Christa. **Campos em confronto: a terra e o texto**. Porto Alegre: Ed. da UFRGS, 1998.

BERGER, Peter; LUCKMANN, Thomas. **A construção social da realidade**. 30 edição. Petrópolis: Vozes, 2009.

BERTRAND, C.J. **O arsenal da democracia: sistemas de responsabilização da mídia**. Bauru: EDUSC, 2002.

_____. **La Déontologies des médias**. Paris: Presses Universitaires de France, Que Sais-Je, 1997.

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. 3. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2000.

BRAGA, José Luiz. **A sociedade enfrenta sua mídia: dispositivos sociais de crítica midiática**. São Paulo: Paulus, 2006.

BRAIT, Beth (Org.). **Bakhtin: dialogismo e construção de sentido**. Campinas: Ed. da Unicamp, 2005.

_____. **Bakhtin: dialogismo e polifonia**. São Paulo: Contexto, 2009.

BRASIL. Ministério da Ciência e Tecnologia. **Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações**. Disponível em: <<http://bdtd.ibict.br>>. Acesso em: 20 jul. 2011.

BRASIL. Ministério da Educação. **Banco de Teses da Capes**. Disponível em: <<http://capesdw.capes.gov.br/capesdw>>. Acesso em: 20 jul. 2011.

BUCCI, Eugênio. **Sobre ética e imprensa**. São Paulo: Companhia das Letras, 2002.

CANDIOTTO, Cesar. **Foucault e a crítica da verdade**. Belo Horizonte: Autêntica; Curitiba: Champagnat, 2010.

CAOS da informação exige jornalismo mais seletivo, qualificado e didático: projeto editorial 1997. **Folha Online**: Círculo Folha. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/circulo/proj_edi_abertura.htm>. Acesso em: 20. nov. 2011.

CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano**. Petrópolis: Vozes, 2004.

CHAPARRO, C. **Sotaques d'aquém e d'além-mar: percursos e gêneros do jornalismo português e brasileiro**. Santarém: Jortejo, 1998.

_____. **Na morte, o sonho realizado**. 2007. Disponível em: <<http://www.oxisdaquestao.com.br/integra.asp?codigo=72-2007>>. Acesso em: 15 dez. 2010.

CHAUÍ, Marilena. **Convite à filosofia**. São Paulo: Ática, 2001.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2007.

CHRISTOFOLETTI, Rogério. **Ética no Jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2008.

_____. (Org.). **Vitrine e vidraça: crítica de mídia e qualidade no jornalismo**. Covilhã: UBI/LabCom Books, 2010.

COIMBRA, Fábio Magrinelli. **O Ministério Público como defensor do povo no estado democrático de direito brasileiro**. 2007. Dissertação (Mestrado em Direito) – Faculdade de Direito de Campos, Rio de Janeiro, 2007. Disponível em: <<http://capesdw.capes.gov.br/capesdw/resumo.html?idtese=20073731054013002P9>>. Acesso em: 10 nov. 2010.

COIMBRA, Marcelo de Aguiar. **O ombudsman tributário como mecanismo institucional de controle do poder de tributar, participação tributária, tutela e promoção dos direitos fundamentais do contribuinte, defesa da ordem jurídico-tributária e da justiça fiscal**. 2003. Dissertação (Mestrado em Direito) –

Universidade de São Paulo, São Paulo, 2003. Disponível em <<http://capesdw.capes.gov.br/capesdw/resumo.html?idtese=200356633002010119P7>>. Acesso em: 20 jul. 2011.

CORNU, Daniel. **Jornalismo e verdade**: para uma ética da informação. Lisboa: Instituto Piaget, 1994.

COSSARI, Paulo Henrique. **As imagens do ombudsman atual da Folha**: a Construção de um ethos. 2008. Dissertação (Mestrado em Linguística) – Universidade Estadual de Campinas, São Paulo, 2008. Disponível em: <<http://www.bibliotecadigital.unicamp.br/document/?code=000443032>>. Acesso em: 12 nov. 2010.

COSTA, Caio Túlio. **Ética, jornalismo e nova mídia**: uma moral provisória. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2009.

_____. **Ombudsman**: o relógio de Pascal. 2. ed. São Paulo: Geração Editorial, 2006.

CURTINE, J. J. Définition d'Orientations Théoriques et Méthologiques en Analyse de Discours. **Philosophiques**, v. IX, n. 2, Paris, 1984.

DELEUZE, Gilles. **Conversações**: 1972-1990. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1992.

DEMO, Pedro. **Metodologia científica em ciências sociais**. São Paulo: Ática, 2009.

DINES, Alberto. Estabilidade do ombudsman. **Observatório da Imprensa. Matérias**. 1998. Disponível em: <www.observatodiainpressacom.br/cadernos/cid200298c.htm>. Acesso em: 20 dez. 2010.

_____. Media criticism: um espaço mal-dito. In: SILVA, Carlos Eduardo Lins da (Org.). **Comunicação, hegemonia e contra-informação**. São Paulo: Cortez/Intercom, 1982.

DORNELES, Carlos. **Bar Bodega**: um crime de imprensa. São Paulo: Globo, 2007.

FALEIROS, Vicente de Paula. **A política social do estado capitalista**. 12. ed. São Paulo: Cortez/Intercom, 2009.

FAUSTO NETO, Antonio. Ombudsman: a interrupção de uma fala transversal. **Intexto**, PPGCOM/UFRGS, n. 19, 2008.

FELIPE, Henrique Junio. **O ombudsman, o leitor e a leitura da Folha de S. Paulo**. 2005. Dissertação (Mestrado em Linguística e Língua Portuguesa) – Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Araraquara, 2005.

FERRARI, Pollyana (Org.). **Hipertexto, hipermídia**: as novas ferramentas da comunicação digital. São Paulo: Contexto, 2007.

FERREIRA, Maria Cristina Leandro. Nas trilhas do discurso: a propósito de leitura, sentido e interpretação. In: ORLANDI, Eni (Org.). **A leitura e os leitores**. Campinas: Pontes, 1998.

_____. A ciranda dos sentidos. In: ROMÃO, Lucilia Sousa; GASPAR, Nádya Regina (Orgs.). **Discurso midiático: sentidos de memória e arquivo**. São Carlos: Pedro & João, 2008.

FIDALGO, Joaquim. O provedor do leitor visto pelos jornalistas: resultados de um inquérito de opinião. In: BIBLIOTECA Digital. Universidade do Minho, Braga, 2001. Disponível em: <<http://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/2773>>. Acesso em: 10 dez. 2009.

FIGARO, Roseli (Org.). **Comunicação e análise do discurso**. São Paulo: Contexto, 2012.

FOUCAULT, Michel. **A verdade e as formas jurídicas**. 3. ed. Rio de Janeiro: NAU, 2009.

_____. **Arqueologia do saber**. 7. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2007.

_____. **As palavras e as coisas**. 8. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2002.

_____. **Microfísica do poder**. 15. ed. Rio de Janeiro: Graal, 2000.

_____. **A ordem do discurso**. 3. ed. São Paulo: Loyola, 1996.

FRANCISCATO, Carlos Eduardo. **A fabricação do presente: como o jornalismo reformulou a experiência do tempo nas sociedades ocidentais**. São Cristóvão: UFS; Aracaju: Fundação Oviêdo Teixeira, 2005.

FRANZONI, Sabrina; BARROS, Vera; FELIPE, Sônia (Orgs.). **Violação dos direitos humanos: Dossiê 1997 – 1999**. Centro de Direitos Humanos da Grande Florianópolis - CDHGF. Florianópolis: Ed. da UFSC, 1999.

FRANZONI, Sabrina. **A mediação da assessoria de imprensa parlamentar nas relações de poder entre o Legislativo e o Executivo**. 2005. Dissertação (Mestrado em Sociologia Política) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2005.

_____. **O blog do ombudsman: interação e auto-referência no Ciberespaço**. Anais do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Curitiba: Intercom, 2009.

FRANZONI, Sabrina; BERTASSO, Daiane Ribeiro; LISBOA, Sílvia. A verdade no jornalismo: relações entre prática e discurso. **Verso e Reverso**, São Leopoldo, v. 25, n. 58, 2011.

FRANZONI, Sabrina; FURTADO, Thaís Helena. A posição sujeito do ombudsman como estratégia de credibilização do discurso jornalístico. **Intexto**, Porto Alegre, v. 1, n. 24, 2011.

FRIAS FILHO, OTÁVIO. **Seminário de Jornalismo**. São Paulo: Folha de São Paulo, 1986.

GOMES, Manoel Eduardo Alves Camargo e. **O regime jurídico das ouvidorias públicas brasileiras**: causalidade de sentido e adequação estruturo-funcional. 2000. Tese (Doutorado em Direito) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2000. Disponível em: <<http://capesdw.capes.gov.br/capesdw/resumo.html?idtese=200013841001010011P1>>. Acesso em: 7 abr. 2011.

GOMES, Mayra Rodrigues. **Ética e jornalismo**: uma cartografia dos valores. São Paulo: Escrituras, 2004.

GREGOLIN, Maria do Rosário; BARONAS, Roberto. **Análise do discurso**: as materialidades do sentido. São Paulo: Claraluz, 2001.

GUIMARÃES, Eduardo. **Semântica do acontecimento**: um estudo enunciativo da designação. Campinas: Pontes, 2002.

GUIMARÃES, Maria Lucia Barros T. Vaz. **Direito do consumidor**. 1995. 77 p. Dissertação (Mestrado em Direito). Universidade de São Paulo, São Paulo, 1995. Disponível em: <<http://capesdw.capes.gov.br/capesdw/resumo.html?idtese=19952533002010119P7>>. Acesso em: 15 jul. 2010.

HABERMAS, Jürgen. **A ética da discussão e a questão da verdade**. São Paulo: Martins Fontes, 2004.

HACKETT, Robert. Declínio de um paradigma? A parcialidade e a objetividade nos estudos dos media noticiosos. In: TRAQUINA, Nelson (Org.). **Jornalismo**: questões, teorias e “estórias”. Lisboa: Vega, 1993.

HALL, Stuart et al. A produção social das notícias: o mugging nos media. In: TRAQUINA, Nelson (Org.). **Jornalismo**: questões, teorias e “estórias”. Lisboa: Vega, 1993.

HORKHEIMER, Max; ADORNO, Theodor. **Dialética do Esclarecimento**: fragmentos filosóficos. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985.

HULTENG, John. **The messenger’s motives**: ethical problems of the news media. New Jersey: Prentice-Hill, 1981.

IG Ombudsman. Disponível em: <<http://ombudsman.blig.ig.com.br>>. Acesso em: 10 maio 2011.

INDURSKY, Freda. A função enunciativa do porta-voz no discurso sobre o MST. **ALEA: Revista de Estudos Neolatinos**, Rio de Janeiro, v. 2, n. 2, set. 2000.

INSTITUTO GUTENBERG. Disponível em: <<http://www.igutenberg.org>>. Acesso em: 20 jul. 2011.

JOHNSON, Steven. **Cultura da interface**: como o computador transforma nossa maneira de criar e comunicar. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

JUSBRASIL. 5 de outubro de 1988: Ulysses promulga *Constituição Cidadã*. **Agência Brasil**, out. 2008. Disponível em: <<http://agencia-brasil.jusbrasil.com.br/noticias/116780/5-de-outubro-de-1988-ulysses-promulga-constituicao-cidada>>. Acesso em: 10 fev. 2012.

KARAM, Francisco José. **A ética jornalística e o interesse público**. São Paulo: Summus, 2004.

_____. **Jornalismo, ética e liberdade**. São Paulo: Summus, 1997.

KRISTEVA, Julia. **Introdução à semanálise**. Trad. Lúcia Helena França Ferraz. São Paulo: Perspectiva, 2005.

KUCINSKI, Bernardo. **O fim da ditadura militar**. São Paulo: Contexto, 2001.

KUSHNIR, Beatriz. **Cães de guarda**: jornalistas de censores, do AI-5 à Constituição de 1988. São Paulo: Boitempo, 2012.

LAROCCA, Maria Teresa Grimaldi. **Análise da inserção estratégica do ombudsman na relação da empresa e seus públicos**. 2004. Dissertação (Mestrado em Administração) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2004. Disponível em: <<http://capesdw.capes.gov.br/capesdw/resumo.html?idtese=200439333005010017P2>>. Acesso em: 20 jul. 2010.

LEITE, Celso Barroso. **Ombudsman**: corregedor administrativo. Rio de Janeiro: Zahar, 1975.

LIPOVETSKY, Gilles. **O crepúsculo do dever**. Lisboa: Dom Quixote, 1995.

MACHADO, Roberto. **Nietzsche e a verdade**. Rio de Janeiro: Edições Graal, 2002.

MAIA, Kênia. A modelização e o discurso de legitimação profissional do ombudsman de imprensa. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, v. 1, n. 2, nov. 2004.

_____. **Approche comparative de la fonction de médiateur de presse dans Les quotidiens brésilien Folha de São Paulo et Français Le Monde**. 2003. Tese (Doutorado em Ciência da Informação e da Comunicação) – Université de Metz, Metz, 2003a.

_____. Escrita e reescrita da história do ombudsman de imprensa: a luta pela legitimação e definição da função. **Comunicação e Espaço Público**, ano VI, n. 1-2, 2003b.

MAINGUENEAU, Dominique. **Análise de textos de comunicação**. 3. ed. São Paulo: Cortez, 2004.

_____. **Doze conceitos em análise do discurso**. São Paulo: Parábola, 2010.

_____. **Gênese dos discursos**. São Paulo: Parábola, 2008.

MALCOLM, Janet. **O jornalista e o assassino**: uma questão de ética. São Paulo: Companhia das Letras, 2011.

MANUAL de Redação. Folha de S. Paulo. São Paulo: PubliFolha, 1987.

_____. Folha de S. Paulo. 2. ed. São Paulo: PubliFolha, 1992.

_____. Folha de S. Paulo. 16.ed. São Paulo: PubliFolha, 2010.

MARCONDES FILHO, Ciro. **A saga dos cães perdidos**. São Paulo: Hacker, 2002.

MARIANI, Bethania. Sobre um percurso de análise do discurso jornalístico: a revolução de 30. In: INDURSKY, Freda; FERREIRA, Maria Cristina Leandro (Orgs.). **Os múltiplos territórios da análise do discurso**. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 1999.

MAROCCO, Beatriz. **O jornalista e prática**: entrevistas. São Leopoldo: Ed. da UNISINOS, 2012.

_____. Regimes de verdade (verbete). In: MARCONDES FILHO, Ciro (Org.). **Dicionário de comunicação**. São Paulo: Paulus, 2009.

MAZIÈRE, Francine. **A análise do discurso**: história e práticas. São Paulo: Parábola, 2007.

MEDITSCH, Eduardo. **O conhecimento do jornalismo**. Florianópolis: Ed. da UFSC, 1992.

MELO, Jose Marques de; CARVALHO, Samantha Viana Castelo Branco Rocha (Orgs.). **Octávio Frias de Oliveira**: 40 anos de liderança no Grupo Folha. São Paulo: Uni-FIAMFAAM/FACOM, 2002.

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

MENDES, Euclides Santos. **Mediações jornalísticas na era da comunicação de massa**: o ombudsman na imprensa do Brasil e de Portugal. Dissertação (Mestrado em Comunicação). São Paulo: ECA/USP, 2007.

MENDES, Jairo Faria. **A relação do ombudsman com o público no discurso do ombudsman da Folha de São Paulo**. 1998. 113 p. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 1998. Disponível em: <<http://capesdw.capes.gov.br/capesdw/resumo.html?idtese=199810731001017064P6>>. Acesso em: 28 maio 2010.

_____. **O ombudsman e o leitor**. [s.l]: [s. n.], 2002.

MESQUITA, Mário. **O jornalismo em análise: a coluna do provedor dos leitores**. Coimbra: Minerva, 1998.

MINUZI, Marcus Vinícius. **Diálogo entre jornalista e leitores: a participação do público através do ombudsman de imprensa e do Conselho do Leitor de Zero Hora**. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Porto Alegre, 2007.

MOLOTCH, H.; LESTER, M. News a purposive behavior: on the strategic use of routine events, accidents and scandals. **American Sociological Review**, v. 39, n. 1, 1974.

MOREIRA, Paulo da Veiga. **Ouidoria pública: democracia e direitos fundamentais**. 2009. 129 p. Dissertação (Mestrado em Direito) – Faculdade de Direito de Vitória, Vitória, 2009. Disponível em: <<http://capesdw.capes.gov.br/capesdw/resumo.html?idtese=20091830010012001P7>>. Acesso em: 20 jul. 2010.

MOTTA, Luiz Gonzaga. Análise pragmática da narrativa jornalística. In: LAGO, Claudia; BENETT, Marcia (Orgs.). **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2007.

NAPOLITANO, Marcos. **O regime militar brasileiro: 1964-1985**. 4. ed. São Paulo: Atual, 2008.

NASSIF, Gustavo Costa. **Ouidorias públicas: instrumento de aprimoramento da democracia**. 2007. Dissertação (Mestrado em Direito) – Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2007. Disponível em: <<http://capesdw.capes.gov.br/capesdw/resumo.html?idtese=20074732008015005P7>>. Acesso em: 18 dez. 2010.

NIETZSCHE, Friedrich Wilhelm. **Obras incompletas**. [organização de Gerárd Lebrun]. 4. ed. São Paulo: Nova Cultural, 1987. (Coleção os Pensadores, 1v).

NOVOS rumos: projeto editorial 1985-1986. **Folha Online**: Círculo Folha. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/circulo/proj_85_1parte.htm>. Acesso em: 20. nov. 2011.

OBSERVATÓRIO DA IMPRENSA. Disponível em: <<http://observatoriodaimprensa.com.br>>. Acesso em: 22 jul. 2011.

ORGANIZATION OF NEWS OMBUDSMEN. Disponível em:
<<http://newsombudsmen.org>>. Acesso em: 10 mar. 2011.

ORLANDI, Eni. **A linguagem e seu funcionamento**: as formas do discurso. São Paulo: Pontes, 1996.

_____. **Análise do discurso**: princípios e procedimentos. 3. ed. Campinas: Pontes, 2001.

_____. **Interpretação**: autoria, leitura e efeitos do trabalho simbólico. 5. ed. Campinas: Pontes, 2007.

PARISI, Celio. **A defesa do erário através da ação civil pública e a legitimidade do Ministério Público**. 2001. Dissertação (Mestrado em Direito) – Instituição Toledo de Ensino, São Paulo, 2001. Disponível em:
<<http://capesdw.capes.gov.br/capesdw/resumo.html?idtese=20013433105014001P2>>. Acesso em: 10 jun. 2010.

PASCHOAL, Engel. **A trajetória de Octávio Frias de Oliveira**. 2. ed. São Paulo: PubliFolha, 2007.

PAULINO, Fernando Oliveira. Responsabilidade social da mídia: análise conceitual e perspectivas de aplicação no Brasil, em Portugal e na Espanha. In: CHRISTOFOLETTI, Rogério (Org.). **Vitrine e vidraça**: crítica de mídia e qualidade no jornalismo. Covilhã: UBI/LabCom Books, 2010.

PÊCHEUX, Michel. A propósito da análise automática do discurso. In: GADET, Françoise; HAK, Tony (Org.). **Por uma análise automática do discurso**. Campinas: Ed. da Unicamp, 1990.

_____. **O discurso**: estrutura ou acontecimento. 4. ed. Campinas: Pontes, 2006.

_____. **Semântica e discurso**: uma crítica à afirmação do óbvio. 2. ed. Campinas: Ed. da Unicamp, 1995.

PERNIOLA, Mario. **A estética do século XX**. Lisboa: Estampa, 1998.

PILAGALLO, Oscar. **O Brasil em destaque**: 80 anos de História contados pela Folha. São Paulo: PubliFolha, 2002.

PINSKI, Isaac. **A influência do ombudsman na eficácia empresarial**. 2003. Dissertação (Mestrado em Administração) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2003. Disponível em:
<<http://capesdw.capes.gov.br/capesdw/resumo.html?idtese=200342633002010085P5>>. Acesso em: 20 jul. 2010.

PINTO, Odila de Lara. **Ombudsman nos Bancos**: agente de mudanças nas instituições bancárias do Brasil. São Paulo: Musa, 1998.

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO GRANDE DO SUL. Biblioteca Digital. **Catálogo de Teses e Dissertações**. Disponível em: <<http://verum.pucrs.br/ppgcom>>. Acesso em: 20 jul. 2011.

ROCHA, Donatila Brasil. **A comunicação com os públicos estratégicos em organizações de capital aberto**: o papel do ombudsman e do profissional de relações com investidores. 2007. Dissertação. (Mestrado em Administração) – Universidade Católica de Santos, Santos, 2007. Disponível em: <<http://capesdw.capes.gov.br/capesdw/resumo.html?idtese=2007533020019002P3>>. Acesso em: 20 jun. 2011.

RODRIGO ALSINA, Miquel. **A construção da notícia**. Petrópolis: Vozes, 2009.

RODRIGUES, Adriano. **Estratégias discursivas**: questão comunicacional e formas de sociabilidade. Lisboa: Presença, 1990.

_____. O acontecimento. In: TRAQUINA, Nelson (org.). **Jornalismo**: questões, teorias e “estórias”. Lisboa: Vega, 1993.

RODRIGUES, Marília Giselda. **De jornalistas e jornalismo**: um estudo sobre o sujeito jornalista no discurso do ombudsman da Folha de S. Paulo. 2008. Dissertação (Mestrado em Linguística) – Universidade de Franca, São Paulo, 2008.

ROLDÃO, Antônio José Veiga. **O perfil profissional do ombudsman nas instituições**. 1999. Dissertação (Mestrado em Educação). Universidade de Havana, Havana, 1999.

ROWAT, Donald C. **El ombudsman**. Cidade do México: Fondo de Cultura Econômica, 1973.

RULLI NETO, Antonio. **Controle externo do Poder Judiciário no Brasil**. 2007. 312 p. Tese. (Doutorado em Direito) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2007. Disponível em: <<http://capesdw.capes.gov.br/capesdw/resumo.html?idtese=20074633002010119P7>>. Acesso em: 5 jul. 2011.

SAMOYAUULT, Tiphaine. **A intertextualidade**. São Paulo: Aderaldo & Rothschild, 2008.

SANTAELA, Lucia. **Linguagens líquidas na era da mobilidade**. São Paulo: Paulus, 2007.

SANTIAGO, Silviano. **Uma literatura nos trópicos**: ensaios sobre a dependência cultural. São Paulo: Perspectiva, 1978.

SCHUDSON, Michael. Por que as notícias são como são? **Revista de Comunicação e Linguagem**, Lisboa, n. 8, 1988.

SILVA, Carlos Eduardo Lins da. **Mil dias**: os bastidores da revolução em um grande jornal. São Paulo: Trajetória Cultural, 1988.

SILVA, Gislene. Para pensar critérios de noticiabilidade. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Florianópolis, v. 2, n. 1, 1. sem. 2005. Disponível em: <<http://200.144.189.42/ojs/index.php/estudos/article/viewFile/5931/5402>>. Acesso em: 31 jan. 2011/2005.

SILVERSTONE, Roger. **Por que estudar a mídia?** São Paulo: Loyola, 2002.

SLOTERDIJK, Peter. **Crítica da razão cínica**. Lisboa: Relógio D'Água, 2011.

_____. **Regras para o parque humano**. Uma resposta à carta de Heidegger sobre o humanismo. São Paulo: Estação Liberdade, 2000.

SODRÉ, Nelson Werneck. **História da imprensa no Brasil**. 4. ed. Rio de Janeiro: Mauad, 1999.

SOUZA, Jorge Pedro. **As notícias e os seus efeitos**. Coimbra: Minerva Coimbra, 2000.

_____. **Teorias da notícia e do jornalismo**. Chapecó: Argos, 2002.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. Petrópolis: Vozes, 2005.

_____. **Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa**. Petrópolis: Vozes, 2002.

TRAQUINA, Nelson. As notícias. In: TRAQUINA, Nelson (Org.). **Jornalismo: questões, teorias e "estórias"**. Lisboa: Vega, 1993.

_____. **O estudo do jornalismo no século XX**. São Leopoldo: Unisinos, 2001.

_____. **O que é jornalismo**. Lisboa: Quimera, 2002.

_____. **Teorias do jornalismo: porque as notícias são como são**. Florianópolis: Insular, 2005.

TUCHMAN, Gaye. A objetividade como ritual estratégico: uma análise das noções de objetividade dos jornalistas. In: TRAQUINA, Nelson (Org.). **Jornalismo: questões, teorias e "estórias"**. Lisboa: Vega, 1993.

VATTIMO, Gianni. **A sociedade transparente**. Lisboa: Relógio D'Água, 1992.

VERÓN, Eliseo. **Fragmentos de um tecido**. São Leopoldo: Unisinos, 2004.

VIANA JUNIOR, Humberto Rodrigues. **O ombudsman nas instituições de ensino superior do Brasil: além do exercício, uma opção estratégica do ponto de vista mercadológico**. 2003. Dissertação (Mestrado em Administração) – Universidade de Salvador, Salvador, 2003. Disponível em:

<<http://capesdw.capes.gov.br/capesdw/resumo.html?idtese=20034928013018004P9>>_Acesso em: 20 jul. 2010.

VIANNA, Luiz Werneck (Org.). **A democracia e os três poderes no Brasil**. Belo Horizonte: UFMG; Rio de Janeiro: IUPRJ/FAPERJ, 2002.

UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA. Biblioteca Digital. **Sistema de Publicação Eletrônica de Teses e Dissertações**. Disponível em: <<http://bdtd.bce.unb.br/tesesimplificado>>. Acesso em: 20 jul. 2011.

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO. Biblioteca Digital. **Teses e Dissertações**. São Paulo, 2001. Disponível em: <<http://www.theses.usp.br>>. Acesso em: 20 jul. 2011.

UOL Ombudsman. Disponível em: <<http://ombudsmandouol.blog.uol.com.br/index.html>>. Acesso em: 10 maio 2011.

WOLF, Mauro. **Teorias das comunicações de massa**. 4. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2010.

ANEXOS

ANEXO A: Declaração Universal dos Direitos do Homem (1948)

Adotada e proclamada pela resolução 217 A (III) da Assembléia Geral das Nações Unidas em 10 de dezembro de 1948.

Preâmbulo

Considerando que o reconhecimento da dignidade inerente a todos os membros da família humana e de seus direitos iguais e inalienáveis é o fundamento da liberdade, da justiça e da paz no mundo,

Considerando que o desprezo e o desrespeito pelos direitos humanos resultaram em atos bárbaros que ultrajaram a consciência da Humanidade e que o advento de um mundo em que os homens gozem de liberdade de palavra, de crença e da liberdade de viverem a salvo do temor e da necessidade foi proclamado como a mais alta aspiração do homem comum,

Considerando essencial que os direitos humanos sejam protegidos pelo Estado de Direito, para que o homem não seja compelido, como último recurso, à rebelião contra tirania e a opressão,

Considerando essencial promover o desenvolvimento de relações amistosas entre as nações,

Considerando que os povos das Nações Unidas reafirmaram, na Carta, sua fé nos direitos humanos fundamentais, na dignidade e no valor da pessoa humana e na igualdade de direitos dos homens e das mulheres, e que decidiram promover o progresso social e melhores condições de vida em uma liberdade mais ampla,

Considerando que os Estados-Membros se comprometeram a desenvolver, em cooperação com as Nações Unidas, o respeito universal aos direitos humanos e liberdades fundamentais e a observância desses direitos e liberdades,

Considerando que uma compreensão comum desses direitos e liberdades é da mais alta importância para o pleno cumprimento desse compromisso,

A Assembléia Geral proclama

A presente Declaração Universal dos Direitos Humanos como o ideal comum a ser atingido por todos os povos e todas as nações, com o objetivo de que cada indivíduo e cada órgão da sociedade, tendo sempre em mente esta Declaração, se esforce, através do ensino e da educação, por promover o respeito a esses direitos e liberdades, e, pela adoção de medidas progressivas de caráter nacional e internacional, por assegurar o seu reconhecimento e a sua observância universais e efetivos, tanto entre os povos dos próprios Estados-Membros, quanto entre os povos dos territórios sob sua jurisdição.

Artigo I

Todas as pessoas nascem livres e iguais em dignidade e direitos. São dotadas de razão e consciência e devem agir em relação umas às outras com espírito de fraternidade.

Artigo II

Toda pessoa tem capacidade para gozar os direitos e as liberdades estabelecidos nesta Declaração, sem distinção de qualquer espécie, seja de raça, cor, sexo, língua, religião, opinião política ou de outra natureza, origem nacional ou social, riqueza, nascimento, ou qualquer outra condição.

Artigo III

Toda pessoa tem direito à vida, à liberdade e à segurança pessoal.

Artigo IV

Ninguém será mantido em escravidão ou servidão, a escravidão e o tráfico de escravos serão proibidos em todas as suas formas.

Artigo V

Ninguém será submetido à tortura, nem a tratamento ou castigo cruel, desumano ou degradante.

Artigo VI

Toda pessoa tem o direito de ser, em todos os lugares, reconhecida como pessoa perante a lei.

Artigo VII

Todos são iguais perante a lei e têm direito, sem qualquer distinção, a igual proteção da lei. Todos têm direito a igual proteção contra qualquer discriminação que viole a presente Declaração e contra qualquer incitamento a tal discriminação.

Artigo VIII

Toda pessoa tem direito a receber dos tributos nacionais competentes remédio efetivo para os atos que violem os direitos fundamentais que lhe sejam reconhecidos pela constituição ou pela lei.

Artigo IX

Ninguém será arbitrariamente preso, detido ou exilado.

Artigo X

Toda pessoa tem direito, em plena igualdade, a uma audiência justa e pública por parte de um tribunal independente e imparcial, para decidir de seus direitos e deveres ou do fundamento de qualquer acusação criminal contra ele.

Artigo XI

1. Toda pessoa acusada de um ato delituoso tem o direito de ser presumida inocente até que a sua culpabilidade tenha sido provada de acordo com a lei, em julgamento público no qual lhe tenham sido asseguradas todas as garantias necessárias à sua defesa.

2. Ninguém poderá ser culpado por qualquer ação ou omissão que, no momento, não constituíam delito perante o direito nacional ou internacional. Tampouco será imposta pena mais forte do que aquela que, no momento da prática, era aplicável ao ato delituoso.

Artigo XII

Ninguém será sujeito a interferências na sua vida privada, na sua família, no seu lar ou na sua correspondência, nem a ataques à sua honra e reputação. Toda pessoa tem direito à proteção da lei contra tais interferências ou ataques.

Artigo XIII

1. Toda pessoa tem direito à liberdade de locomoção e residência dentro das fronteiras de cada Estado.

2. Toda pessoa tem o direito de deixar qualquer país, inclusive o próprio, e a este regressar.

Artigo XIV

1. Toda pessoa, vítima de perseguição, tem o direito de procurar e de gozar asilo em outros países.

2. Este direito não pode ser invocado em caso de perseguição legitimamente motivada por crimes de direito comum ou por atos contrários aos propósitos e princípios das Nações Unidas.

Artigo XV

1. Toda pessoa tem direito a uma nacionalidade.

2. Ninguém será arbitrariamente privado de sua nacionalidade, nem do direito de mudar de nacionalidade.

Artigo XVI

1. Os homens e mulheres de maior idade, sem qualquer restrição de raça, nacionalidade ou religião, têm o direito de contrair matrimônio e fundar uma família. Gozam de iguais direitos em relação ao casamento, sua duração e sua dissolução.
2. O casamento não será válido senão com o livre e pleno consentimento dos nubentes.

Artigo XVII

1. Toda pessoa tem direito à propriedade, só ou em sociedade com outros.
2. Ninguém será arbitrariamente privado de sua propriedade.

Artigo XVIII

Toda pessoa tem direito à liberdade de pensamento, consciência e religião; este direito inclui a liberdade de mudar de religião ou crença e a liberdade de manifestar essa religião ou crença, pelo ensino, pela prática, pelo culto e pela observância, isolada ou coletivamente, em público ou em particular.

Artigo XIX

Toda pessoa tem direito à liberdade de opinião e expressão; este direito inclui a liberdade de, sem interferência, ter opiniões e de procurar, receber e transmitir informações e idéias por quaisquer meios e independentemente de fronteiras.

Artigo XX

1. Toda pessoa tem direito à liberdade de reunião e associação pacíficas.
2. Ninguém pode ser obrigado a fazer parte de uma associação.

Artigo XXI

1. Toda pessoa tem o direito de tomar parte no governo de seu país, diretamente ou por intermédio de representantes livremente escolhidos.
2. Toda pessoa tem igual direito de acesso ao serviço público do seu país.
3. A vontade do povo será a base da autoridade do governo; esta vontade será expressa em eleições periódicas e legítimas, por sufrágio universal, por voto secreto ou processo equivalente que assegure a liberdade de voto.

Artigo XXII

Toda pessoa, como membro da sociedade, tem direito à segurança social e à realização, pelo esforço nacional, pela cooperação internacional e de acordo com a organização e recursos de cada Estado, dos direitos econômicos, sociais e culturais indispensáveis à sua dignidade e ao livre desenvolvimento da sua personalidade.

Artigo XXIII

1. Toda pessoa tem direito ao trabalho, à livre escolha de emprego, a condições justas e favoráveis de trabalho e à proteção contra o desemprego.
2. Toda pessoa, sem qualquer distinção, tem direito a igual remuneração por igual trabalho.
3. Toda pessoa que trabalhe tem direito a uma remuneração justa e satisfatória, que lhe assegure, assim como à sua família, uma existência compatível com a dignidade humana, e a que se acrescentarão, se necessário, outros meios de proteção social.
4. Toda pessoa tem direito a organizar sindicatos e neles ingressar para proteção de seus interesses.

Artigo XXIV

Toda pessoa tem direito a repouso e lazer, inclusive a limitação razoável das horas de trabalho e férias periódicas remuneradas.

Artigo XXV

1. Toda pessoa tem direito a um padrão de vida capaz de assegurar a si e a sua família saúde e bem estar, inclusive alimentação, vestuário, habitação, cuidados médicos e os serviços sociais indispensáveis, e direito à segurança em caso de

desemprego, doença, invalidez, viuvez, velhice ou outros casos de perda dos meios de subsistência fora de seu controle.

2. A maternidade e a infância têm direito a cuidados e assistência especiais. Todas as crianças nascidas dentro ou fora do matrimônio gozarão da mesma proteção social.

Artigo XXVI

1. Toda pessoa tem direito à instrução. A instrução será gratuita, pelo menos nos graus elementares e fundamentais. A instrução elementar será obrigatória. A instrução técnico-profissional será acessível a todos, bem como a instrução superior, esta baseada no mérito.

2. A instrução será orientada no sentido do pleno desenvolvimento da personalidade humana e do fortalecimento do respeito pelos direitos humanos e pelas liberdades fundamentais. A instrução promoverá a compreensão, a tolerância e a amizade entre todas as nações e grupos raciais ou religiosos, e coadjuvará as atividades das Nações Unidas em prol da manutenção da paz.

3. Os pais têm prioridade de direito na escolha do gênero de instrução que será ministrada a seus filhos.

Artigo XXVII

1. Toda pessoa tem o direito de participar livremente da vida cultural da comunidade, de fruir as artes e de participar do processo científico e de seus benefícios.

2. Toda pessoa tem direito à proteção dos interesses morais e materiais decorrentes de qualquer produção científica, literária ou artística da qual seja autor.

Artigo XXVIII

Toda pessoa tem direito a uma ordem social e internacional em que os direitos e liberdades estabelecidos na presente Declaração possam ser plenamente realizados.

Artigo XXIV

1. Toda pessoa tem deveres para com a comunidade, em que o livre e pleno desenvolvimento de sua personalidade é possível.

2. No exercício de seus direitos e liberdades, toda pessoa estará sujeita apenas às limitações determinadas pela lei, exclusivamente com o fim de assegurar o devido reconhecimento e respeito dos direitos e liberdades de outrem e de satisfazer às justas exigências da moral, da ordem pública e do bem-estar de uma sociedade democrática.

3. Esses direitos e liberdades não podem, em hipótese alguma, ser exercidos contrariamente aos propósitos e princípios das Nações Unidas.

Artigo XXX

Nenhuma disposição da presente Declaração pode ser interpretada como o reconhecimento a qualquer Estado, grupo ou pessoa, do direito de exercer qualquer atividade ou praticar qualquer ato destinado à destruição de quaisquer dos direitos e liberdades aqui estabelecidos.

ANEXO B: Declaração de Bordéus (1954)

A Declaração de princípios da Federação Internacional dos Jornalistas sobre a Conduta dos jornalistas foi aprovada no segundo congresso mundial das FIJ que se realizou em Bordéus de 25 a 28 de Abril de 1954. O texto abaixo resultou da revisão feita pelo 18º Congresso Mundial realizado em Helsingor (Dinamarca) de 2 a 6 de Junho de 1986. O artigo 7 não figurava no texto original. Este documento é conhecido pelo nome “Declaração de Bordéus”.

A presente declaração internacional clarifica as regras de conduta dos jornalistas na procura, na transmissão, na difusão e no comentário das notícias e da informação e na descrição dos acontecimentos.

1 – Respeitar a verdade e o direito que o público tem de conhecê-la constitui o dever primordial do jornalista.

2 – Em conformidade com esse dever, o jornalista defenderá, a todo o momento, o duplo princípio da liberdade de procurar e de publicar honestamente a informação, do comentário e da crítica e o direito ao comentário equilibrado e à crítica leal.

3 – O jornalista só relatará os factos dos quais conhece a origem, não suprirá as informações essenciais e não falsificará os documentos.

4 – O jornalista só utilizará meios equilibrados para obter informações, fotografias e documentos.

5 – O jornalista esforçar-se-á por todos os meios para rectificar qualquer informação publicada que se revele inexacta e nociva.

6 – O jornalista guardará o segredo profissional sobre a fonte das informações obtidas confidencialmente.

7 – O jornalista evitará os riscos de uma discriminação propagada pelos *media* e fará o possível para não facilitar uma tal discriminação baseada nomeadamente na raça, no sexo, nos costumes sexuais, na língua, na religião, nas opiniões políticas e outras e na origem nacional ou social.

8 – O jornalista considerará como faltas profissionais graves: o plágio; a distorção malévola; a calúnia, a maledicência, a difamação, as acusações sem fundamento; a aceitação de uma qualquer gratificação pela publicação ou supressão de uma informação.

9 – Todo o jornalista digno desse nome tem o dever de observar estritamente os princípios aqui enunciados. Reconhecendo o direito conhecido de cada país, o jornalista só aceitará, em matéria profissional, a jurisdição dos seus pares, excluindo toda a intrusão governamental ou outra.

ANEXO C: Declaração de Munique

A Declaração dos deveres e direitos dos jornalistas foi aprovada nos dias 24 e 25 de Novembro de 1971 em Munique pelos representantes dos sindicatos e federações de jornalistas dos seis países da Comunidade Económica Europeia da época. Este texto é conhecido pelo nome “*Declaração de Munique*”.

PREÂMBULO

O direito à informação, à livre expressão e à crítica é uma das liberdades fundamentais de todo o ser humano.

Deste direito do público a conhecer os factos e as opiniões procede o conjunto dos deveres e direitos dos jornalistas.

A responsabilidade dos jornalistas para com o público prima sobre qualquer outra responsabilidade, em particular perante os seus empregadores e os poderes públicos.

A missão de informação comporta necessariamente limites que os próprios jornalistas impõem a si mesmos espontaneamente. Tal é o objecto da declaração dos deveres aqui formulada.

Mas esses deveres só podem ser efectivamente respeitados no exercício da profissão de jornalista se as condições concretas da independência e da dignidade profissional forem realizadas. É esse o objecto da declaração dos direitos que se segue.

DECLARAÇÃO DOS DEVERES

Os deveres essenciais do jornalista na procura, na redacção e no comentário dos acontecimentos são:

- 1- Respeitar a verdade sejam quais forem as consequências para ele próprio, tendo em conta o direito do público a conhecer a verdade.
- 2- Defender a liberdade da informação, do comentário e da crítica.
- 3- Publicar unicamente as informações cuja origem é conhecida, ou – no caso contrário – acompanhá-las das reservas necessárias; não suprimir as informações essenciais e não alterar os textos e documentos.
- 4- Não usar métodos desleais para obter informações, fotografias ou documentos.
- 5- Obrigar-se a respeitar a vida privada das pessoas.
- 6- Rectificar toda a informação publicada que se revelar inexacta.
- 7- Guardar o sigilo profissional e não divulgar a fonte das informações obtidas confidencialmente.
- 8- Banir o plágio, a calúnia, a difamação e as acusações sem fundamento e não receber qualquer benefício motivado pela publicação ou supressão de uma informação.
- 9- Nunca confundir a profissão de jornalista com a de publicitário ou de propagandista, e não aceitar nenhuma indicação, directa ou indirecta, dos anunciantes.
- 10- Recusar qualquer pressão e só aceitar directivas redactoriais dos responsáveis da redacção.

Todo o jornalista digno desse nome tem o dever de observar estritamente os princípios aqui enunciados: reconhecendo o direito em vigor em cada país, o jornalista só aceita, em matéria profissional, a jurisdição dos seus pares, excluindo toda a ingerência governamental ou outra.

DECLARAÇÃO DOS DIREITOS

- 1- Os jornalistas reivindicam o livre acesso a todas as fontes de informação e o direito de investigar livremente todos os factos que condicionam a vida pública. O

segredo dos assuntos públicos ou privados não se pode opor ao jornalista a não ser por excepção ou em virtude de motivos claramente expressos.

2- O jornalista tem o direito de recusar toda a subordinação que seja contrária à linha geral do órgão de informação em que colabora, tal como esta estiver determinada por escrito no seu contracto de admissão, bem como toda a subordinação que não seja claramente implicada por essa linha geral.

3- O jornalista não pode ser obrigado a cumprir um acto profissional ou a exprimir uma opinião contrária à sua convicção ou consciência.

4- A equipa redactorial deve ser obrigatoriamente informada de qualquer decisão importante susceptível de afectar a vida da empresa. Deve ser pelo menos consultada antes de uma decisão definitiva sobre qualquer medida que interesse a composição da redacção: admissão, despedimento, mudança e promoção de jornalistas.

5- Considerando a sua função e as suas responsabilidades, o jornalista tem direito não só ao benefício das convenções colectivas, mas também a um contracto pessoal que garanta a segurança material e moral do seu trabalho, assim como a uma remuneração correspondente ao papel social que é o seu e suficiente para garantir a sua independência económica.

ANEXO D: Declaração da UNESCO sobre os media

Esta declaração, datada de 1983, não foi concebida tendo em vista uma aplicação directa: destina-se mais a orientar as formulações deontológicas das comunidades profissionais.

PRINCÍPIO I: O DIREITO DOS POVOS A UMA INFORMAÇÃO VERÍDICA

O povo e os indivíduos têm o direito de receber uma imagem objectiva da realidade, pelo canal de uma informação precisa e completa, e de se exprimirem livremente por intermédio de diversos meios de difusão da cultura e da comunicação.

PRINCÍPIO II: O RESPEITO DO JORNALISTA PELA REALIDADE OBJECTIVA

A tarefa primordial do jornalista é servir o direito do povo a uma informação verídica e autêntica, respeitando com honestidade a realidade objectiva, colocando conscientemente os factos no seu contexto adequado, salientando os seus elos essenciais, sem provocar distorções, desenvolvendo toda a capacidade criativa do jornalista, para que o público receba um material apropriado que lhe permita formar uma imagem precisa e coerente do mundo, na qual a origem, a natureza e a essência dos acontecimentos, processos e situações sejam compreendidas de uma forma tão objectiva quanto possível.

PRINCÍPIO III: A RESPONSABILIDADE SOCIAL DO JORNALISTA

No jornalismo, a informação é compreendida como um bem social e não como um simples produto. Isto significa que o jornalista partilha a responsabilidade da informação transmitida. Por isso é responsável, não só perante os que dominam os *media* mas, em última análise, perante o grande público, tendo em conta a diversidade dos interesses sociais. A responsabilidade social do jornalista exige que ele aja, em todas as circunstâncias, em conformidade com a sua própria consciência ética.

PRINCÍPIO IV: A INTEGRIDADE PROFISSIONAL DO JORNALISTA

O papel social do jornalista exige que a profissão mantenha um alto nível de integridade. Isso inclui o direito que o jornalista tem de não trabalhar ao arrepio das suas convicções ou de não revelar as suas fontes de informação bem como o direito de participar na tomada de decisões no *media* que o emprega. A integridade da profissão proíbe o jornalista de aceitar qualquer forma de remuneração ilícita e de promover interesses privados contrários ao bem-estar geral. O respeito pela propriedade intelectual, nomeadamente pela abstenção do plágio, faz igualmente parte do comportamento ético do jornalista.

PRINCÍPIO V: ACESSO E PARTICIPAÇÃO DO PÚBLICO

O carácter da profissão exige além disso que o jornalista favoreça o acesso do público à informação e à participação do público nos *media*, incluindo a obrigação de correcção ou de rectificação e o direito de resposta.

PRINCÍPIO VI: RESPEITO PELA VIDA PRIVADA E PELA DIGNIDADE DO HOMEM

O respeito pelo direito do indivíduo à vida privada e à dignidade humana, em conformidade com as disposições do direito internacional e nacional sobre a protecção dos direitos e da reputação de outrem, proibindo a difamação, a calúnia, a injúria e a insinuação malévola, faz parte integrante das normas profissionais do jornalista.

PRINCÍPIO VII: RESPEITO PELO INTERESSE PÚBLICO

As normas profissionais do jornalista prescrevem o pleno respeito pela comunidade nacional, pelas suas instituições democráticas e pela moral pública.

PRINCÍPIO VIII: RESPEITO PELOS VALORES UNIVERSAIS E PELA DIVERSIDADE DAS CULTURAS

O verdadeiro jornalista defende os valores universais do humanismo, em particular a paz, a democracia, os direitos do homem, o progresso social e a libertação nacional, respeitando ao mesmo tempo o carácter distintivo, o valor e a dignidade de cada cultura assim como o direito de cada povo a escolher livremente e a desenvolver os seus sistemas político, social, económico e cultural. Assim, o jornalista participa activamente nas transformações sociais orientadas para uma melhoria democrática da sociedade e contribui, pelo diálogo, para estabelecer um clima de confiança nas relações internacionais, de modo a favorecer em toda a parte a paz e a justiça, o desanuviamento, o desarmamento e o desenvolvimento nacional. Compete ao jornalista, por razões de ética profissional, conhecer as disposições que, a este respeito, estão contidas nas convenções internacionais, declarações e resoluções.

PRINCÍPIO IX: A ELIMINAÇÃO DA GUERRA E OUTROS FLAGELOS QUE AFLIGEM A HUMANIDADE

O compromisso ético para com os valores universais do humanismo obriga o jornalista a abster-se de toda a forma de apologia ou de incitamento favorável às guerras de agressão e à corrida aos armamentos, especialmente às armas nucleares, e a todas as outras formas de violência, de ódio ou de discriminação, especialmente o racismo e o *apartheid*, e incita-o a resistir à opressão dos regimes tirânicos, a extirpar o colonialismo e neocolonialismo, bem como outros grandes flagelos que afligem a humanidade, tais como a miséria, a desnutrição e a doença. Com isso, o jornalista pode contribuir para eliminar a ignorância e a incompreensão entre os povos, para sensibilizar os cidadãos de um país para as necessidades e desejos dos outros, para garantir o respeito pelos direitos e pela dignidade de todas as nações, de todos os povos e de todos os indivíduos, sem distinção de raça, de sexo, de língua, de nacionalidade, de religião ou de convicções filosóficas.

PRINCÍPIO X: PROMOÇÃO DE UMA NOVA ORDEM MUNDIAL DA INFORMAÇÃO E DA COMUNICAÇÃO

O jornalista trabalha no mundo contemporâneo na perspectiva do estabelecimento de relações internacionais novas em geral e de uma nova ordem da informação em particular. Esta nova ordem, concebida como parte integrante da nova ordem económica internacional, visa a descolonização e a democratização, tanto no plano nacional como internacional, tendo por base a coexistência pacífica entre os povos no pleno respeito pela sua identidade cultural. O jornalista tem o dever especial de promover a democratização das relações internacionais no domínio da informação, salvaguardando e encorajando nomeadamente as relações pacíficas e amigáveis entre os Estados e os povos.

ANEXO E: Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros¹¹¹

Capítulo I – Do direito à informação

Art. 1º O Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros tem como base o direito fundamental do cidadão à informação, que abrange seu o direito de informar, de ser informado e de ter acesso à informação.

Art. 2º Como o acesso à informação de relevante interesse público é um direito fundamental, os jornalistas não podem admitir que ele seja impedido por nenhum tipo de interesse, razão por que:

I – a divulgação da informação precisa e correta é dever dos meios de comunicação e deve ser cumprida independentemente de sua natureza jurídica – se pública, estatal ou privada – e da linha política de seus proprietários e/ou diretores.

II – a produção e a divulgação da informação devem se pautar pela veracidade dos fatos e ter por finalidade o interesse público;

III – a liberdade de imprensa, direito e pressuposto do exercício do jornalismo, implica compromisso com a responsabilidade social inerente à profissão;

IV – a prestação de informações pelas organizações públicas e privadas, incluindo as não-governamentais, é uma obrigação social.

V – a obstrução direta ou indireta à livre divulgação da informação, a aplicação de censura e a indução à autocensura são delitos contra a sociedade, devendo ser denunciadas à comissão de ética competente, garantido o sigilo do denunciante.

Capítulo II – Da conduta profissional do jornalista

Art. 3º O exercício da profissão de jornalista é uma atividade de natureza social, estando sempre subordinado ao presente Código de Ética.

Art. 4º O compromisso fundamental do jornalista é com a verdade no relato dos fatos, razão pela qual ele deve pautar seu trabalho pela precisa apuração e pela sua correta divulgação.

Art. 5º É direito do jornalista resguardar o sigilo da fonte.

Art. 6º É dever do jornalista:

I – opor-se ao arbítrio, ao autoritarismo e à opressão, bem como defender os princípios expressos na Declaração Universal dos Direitos Humanos;

II – divulgar os fatos e as informações de interesse público;

III – lutar pela liberdade de pensamento e de expressão;

IV – defender o livre exercício da profissão;

V – valorizar, honrar e dignificar a profissão;

VI – não colocar em risco a integridade das fontes e dos profissionais com quem trabalha;

VII – combater e denunciar todas as formas de corrupção, em especial quando exercidas com o objetivo de controlar a informação;

VIII – respeitar o direito à intimidade, à privacidade, à honra e à imagem do cidadão;

IX – respeitar o direito autoral e intelectual do jornalista em todas as suas formas;

X – defender os princípios constitucionais e legais, base do estado democrático de direito;

XI – defender os direitos do cidadão, contribuindo para a promoção das garantias individuais e coletivas, em especial as das crianças, dos adolescentes, das mulheres, dos idosos, dos negros e das minorias;

¹¹¹Atualizado no Congresso Extraordinário dos Jornalistas, realizado em Vitória (ES) de 3 a 5 de agosto de 2007. Aprovado por delegações de 23 estados, as mudanças tiveram seu texto final elaborado por uma comissão eleita no Congresso. O Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros vigora há 24 anos.

XII – respeitar as entidades representativas e democráticas da categoria;
XIII – denunciar as práticas de assédio moral no trabalho às autoridades e, quando for o caso, à comissão de ética competente;

XIV – combater a prática de perseguição ou discriminação por motivos sociais, econômicos, políticos, religiosos, de gênero, raciais, de orientação sexual, condição física ou mental, ou de qualquer outra natureza.

Art. 7º O jornalista não pode:

I – aceitar ou oferecer trabalho remunerado em desacordo com o piso salarial, a carga horária legal ou tabela fixada por sua entidade de classe, nem contribuir ativa ou passivamente para a precarização das condições de trabalho;

II – submeter-se a diretrizes contrárias à precisa apuração dos acontecimentos e à correta divulgação da informação;

III – impedir a manifestação de opiniões divergentes ou o livre debate de idéias;

IV – expor pessoas ameaçadas, exploradas ou sob risco de vida, sendo vedada a sua identificação, mesmo que parcial, pela voz, traços físicos, indicação de locais de trabalho ou residência, ou quaisquer outros sinais;

V – usar o jornalismo para incitar a violência, a intolerância, o arbítrio e o crime;

VI – realizar cobertura jornalística para o meio de comunicação em que trabalha sobre organizações públicas, privadas ou não-governamentais, da qual seja assessor, empregado, prestador de serviço ou proprietário, nem utilizar o referido veículo para defender os interesses dessas instituições ou de autoridades a elas relacionadas;

VII – permitir o exercício da profissão por pessoas não-habilitadas;

VIII – assumir a responsabilidade por publicações, imagens e textos de cuja produção não tenha participado;

IX – valer-se da condição de jornalista para obter vantagens pessoais.

Capítulo III – Da responsabilidade profissional do jornalista

Art. 8º O jornalista é responsável por toda a informação que divulga, desde que seu trabalho não tenha sido alterado por terceiros, caso em que a responsabilidade pela alteração será de seu autor.

Art. 9º A presunção de inocência é um dos fundamentos da atividade jornalística.

Art. 10. A opinião manifestada em meios de informação deve ser exercida com responsabilidade.

Art. 11. O jornalista não pode divulgar informações:

I – visando o interesse pessoal ou buscando vantagem econômica;

II – de caráter mórbido, sensacionalista ou contrário aos valores humanos, especialmente em cobertura de crimes e acidentes;

III – obtidas de maneira inadequada, por exemplo, com o uso de identidades falsas, câmeras escondidas ou microfones ocultos, salvo em casos de incontestável interesse público e quando esgotadas todas as outras possibilidades de apuração;

Art. 12. O jornalista deve:

I – ressalvadas as especificidades da assessoria de imprensa, ouvir sempre, antes da divulgação dos fatos, o maior número de pessoas e instituições envolvidas em uma cobertura jornalística, principalmente aquelas que são objeto de acusações não suficientemente demonstradas ou verificadas;

II – buscar provas que fundamentem as informações de interesse público;

III – tratar com respeito todas as pessoas mencionadas nas informações que divulgar;

IV – informar claramente à sociedade quando suas matérias tiverem caráter publicitário ou decorrerem de patrocínios ou promoções;

V – rejeitar alterações nas imagens captadas que deturpem a realidade, sempre informando ao público o eventual uso de recursos de fotomontagem, edição de imagem, reconstituição de áudio ou quaisquer outras manipulações;

VI – promover a retificação das informações que se revelem falsas ou inexatas e defender o direito de resposta às pessoas ou organizações envolvidas ou mencionadas em matérias de sua autoria ou por cuja publicação foi o responsável;

VII – defender a soberania nacional em seus aspectos político, econômico, social e cultural;

VIII – preservar a língua e a cultura do Brasil, respeitando a diversidade e as identidades culturais;

IX – manter relações de respeito e solidariedade no ambiente de trabalho;

X – prestar solidariedade aos colegas que sofrem perseguição ou agressão em consequência de sua atividade profissional.

Capítulo IV – Das relações profissionais

Art. 13. A cláusula de consciência é um direito do jornalista, podendo o profissional se recusar a executar quaisquer tarefas em desacordo com os princípios deste Código de Ética ou que agridam as suas convicções.

Parágrafo único. Esta disposição não pode ser usada como argumento, motivo ou desculpa para que o jornalista deixe de ouvir pessoas com opiniões divergentes das suas.

Art. 14. O jornalista não deve:

I – acumular funções jornalísticas ou obrigar outro profissional a fazê-lo, quando isso implicar substituição ou supressão de cargos na mesma empresa. Quando, por razões justificadas, vier a exercer mais de uma função na mesma empresa, o jornalista deve receber a remuneração correspondente ao trabalho extra;

II – ameaçar, intimidar ou praticar assédio moral e/ou sexual contra outro profissional, devendo denunciar tais práticas à comissão de ética competente;

III – criar empecilho à legítima e democrática organização da categoria.

Capítulo V – Da aplicação do Código de Ética e disposições finais

Art. 15. As transgressões ao presente Código de Ética serão apuradas, apreciadas e julgadas pelas comissões de ética dos sindicatos e, em segunda instância, pela Comissão Nacional de Ética.

§ 1º As referidas comissões serão constituídas por cinco membros.

§ 2º As comissões de ética são órgãos independentes, eleitas por voto direto, secreto e universal dos jornalistas. Serão escolhidas junto com as direções dos sindicatos e da Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ), respectivamente. Terão mandatos coincidentes, porém serão votadas em processo separado e não possuirão vínculo com os cargos daquelas diretorias.

§ 3º A Comissão Nacional de Ética será responsável pela elaboração de seu regimento interno e, ouvidos os sindicatos, do regimento interno das comissões de ética dos sindicatos.

Art. 16. Compete à Comissão Nacional de Ética:

I – julgar, em segunda e última instância, os recursos contra decisões de competência das comissões de ética dos sindicatos;

II – tomar iniciativa referente a questões de âmbito nacional que firam a ética jornalística;

III – fazer denúncias públicas sobre casos de desrespeito aos princípios deste Código;

IV – receber representação de competência da primeira instância quando ali houver incompatibilidade ou impedimento legal e em casos especiais definidos no Regimento Interno;

V – processar e julgar, originariamente, denúncias de transgressão ao Código de Ética cometidas por jornalistas integrantes da diretoria e do Conselho Fiscal da FENAJ, da Comissão Nacional de Ética e das comissões de ética dos sindicatos;

VI – recomendar à diretoria da FENAJ o encaminhamento ao Ministério Público dos casos em que a violação ao Código de Ética também possa configurar crime, contravenção ou dano à categoria ou à coletividade.

Art. 17. Os jornalistas que descumprirem o presente Código de Ética estão sujeitos às penalidades de observação, advertência, suspensão e exclusão do quadro social do sindicato e à publicação da decisão da comissão de ética em veículo de ampla circulação.

Parágrafo único – Os não-filiados aos sindicatos de jornalistas estão sujeitos às penalidades de observação, advertência, impedimento temporário e impedimento definitivo de ingresso no quadro social do sindicato e à publicação da decisão da comissão de ética em veículo de ampla circulação.

Art. 18. O exercício da representação de modo abusivo, temerário, de má-fé, com notória intenção de prejudicar o representado, sujeita o autor à advertência pública e às punições previstas neste Código, sem prejuízo da remessa do caso ao Ministério Público.

Art. 19. Qualquer modificação neste Código só poderá ser feita em congresso nacional de jornalistas mediante proposta subscrita por, no mínimo, dez delegações representantes de sindicatos de jornalistas.

[Vitória, 04 de agosto de 2007 – Federação Nacional dos Jornalistas]

ANEXO F: Textos dos ombudsmen

TEXTO 01- Caio Túlio Costa: CTC – 1C

Crítica diária

Quando alguém é pago para defender o leitor

São Paulo, domingo, 24 de setembro de 1989

CAIO TÚLIO COSTA

Começa aqui a coluna semanal do ombudsman da **Folha**. O nome pode parecer esquisito mas indica uma função que tem dado certo em outros países. Tanto na área pública (como na Suécia onde o ombudsman é uma espécie de ouvidor geral) quanto no jornalismo (como nos EUA, onde ele serve de advogado do leitor).

No caso do ombudsman do "The Washington Post" (EUA) a sua coluna virou obrigatória. Ele anota os erros e às vezes até rescreve reportagens. Também aponta acertos e não se contenta em analisar apenas o "Post". Fala dos outros jornais e dos veículos. Faz "médica crítica" a crítica da mídia.

Na **Folha** esta coluna irá no mesmo passo. Vai comentar as notícias da semana e a maneira como a imprensa tratou os assuntos com um único objetivo: ler o jornais e escutar as notícias com olhos e ouvidos de leitor exigente. Informação correta é requisito para se ter opinião e decidir as coisas da vida.

Nesta semana, por exemplo, o leitor da **Folha** que respeite as opiniões de Pelé não pode levar em conta o noticiário publicado na quarta-feira. Segundo a **Folha**, Pelé não só entrou na campanha política como "colloriu", Ou seja, estaria apoiando a candidatura de Fernando Collor de Mello à presidência da República. Isto está dito no primeiro parágrafo da notícia: "Pelé resolveu aderir ao candidato do PRN".

Enquanto isto, outros jornais e a própria Rede Globo (que apóia Collor) foram devagar. O "Jornal Nacional" noticiou a conversa entre os dois, ocorrida em São Paulo, e afirmou que não houve adesão. "Pelé conversa com candidato mas não adere", tituló o "Jornal do Brasil". "O Estado de S.Paulo" chegou a dizer que Collor "alardeou" a reunião o que seria uma prova do apoio à candidatura, mas anotou que Pelé saiu pelo elevador da cozinha do hotel Maksoud (o local do encontro) "para não ter de assumir, perante os jornalistas, a adesão".

O texto da **Folha** ressalva que Collor foi cuidadoso e evitou contar que a **Folha** baseou-se numa afirmação do secretário de Pelé conforme a qual o craque se engaja na campanha de Collor em meados de outubro.

Pelé evitou os jornalistas e não deu declarações. Saiu pela cozinha, segundo o "Estado". Ficou trancado numa suíte do hotel (**Folha**). Depois do encontro, Collor foi discretíssimo quanto à possibilidade de apoio. Daí, a afirmação de que Pelé "colloriu" é precipitada. Mas este é um exemplo menor de informação mal redigida pega aleatoriamente num rápido folhear de jornais.

Há casos piores praticados diariamente pela imprensa brasileira contra os leitores. Como informar sem nenhum distanciamento crítico que o Brasil iria pedir mais US\$ 4,8 bilhões aos bancos credores. A notícia foi destaque pelo menos na **Folha** e em "O Globo" de quarta-feira. As duas redações limitaram-se a reproduzir os textos que receberam de suas sucursais de Brasília sem incluir uma menção - na forma de uma checagem junto ao ministério da Fazenda uma repercussão com banqueiros credores, ou mesmo na forma de um texto analítico - de que o atual governo não tem mais condições técnicas de pedir dinheiro aos banqueiros para "rolar" uma dívida que sequer foi negociada. Isto é uma coisa que qualquer jornalista que se ocupa do assunto sabe de cor.

A desinformação não para por aí. Uma carta publicada no "Painel do leitor" da **Folha** de sexta-feira com o singelo título de "Queda do Boeing" mostrava o quanto uma cabeça atenta pode perceber de bobagens num jornal. O leitor Rubens Junqueira Villela apontou erros crassos de tradução e reprodução de nomes próprios. Anote, por favor, a publicação da carta fruto do hábito da **Folha** em corrigir seus erros, algo que aos poucos vão incorporando à grande imprensa. O "Estado", agora concede algumas "correções". Reconhecida na quinta-feira, que errara na reprodução dos resultados de uma pesquisa eleitoral e dera a Ulysses Guimarães intenções de voto que ele não tem... Casos menores.

Há muito o que falar da imprensa brasileira, das maquinações editoriais, das necessidades logísticas e empresarias de cada grupo ou mesmo das neuroses e idiossincrasias dos profissionais da área. Há muito o que falar também da própria qualidade desta imprensa, que na realidade pouco deve à melhor imprensa estrangeira - que é a inglesa e americana. Qualquer cidadão viajado pode conferir também que os jornais brasileiros ganham de longe em objetividade dos congêneres franceses, italianos e espanhóis. Ali campeia ainda o opinionismo senil.

TEXTO 02 - CTC – 2C

Crítica diária

Relatório final

São Paulo, domingo, 22 de setembro de 1991

CAIO TÚLIO COSTA

Chegou o momento do balanço desses dois anos de mandato como defensor do leitor. Foram quase vinte mil reclamações processadas. O atestado de eficácia mais visível é o de que se transformou no jornal que mais admite erros no Brasil. Gráfico reproduzido nesta página demonstra a evolução das retificações. Elas pularam de uma média mensal de 12 em agosto de 1989 (quando não existia o ombudsman) para 118 neste ano. A unificação dos Erros na terceira, página, em fevereiro passado, contribuiu muito para esse salto.

Reconhecer erros, porém, não é tudo. Nem proporciona atestado definitivo de qualidade. Muito mais importante é deixar de cometer erros. Ou garantir o direito de resposta a quem o requer por sentir-se injustiçado.

Não foi possível fazer levantamento completo do tratamento dado pela **Folha** ao direito de resposta no período (porque ele está espalhado em reportagens refeitas, novas notas, declarações posteriores, etc.), mas um trabalho realizado pelo Banco de Dados atesta que a média de direito de resposta publicado apenas na seção de cartas subiu de 30 respostas mensais em 1989 para 38 nos oito primeiros meses de 1991.

Dar direito de resposta, convenhamos, também não é mérito em si. Principalmente porque ele quase nunca aparece no exato dia seguinte e nem da mesma forma pela qual se publicou a notícia geradora da defesa. Em geral, uma manchete título ou nota caluniosa provoca efeitos tão devastadores na reputação de uma pessoa, empresa ou instituição, que o direito de resposta, quando publicado em página interna e sem destaque, jamais consegue recuperar. De resto, nem nas democracias mais modernas conseguiu-se resolver a contento o problema do direito de resposta. A impotência do cidadão ante a prepotência da mídia segue dramática. Um dos jornalistas que propôs a criação do ombudsman nos jornais nos anos sessenta. Abe H. Raskin diagnosticou mais de vinte anos depois que a imprensa continua pela "insolência, miopia e uma ética ambígua".

Sempre me perguntam se a **Folha** "melhorou" com o ombudsman. Não melhorou nem piorou. Ela continua em busca permanente do aperfeiçoamento. O maior mérito do cargo foi ter facilitado a comunicação do leitor com a Redação. Mesmo assim, sobra desinformação. Conforme pesquisa do DataFolha, mais de um terço dos leitores não sabem quais são as principais funções do ombudsman.

Tornar esse serviço ainda mais conhecido é uma das tarefas do jornal e do novo ombudsman, o jornalista Mario Vitor Santos.

Quanto ao jornal, é minha obrigação registrar alguns problemas candentes que merecem ser resolvidos para o bem do leitor. A saber:

Desatenção - Muitas vezes avalia-se muito mal uma notícia e quando o jornal a publica não dá destaque. Então, corre para enfrentar o prejuízo.

Na semana passada há o exemplo das irregularidades na LBA. Enquanto outros jornais destacaram na quarta-feira que o presidente Collor pedira a Romeu Tuma, da Polícia Federal, a prisão do ex-superintendente da LBA em São Paulo por causa de irregularidades apuradas, a **Folha** só conseguiu dar essa notícia, por inteiro, na quinta-feira. E a transformou em manchete: "Prendam alguém na LBA, pede Collor". O fato tinha aparecido apenas parcialmente no jornal da véspera.

Sensacionalismo - Costuma-se exagerar em certas interpretações. Essa manchete do "prendam alguém", pode ser considerada sensacionalista, apesar de sintetizar com maestria um dos problemas enfrentados pelo presidente da República: mostra ao povo que se combate a corrupção. O sensacionalismo esteve em manchetes com vôos de interpretação, como aquela do "fim" da URSS e da era Gorbachev (recentes), a do "adiamento" da unificação europeia (outubro de 1990) ou na guerra do Iraque quando se afirmou erroneamente ter Israel ataque depois de sofrer bombardeio com armas químicas (janeiro passado) - para ficar em manchete equivocadas, as quais não foram objeto de retificação.

Comodismo - O crítico do jornal costuma apontar e discutir erros ou imprecisões. Apontá-los não significa a correção do problema. O leitor merece palavra oficial da Redação no sentido de defender seu ponto de vista ou reconhecer o erro.

Esquizofrenia - Trata-se do tratamento desigual dado a fatos com conteúdo político ou problemas relativos à tal ética ambígua. Exemplo recente foi quando se noticiou que os governadores haviam negado acordo para o emendão do governo Collor e dois dias depois esqueceu-se de destacar que o governo havia sofrido realmente uma derrota na Câmara dos Deputados, na aprovação da indexação salarial. Ou seja: o jornal exagerou interpretando algo não acontecido (o desapoio dos governadores) e não explicou em manchete que o governo Collor fora derrotado quando isso efetivamente aconteceu. No outro caso, da ética ambígua, ele deixa de noticiar sequestros em andamento quando até as emissoras de televisão aboliram essa norma de avestruz, a de omitir a notícia de sequestro num país em clima de terrorismo civil.

Salada editorial - Apareceu com a reforma gráfica de fevereiro. O fechamento antecipado das editorias traz para o caderno **Brasil** coisas tão dispares quanto a coluna de Mortes, o resultado do futebol ou o crime da noite. Jornal é hábito. Esse constante salto de assuntos de um lugar para outro não cria hábito nenhum e acaba irritando o leitor. A mesma saladinha deu sumiço ao **Esporte**, que perdeu até seu caderno diário. Idem para o antigo caderno de Negócios. Mal disfarçado no caderno **Dinheiro**, ele não reencontrou a identidade que lhe garantiu fama e leitores.

Síntese capenga - Desenvolveu-se um sistema de modulação que requer textos curtos e concisos. Devem combinar a informação principal com o detalhe revelador em cada notícia, tenha ela cinco ou dez linhas. Apenas nos textos dos "medalhões"

se consegue boa. O restante dos textos, vazados em mau português (média diária de 119 erros em agosto), carece não apenas de detalhes mas de informação fundamentais para a compreensão da notícia.

Eterno declaratório - O jornalismo brasileiro continua baseado nas declarações dadas pelos personagens das notícias. A **Folha** sofre muito com isso. Na maioria das vezes, a informação correta é exatamente o contrário daquela enunciada, mesmo quando aparece da maneira exata como foi dita (o que é raro). A informação colhida nos bastidores, cruzada com outras fontes, pode revelar mais do que uma declaração formal - principalmente quando vem de ocupantes do poder. Seja poder governamental, partidário, empresarial, intelectual ou sindical. Seria benéfico se se extirpasse do jornalismo essa mania de transcrição literal de declarações, encheção de linguagem sem a informação (ou análise) complementar para situá-la no contexto e na verdade dos fatos. Cabe a todo jornalista desenvolver o distanciamento crítico. Duvidar. Ceticismo é qualidade fundamental nesse negócio das notícias.

Omissão sindical - Cobre-se mal o sindicalismo brasileiro. Por dois motivos principais:

1. A grande imprensa é parte do "establishment" e mesmo os jornais mais independentes relegam ao segundo plano as lides sindicais.
2. De sua parte, são poucos os sindicatos capazes de ter um competente serviço de relações públicas (aparece mais quem trabalha melhor o seu marketing, regra do jogo numa sociedade de mercado).

A **Folha** é o jornal mais aparelhado do "establishment" para cobrir o sindicalismo brasileiro porque é o mais independente. Tem mais condições de acompanhar os conflitos trabalhistas com busca de isenção. Contudo, quem acompanhou, pôde sentir o enorme desleixo com o qual se tratou, por exemplo, a greve dos professores e servidores das escolas e universidades federais. Erro de estratégia, ademais, quando se leva em conta o tamanho do professorado e a quantidade de leitores perdida com o descaso para com movimento grevista de mais de cem dias.

Espaço para o leitor - As enormes cartas explicativas de autoridades ou personalidades que invadem o Painel do Leitor ocupam espaço privilegiado do leitor, mesmo configurado inequívoco direito de resposta. Nesse sentido, seria interessante tanto para os eventos ofendidos quanto para os leitores que fosse aberto um local próprio para o chamado direito de resposta. Cada carta dessa teria espaço proporcional ao material contestado e comportaria títulos com destaque. Nenhum jornal faz isso de forma sistemática. Seria mais um ponto desta **Folha** em credibilidade e deixaria a seção tradicional de cartas ao seu dono: o leitor.

Eram essas as observações que eu queria fazer. O mandato do ombudsman é de um ano renovável por apenas mais um ano. Fim. Cumpri os dois anos e agora acabou. Agradeço imensamente aos leitores que acreditaram, procuraram o ombudsman. O perfil desses simpáticos "reclamações" pode ser conferido nos quadros aqui inseridos, fruto de uma pesquisa realizada por mim durante o mandato - nos primeiros 20 meses manualmente e depois com a ajuda de um computador. Sem esses leitores e a coragem da **Folha** em criar e manter a função, a instituição não seria realidade.

Por tudo isso, decidi sistematizar essa experiência num livro, "O Relógio de Pascal", editado pela Siciliano. Será lançado aqui na Folha na terça-feira a partir das 19h, no 9º andar. Você, leitor está convidado.

TEXTO 03 - Mario Vitor Santos 1MVS - 1C

Crítica diária

Manifesto de um novo ombudsman

São Paulo, domingo, 29 de setembro de 1991

MARIO VITOR SANTOS

O poder absoluto e unilateral da imprensa está em xeque. Após longas décadas de um solene distanciamento em relação aos leitores, de um autoritarismo sutil baseado na tradição, naquilo que é assim porque sempre foi assim, aparecem as primeiras fissuras na rocha compacta dos grandes jornais brasileiros.

Nestes espaços penetram as opiniões, os direitos, as exigências de qualidade impostas por um número sempre crescente de leitores.

A sucessão de Caio Túlio Costa, no prazo acertado e de acordo com as condições previamente contratadas, consolida a transformação do cargo de ombudsman em instituição.

Se a criação do posto foi uma iniciativa de marketing, como acabam sendo entendidas tantas atitudes do jornal, importa mais perceber que com ela surge a oportunidade para transformar a **Folha** em presa da própria criação.

Qual é a lei imutável que diz que a mídia tem o direito de escarafunchar toda instituição ou qualquer indivíduo e não possa ela mesma ter suas entranhas e seus erros expostos aos debate público? A informação exata, clara, justa, equilibrada, inclusive sobre a mídia, não é um privilégio da sociedade. É condição essencial para que esta possa existir, se entender, se identificar, decidir seus rumos, para que exista o cidadão.

Num país em que a prepotência impregna tão profundamente o cotidiano de cada um, é inevitável que a atividade de um ouvidor das reclamações do leitor pareça mesmo coisa de quixote.

Como é possível que um profissional solitário, por melhores que sejam suas intenções, recolhendo reclamações no varejo consiga alterar alguma coisa importante de uma estrutura que erra e deturpa em grande quantidade e qualidade e, o que é pior resiste a admiti-lo?

É possível, porém, que a existência de instituições como a do ombudsman ou a aprovação do novo Código de Defesa do Consumidor expressem uma tênue resistência da sociedade, que teima em não ceder à bagunça desbragada e à degradação radical dos padrões de qualidade de vida e de relacionamento social. Pode ser que alguma mudança rela, lenta, cheia de avanços e recuos, esteja se esboçando num sedimento mais profundo e que algum progresso acabe afinal acontecendo.

Mas pode ser que não. Isso só vai ser visto se o cidadão exigir uma nova maneira de relacionamento com os serviços de que se serve, com o poder. Isso implica outra mentalidade: importa valorizar a ação de cada um, a crença de que uma atitude, mesmo que aparentemente inócua, também é importante e pode fazer uma diferença.

Dessa forma, será bem-sucedido o ombudsman que em algum grau relevante conseguir realizar quatro compromissos sagrados: aumentar a precisão, confiabilidade e responsabilidade do jornal; incrementar sua credibilidade; elevar sua qualidade e alertá-la para as preocupações da comunidade.

Pode ser que a essa altura o leitor conclua que este é mais um ombudsman idealista. Mas será se algum outro tipo toparia essa empreitada?

A foto acima, publicada na **Folha** quarta-feira passada, mostra protesto contra a venda da Usiminas. A legenda diz que foi no Rio, mas a placa ao fundo denuncia o

erro: o protesto foi diante da Bolsa de São Paulo. Erros como esse, título engraçados, gafes evidentes ou ridículas serão temas da seção "A Média da Mídia". Recorte jornal ou revista e envie ao ombudsman.

TEXTO 04 - 1MVS - 2C

Crítica diária

Últimas impressões

São Paulo, domingo, 19 de SETEMBRO de 1993

MARIO VITOR SANTOS

Quando o segundo e último ano de mandato do ombudsman chega ao final, é inevitável que se faça algum tipo de balanço. Sem pretender ser completo, gostaria de ressaltar o que acho mais importante.

Em diversas situações, o ombudsman é o único recurso à disposição de alguém que se julga caluniado, injustiçado, atingido pelo conteúdo de uma reportagem, uma charge ou uma foto.

São pessoas que ligam perplexas, sem saber o que fazer. Algumas delas já tentaram entrar em contato com alguma instância do jornal, sem o resultado que desejavam. Elas precisam ser ouvidas por alguém disposto a preparar a entender o que desejam dizer.

Para esses indivíduos, a existência do ombudsman é crucial. Não principalmente pelo que ele escreve, mas pelo que ouça e pela apuração que possa desencadear nas instâncias do jornal. Tem leitor que só quer uma coisa: entender o que ocorreu.

Jornalista

Os jornalistas não são obrigados a aceitar as opiniões de leitores, nem as do ombudsman. Boa parte deles considera o ombudsman presa fácil de lobbies, um inocente que acredita em tudo o que lhe dizem. Jornais e jornalistas raramente são personagens do noticiário e, assim, não sentem em si mesmos o quanto se distorce no dia-a-dia da imprensa.

Há também um dado cultural. Fala-se muito em ética no Brasil, mas pratica-se pouco. Quem é que arrisca a - nesses tempos em que impera uma estreita noção de eficiência máxima, de espírito de equipe, do "vestir a camisa" - alegar previamente problemas de natureza ética dentro das empresas, defender mesmo os direitos do consumidor, arriscar posição e salário em troca da transparência e da verdade e em respeito a uma entidade (o cidadão) que ninguém vê? Os Ombudsmans, que são pagos para isso.

Surpresa

Discussões sobre ética são raras, restritas a especialistas, têm um ranço acadêmico e poucas. Nas escolas de comunicação, o tema é tratado de maneira chata, abstrata e isolada das outras áreas.

São escassos os exemplos de jornalistas que têm uma reflexão mais desenvolvida a respeito no plano profissional. Menos ainda são os que agregam a isso alguma definição no plano individual, que trate dos seus próprios padrões nesse terreno.

Quando eu digo que gostei de ser ombudsman, há colegas que se surpreendem e sorriem, como se isso confirmasse a condição de ingênuo que atribuem a min por ter aceito a função. Há os que assumem ar solidário, como se estivessem diante de alguém que foi atingido por uma fatalidade e nem sabe disso.

Diz-se que boa ética e bom jornalismo não combinam. É uma outra maneira de dizer que ética é assunto para o ombudsman, só para ele. Veladamente, o raciocínio é o seguinte: para conseguir chegar à verdade, objetivo do esforço jornalístico, e também para sobreviver, na esfera comercial, não dá para ficar com dramas de

consciência, o negócio é ser agressivo: pau na máquina, depois se vê como é que fica.

Linguagem

Há quem associe a discussão ética à questão do assim chamado politicamente correto. Alega-se que bom jornalismo e correção política - o questionamento do uso de linguagem considerada preconceituosa em relação a minorias - são incompatíveis.

Como escreveu o professor Renato Janine Ribeiro nesta **Folha**, não há por que descartar a importância de se observar o uso da linguagem como instrumento de poder e, também, de opressão dos direitos de minorias, como as mulheres e os negros, por exemplo. A própria **Folha**, aliás, com seu inovador Manual de Redação (o primeiro a tratar em profundidade de temas ético-jornalístico no Brasil). Inaugurou essa discussão na década de 80 bem antes de ele virar moda.

Não há jornalismo eficazmente agressivo, independente e fiscalizador sem respeito à ética. O resto é manipulação da informação de sucesso fácil a curto prazo, mas que pode ser extremamente corrosivo ao longo do tempo.

Força

Com o término do meu mandato, amanhã, a instituição do ombudsman completa quatro anos no jornal. Consolidada e independente, ela só chegou até aqui graças ao apoio dos leitores e à coragem da direção da **Folha**, que acredita nessa antinomia, isto é, em trazer para dentro de si a oposição a seu jornalismo.

Está na confrontação interna a base do imenso dinamismo, do poder e da atração que o jornal exerce em contingentes crescentes de leitores.

A tarefa agora será da jornalista Júnia Nogueira de Sá, que tem excelentes qualificações para desenvolver ainda mais a instituição. Que tenha muito sucesso.

TEXTO 05 - Junia Nogueira de Sá: JNS – 1C

Crítica diária

Ombudsman, terceiro ato

São Paulo, domingo, 26 de setembro de 1993

JUNIA NOGUEIRA DE SÁ

Quatro anos depois que o primeiro ombudsman da imprensa brasileira tomou assento na **Folha**, a função desse profissional que trabalha para defender os interesses dos leitores do jornal ainda desperta curiosidade. Foi o que descobri nesta primeira semana como ombudsman da **Folha**, o terceiro no cargo criado em 1989.

Foi uma semana atribulada. Entre escrever a crítica diária que circula na Redação - um texto de quase 5.000 palavras -, atender uma média de 15 telefonemas e responder o mesmo tanto de cartas todos os dias, tive de arrumar alguns minutos para dar entrevistas, tirar fotos e agendar palestras. Descobri que ser ombudsman ainda significa reservar boa parte do tempo para explicar aos outros o que é ser ombudsman.

Um número considerável de leitores que telefonaram para o gabinete da ombudsman nessa semana disse ter tomado conhecimento da existência de um profissional paga para ouvir suas queixas sobre o jornal somente no domingo passado. Foi quando, neste mesmo espaço, o jornalista Mario Vitor Santos anunciou o término e comunicou aos leitores da **Folha** que eu havia sido nomeada para substituí-lo.

No balanço de sua gestão, Mario Vitor disse que atendeu mais de 7.000 consultas em dois anos de trabalho. Seu antecessor, o jornalista Caio Túlio Costa - primeiro ombudsman da imprensa brasileira -, passou disso. Parece muito, mas é pouco.

Nesses quatro anos, a **Folha** aumentou bastante a circulação paga e em seu melhor dia, o domingo, passa dos 700 mil exemplares. São mais de 3 milhões de leitores em todo o país às voltas com os muitos erros, omissões, distorções, confusões e problemas que se espalham pelas páginas do jornal. Ou o leitor é tolerante demais ou poucos deles conhecem o caminho que leva à pessoa que pode ajudá-los a fazer com que o jornal encare suas falhas : o ombudsman.

O mais provável é que ambas as coisas sejam verdade. Nesse caso, a responsabilidade não cabe apenas à **Folha**. Faz pouco tempo que o cidadão descobriu, no Brasil, que tem direitos. E direitos de consumidor. Se comprar um pacote de bolachas no supermercado e elas estiverem estragadas, já existem algumas garantias de que o dinheiro poderá voltar às suas mãos.

Se todos os leitores resolvessem, num mesmo dia, pedir de volta o dinheiro pago por um exemplar de jornal que tivesse erros, seria o fim. Dos jornais, porque os erros continuariam existindo. Em respeito ao leitor, é urgente melhorar a qualidade do jornal e fazer com que os erros diminuam. Assumi-los com transparência, abrir espaço nas páginas do jornal para repará-los. E criar um canal para que o leitor possa fazer valer sua opinião, seus direitos de cidadão e de consumidor, junto à Redação.

A **Folha** teve coragem de abrir esse canal há quatro anos. No início, debaixo de críticas pesadas dos que a acusavam de ter lançado mão de mais um golpe de marketing. O ombudsman, imaginavam esses, duraria o exato tempo de ser novidade. Depois, o jornal se encarregaria de arrumar uma nova pirotecnia.

Dois Ombudsmans já cumpriram integralmente seus mandatos de dois anos cada e a função continua existindo. Ainda que provoque curiosidade, dentro da **Folha** hoje é apenas mais uma atividade integrada ao dia-a-dia do jornal. A resistência dos jornais da Redação às críticas do ombudsman diminuiu a níveis que permitem a convivência tranquila. As reclamações feitas pelos leitores são processadas com mais rapidez e menos obstáculos que no começo e nenhum deles pode dizer que fica sem resposta. Pode não ser a que o leitor espera, mas sempre há uma resposta.

A **Folha** e outro jornal editado pela mesma empresa, a "Folha da Tarde", são hoje os dois únicos veículos de imprensa no Brasil com ombudsman. Nos restantes, a idéia de expor publicamente deficiências e vulnerabilidades parece ainda impensável. Transparência, nesses lugares, é conceito que se cobra mas não se aplica. Erros, e há muitos também nesses veículos, são raramente admitidos. A maioria vai para debaixo do tapete da arrogância que ainda reveste as redações. O leitor que se arranje.

Em dez anos, a **Folha** passou de meio coadjuvante na cena brasileira a maior e mais influente jornal do país. Quase metade desse caminho foi trilhado sob a observação de um ombudsman. Em sua crítica diária e colunas semanais, os ombudsmans foram duros, para não dizer cruéis com o jornal. Em defesa do leitor, compraram brigas e enfrentaram polêmicas dentro e fora da **Folha**.

Houve até momentos em que a concorrência fez suas as palavras do ombudsman para atacar a **Folha**. Ao contrário do que esperava, essa mesma concorrência pôde perceber que ambos, jornal e ombudsman, saíram da história mais fortalecidos do que entraram.

Acusa-se a **Folha** de muitas coisas. Boa parte delas tem razão de ser, se não quanto ao conteúdo, ao menos pela forma como o jornal as encara. A **Folha** gosta

de ser irreverente e narcisista e os profissionais que ingressam em sua Redação aprendem depressa a imitá-la. Acuse-se a **Folha** de tudo. Esta ombudsman está aqui para ouvir, e tem garantia a independência necessária para investigar e opinar sobre essas acusações. Só não acusem a **Folha** de ter medo de encarar suas fraquezas. Porque o jornal tem coragem de ter um ombudsman.

TEXTO 06 - JNS – 1C

A forma e o conteúdo de um mal-estar

São Paulo, domingo, 26 de setembro de 1993

O ombudsman tem algumas formas de dar sua opinião num caso. Uma delas é sugerir à Redação que publique determinada resposta enviada por alguém que tenha se sentido prejudicado com o noticiário do jornal. Isso, claro, quando o ombudsman julgar que o reclamante tem o legítimo direito de resposta.

No final da tarde de quarta-feira, a ombudsman da **Folha** recebeu um longo fax assinado por Francisco Baker, assessor de imprensa da Presidência da República. Nele, Baker chamava de "primor de desinformação" reportagens publicadas nos dias 20 e 22 de setembro, sobre um telão de TV que teria sido alugado e instalado no Palácio do Planalto, para que o presidente Itamar acompanhasse o jogo Brasil X Uruguai, no domingo passado.

Segundo as reportagens, o valor do aluguel do equipamento - CR\$ 24 mil - saía dos cofres públicos através da Radiobrás. Depois de publicada a notícia pela primeira vez, na segunda-feira, o presidente da estatal e o dono da firma que alugou o telão enviaram cartas ao Planalto negando a transação. Cópias dessas cartas foram entregues à reportagem da **Folha** na noite da mesma segunda-feira.

Na quarta-feira, o jornal voltou a abordar o assunto diagnosticado que ele causara "mal-estar" no Planalto. Estava lá: "Desde segunda-feira, a assessoria de Itamar se empenha em negar que o equipamento tenha sido pago pela Radiobrás. Com a mesma ênfase se nega a dizer quem pagou".

Em sua carta, o porta-voz do Planalto argumentava que "mal-estar" é conceito subjetivo. Esta ombudsman concorda. Dizia também que a reportagem publicada no dia 22 continha "truques semânticos (que) vão induzindo o leitor a continuar acreditando em algum deslize do governo". Esta ombudsman concorda. Dizia, por fim, que sua carta teria "a intenção de contribuir positivamente para um aprimoramento dos padrões no exercício da atividade jornalística".

Tínhamos até então um problema de forma, e não de conteúdo. Entre aguardar até o domingo para comentar o assunto nesta coluna e dar vazão imediata às reclamações justas de Francisco Baker, a ombudsman preferiu o segundo caminho. Seguindo a praxe do jornal, enviou a carta ao Painel do Leitor, na pág. 1-3, com a sugestão de que ela fosse publicada rapidamente e na íntegra. (Ombudsmans não têm funções executivas na Redação da **Folha**).

Como o próprio porta-voz do Planalto afirma em sua correspondência, também a ombudsman considerou o caso menor e a cara de Baker, extensa demais para comentá-lo. Mas ambas são avaliações tão subjetivas quanto a mal-estar detectado pela reportagem no Planalto. A ombudsman fez então o que lhe cabia: tratou de dar voz a quem se sentia prejudicado por notícia publicada no jornal. Ainda que pela forma da coisa e não conteúdo.

A carta de Baker saiu na edição de sexta-feira, na íntegra. Debaixo dela, uma Nota da Redação insistia em ver o tal mal-estar no Planalto traduzido agora na atitude de Baker de responsabilidade ao jornal.

Na tarde daquele dia, o Painei do Leitor recebeu nova carta do porta-voz. Seu alvo, entretanto, já havia mudado. Baker passou a atacar a ombudsman por ter feito exatamente aquilo que ele desejava que ela fizesse, como diz a nova carga: "Pensei que D.Junia (sic) ia ler a (primeira) carta, considerar minhas ponderações e eventualmente dar sua opinião supostamente isenta sobre a matéria".

Não foi outra coisa que fez esta ombudsman. A opinião de que Baker tinha razão em seus argumentos foi dada com o envio imediato da carta ao Painei do Leitor. Portanto ironia, o texto abria a seção na sexta-feira, em lugar muito mais visível que aqueles onde as notícias contestadas saíram publicadas, ao contrário do que frequentemente ocorre quando alguém solicita o direito de responder a um jornal.

O que irritou Baker não foi certamente a publicação da carta. Foi, sim a resposta contida na Nota de Redação. Que voltava ao conteúdo do caso, desprezando sua forma. Por causa da nota, o porta-voz acusou a ombudsman de ser "extensão do Painei do Leitor" e disse que não cometerá mais os "equivoco" de recorrer a essa instância. Também esta segunda carta foi publicada no Painei do Leitor, na edição de ontem.

Como escrevi no texto que abre esta coluna, o leitor tem sempre uma resposta do ombudsman da **Folha**. Pode não ser a que ele espera, mas há sempre. No caso de Francisco Baker; todo o empenho da ombudsman em lhe dar voz no jornal pareceu pouco diante da Nova da Redação que voltava a pedir explicações sobre o aluguel do telão. Ressalte-se que esta ombudsman desconhecia a existência e teor da nota até vê-la publicamente. A reação de Baker leva a crer que o porta-voz não queria, ao contrário do que afirma, uma opinião sobre o episódio. Baker é inteligente e sabe que esta ombudsman não poderia discordar dos argumentos que ele arrolou em sua primeira carta. As reportagens de que reclama, especialmente a segunda (22 de setembro), têm um texto artiloso. Ao que parece, o porta-voz queria que a Redação da **Folha** fosse admoestada pela ombudsman em sua coluna e ficasse, ela sim, sem direito de responder.

Baker cobra desta ombudsman a correção no desempenho de seu trabalho. Como leitor da **Folha**, tem o direito de fazê-lo. E me deixa à vontade para exigir o mesmo em relação a ele e sugerir ao porta-voz que responda uma questão afeita às suas funções no Planalto. Uma questão de conteúdo, não mais de forma. Em defesa dos leitores da **Folha**, a quem até agora a informação foi sonogada, a ombudsman pergunta: afinal, quem pagou o aluguel do telão?

TEXTO 07 - JNS – 2C

Crítica diária

Um ano e muitas lições

São Paulo, domingo, 25 de setembro de 1994

JUNIA NOGUEIRA DE SÁ

Na última terça-feira, 20 de setembro, completei um ano de mandato como ombudsman da **Folha**. No mesmo dia, o cargo completou cinco anos de existência no jornal. Mas, ao contrário dos dois Ombudsmans que me antecederam aqui, meu mandato não está sendo renovado. A partir da próxima quarta-feira, a **Folha** tem um novo ombudsman: o jornalista Marcelo Leite.

Como o leitor já deve saber, os Ombudsmans da **Folha** têm mandato de um ano renovável, de comum acordo entre a Direção de Redação e o próprio ombudsman, por apenas mais um ano. Desde o início, minha intenção era permanecer no cargo por todo esse período. No final de agosto, a um mês do encerramento de meu mandato, a Direção de Redação manifestou sua intenção de me manter no cargo

por mais um ano, o que publicamente quero agradecer. Mas algumas questões de ordem particular (e inadiáveis) acabaram me fazendo desistir da idéia -e, confesso, não foi fácil.

Ser ombudsman da **Folha**, um jornal de quase 1,5 milhão de exemplares aos domingos, é uma responsabilidade enorme e, ao mesmo tempo, um trabalho fascinante. Ao longo de um ano, mais de 7.000 leitores me procuraram para falar do jornal: fazer queixas, apontar erros, reclamar de falhas (eventualmente, um elogio também chega ao ombudsman). Também ao longo de um ano, participei de 27 eventos como palestras, seminários e debates com estudantes, jornalistas e profissionais de outras áreas, no Brasil e fora dele. O que aprendi, nesse ano, vale por dez.

O leitor tem uma visão do jornal que muitas vezes nós, jornalistas, não conseguimos imaginar -exatamente porque, no dia-a-dia, estamos distantes dele. A maneira como esse leitor critica e aponta defeitos é precisa, e surpreendente. Ao longo desse ano, tentei informar o máximo possível a Redação da **Folha** sobre suas opiniões, suas queixas, suas expectativas em relação ao jornal. Afinal, quem melhor do que um leitor para saber o que é um bom jornal?

Como ombudsman, também pude observar a **Folha** de uma perspectiva nova: a de sua responsabilidade social. Impressiona perceber, nas cartas e nas conversas com os leitores, quanto eles acreditam no que lêem, quanto dependem dessas informações e quanto um erro pode causar de estragos e problemas. Impressiona perceber que, no dia-a-dia da redação, muitas vezes nos esquecemos disso -de que todo erro, num jornal, desmonta parte dessa credibilidade construída com enorme sacrifício.

No balanço final, só posso dizer que foi uma experiência enriquecedora (todo jornalista deveria ser ombudsman por uma semana, para ouvir as críticas diretamente do leitor; é pedagógico). O convívio com a Direção e a Secretaria de Redação da **Folha** foi o melhor possível, e a ambos devo a possibilidade de fazer um trabalho livre de quaisquer interferências.

Também o convívio com a Redação foi excelente: recebi mais de 80 respostas e observações à crítica interna ao longo deste ano, o que facilitou a discussão de temas que só melhoram a qualidade final do jornal. Se posso fazer um reparo, entretanto, gostaria que a Redação tivesse sido mais eficiente nas respostas às questões levantadas pelos leitores. Em média, elas demoram até um mês para serem atendidas pela Redação -o que, num jornal diário, é uma eternidade.

Até terça-feira, continuo sendo a ombudsman da **Folha**. Na quarta, entrego o cargo a Marcelo Leite, um jornalista competente e experiente, e no fim-de-semana saio para alguns poucos dias de merecidas (permita-me, leitor) férias. Nelas, vou fazer a coisa de que mais gosto: ler muito, e ler jornais. Se encontrar problemas, telefone para o ombudsman da **Folha**, pode acreditar.

TEXTO 08 - Marcelo Leite: ML – 1C

Crítica diária

Pobre imprensa

São Paulo, domingo, 02 de outubro de 1994

MARCELO LEITE

Faço minha estréia nesta coluna na véspera de uma eleição mais do que importante para o Brasil. Diria histórica, até, não fosse o desgaste inexorável a que o adjetivo é submetido nas páginas dos jornais.

A economia, usualmente enlouquecida, comporta-se bem dentro da camisa-de-força do real. Mais: pela primeira vez o país vai escolher entre dois candidatos a presidente suposta ou biograficamente "de esquerda". Pela primeira vez, há uma chance de que a questão social, enfim, deixe de ser caso de polícia.

É tudo o que muito jornalista sonhou na vida.

Além disso, uma das poucas discussões interessantes desta campanha tediosa disse respeito à própria imprensa: henricou ou não?

O ombudsman é a pessoa paga para criticar o jornal em que trabalha, inclusive comparando-o com os concorrentes. É natural, assim, que se espere de mim, hoje, um julgamento conclusivo sobre a questão.

Uma questão que, note bem, não acompanhei em minha função atual, assumida na quarta-feira passada. Mas a segui na dupla condição de cidadão interessado e jornalista com alguma experiência, ainda que absorto na geografia, no ambiente, na ciência. Por isso mesmo, por não ter estado envolvido nem com a cobertura das eleições nem como uma apreciação desse trabalho jornalístico, acho que estou em condição vantajosa para emitir um juízo.

Ei-lo, sem mais rodeios: henricou, sim. Uns mais, outros menos, com maior ou menor leviandade. Até a **Folha** -o único grande jornal a abrigar em suas páginas uma discussão pública desses temas, nunca é demais dizer- andou escorregando, como teve a coragem de mostrar aqui minha antecessora, Junia Nogueira de Sá.

Henricou, sim. O que não quer dizer grande coisa, apresso-me em dizer. Estou convencido de que não foi um complô da imprensa que levou Fernando Henrique Cardoso tão perto de se eleger presidente da República, amanhã. Nem de banqueiros, da Rede Globo, do FMI, do imperialismo, o que for.

A força da candidatura FHC brota de outra fonte. A chamada "mídia" (esta palavra odiosa, assassinato norte-americano de um termo latino, é uma das pragas que as escolas de comunicação nos legaram) foi mais uma coadjuvante na torrente desencadeada pelo Plano Real.

A imprensa fez o que pôde, claro. Deu curso a toda sorte de preconceitos, foi leniente com FHC, desprezou o fenômeno Enéas. Alheou-se das campanhas para deputados e governadores. Nos poucos momentos em que desceu de seu pedestal de pesquisas de opinião sobre pesquisas de opinião e se dispôs a prestar algum serviço, como o à primeira vista primoroso caderno **Olho no Voto** da **Folha**, cometeu erros que comprometeram todo o esforço.

Esteve, no entanto, permanentemente sob vigilância. Não tem precedentes recentes, por exemplo, o direito de resposta obtido pelo PT, e desperdiçado num texto pífio, na capa da revista "IstoÉ" do dia 28. E só quem não conhece a **Folha** acharia que as cartas no Painel do Leitor, a coluna do ombudsman e os telefonemas de assinantes passaram em branco, sem deixar suas marcas na orientação da cobertura diária das eleições.

Paradoxalmente, foi a **Folha** -talvez o diário mais próximo do FHC pré-PFL, do ângulo ideológico- quem o incomodou mais, a ponto de o candidato criticar de maneira aberta o jornal. Para quem gosta de números, cito o levantamento do Datafolha publicado ontem: comparado com agosto, o noticiário deste jornal que pode ser considerado negativo para o tucano passou de 22,2% do total para 39,8%, em setembro.

Na semana que passou, para citar um só exemplo, o repórter de Política da **Folha**, Emanuel Neri, foi publicamente cerceado pelo candidato. Fernando Henrique tentou impedi-lo de fazer uma pergunta pertinente, com argumentos de autoridade, sobre o usineiro João Tenório. O usineiro, citado na CPI do caso PC, tinha ido à casa do

peessedebista acompanhando o candidato a governador Divaldo Suruagy (PMDB-AL).

Para minha surpresa, nenhum leitor tinha ligado até a noite de sexta-feira reclamando da ausência de Tenório na foto da primeira página da **Folha**, que eu anotara em minha crítica interna da edição. Nem mesmo os petistas mais vigilantes, que telefonam diariamente, deram sinal de vida (muitos ligaram para reclamar de outras supostas manipulações, a maioria sem fundamento).

A julgar pelo destempero de FHC, especulo que os tucanos teriam reagido com virulência a uma foto de primeira página com Tenório. E não haveria a menor necessidade, na minha opinião, porque o único abalo possível à candidatura tucana teria de vir da economia. E ele não veio, para desespero dos adeptos de Lula.

O plano foi uma manobra eleitoral? Óbvio. Mas não só isso, e aí reside toda a astúcia dessa construção, digamos, maquiaveliana. O real deixou os petistas sem resposta, como reconheceu o próprio Lula, ao dizer que ele "não pede votos". Com efeito, ele traz votos.

Foi nesse engodo provisório dos tucanos -ou prodígio provisório, como quiser- que todos os conservadores deste país embarcaram, entusiasmados. E também o eleitorado, não se esqueça.

O próprio Fernando Henrique sempre disse que o plano depende de outras reformas profundas, mas a verdade é que ninguém quer saber disso agora. O mágico convenceu a platéia do circo, porque não se consegue divisar o truque que derrubou a inflação (não houve congelamento).

O candidato Fernando Henrique pode decerto comemorar a inacreditável inversão das intenções de voto nas pesquisas eleitorais após o real. Mas o sociólogo, suponho, deve preocupar-se secretamente com tudo o que ela revela de inconsistência política e ideológica da sociedade brasileira. A não ser, é claro, que sua evolução política e intelectual o tenha convencido de que a verdade, toda ela, está do seu lado.

Pois foi nesse aspecto que também vi a imprensa, ou pelo menos parte dela, distanciar-se de FHC. A tropa de choque do PSDB bem que tentou envolver jornais e congêneres na maior das mistificações: a de que quem ficasse contra o real estaria contra a pátria.

Vi um filme muito parecido, também num primeiro de julho (de 1990), na famosa Alexanderplatz de Berlim Oriental. Foi a data da unificação monetária, três meses antes da unificação política. Os alemães do leste beijavam as notas azuis de cem marcos, inebriadas com a moeda forte. Nunca senti tanto asco.

Não se chegou a esse ponto, no Brasil. A biografia de FHC tem peso demais, não se pode compará-lo com um farsante. A presença do PFL na coligação tem peso demais (a biografia de ACM...), não se pode ignorar o que ela implica de contradições. As greves dos petroleiros, dos metalúrgicos, dos bancários têm peso demais, não se pode metê-las no saco emprestado ao autoritarismo militar (os famigerados "objetivos políticos").

Por mais que se queira, é impossível sustentar a miragem da pátria unida em torno do dinheiro quando ele falta para milhões.

Arrisco-me a dizer que a imprensa tem algo a ver com a vivência concreta desses limites, um penoso e lento processo de gestação política. E terá muito mais a ver a partir de amanhã, quando tudo indica que FHC sairá coroado das urnas -pois os tucanos tiveram de arquitetar uma fragilíssima unanimidade monetário-eleitoral para galgar o governo no voto, o que até então tinham sido incapazes de fazer.

Ninguém, nenhum brasileiro tem o direito de desejar-lhe má sorte. Por via das dúvidas, faço uma única recomendação à imprensa, e à **Folha** em particular, no interesse dos leitores e apoiado no mais alemão dos provérbios: confiança é bom, mas controle é melhor.

TEXTO 09 – ML – 1C

Na ponta da língua; Desinformação

São Paulo, domingo, 02 de outubro de 1994

O leitor terá percebido que sou meio dado a umas palavras que raramente aparecem em jornal e inteiramente avesso a outras que nunca deveriam aparecer nele. É que estou convencido de que o jornalismo brasileiro precisa urgentemente de um choque de português.

Não, não é piada. Só que se escreve muito mal nas páginas que você paga para ler. As raras exceções que confirmam a regra estão na segura veraz de Janio de Freitas, no escracho revelador de José Simão, nos paradoxos iluminados de Marcelo Coelho -para citar somente a prata da casa.

A modo de um programa mínimo, ou minimalista, estou disposto a prestar o máximo de atenção a essas desprezadas miudezas. Alguém já disse que Deus está nos detalhes, mas prefiro uma variante mais ácida, ela também alemã: é o diabo que se esconde nos detalhes.

Em uma frase: todo jornalista que não dá atenção à sua ferramenta, o português escrito, começa a comprometer sua credibilidade. Se é capaz de maltratar aquilo que não por acaso se chama de língua materna, com que falta de escrúpulos não tratará a mercadoria que vende, informações?

Desinformação

O colunista Giba Um decidiu destilar seus rancores em nota fantasiosa da "newsletter" justificadamente anônima que publica. Somente o ridículo do texto foi capaz de fazê-lo sobressair do limbo merecido.

Ninguém notaria a tentativa de atacar a instituição do ombudsman da **Folha**, não fosse o esforço que fez para espremer nada menos do que cinco erros de informação em uma nota de apenas 13 linhas. O menos grave deles foi confundir-me com Marcelo Coelho.

Não é a primeira vez que o apressado jornalista se enrola com informações e nomes tão complicados. Em março de 1993, saiu-se com uma fantástica associação entre a Editora Abril e o ator Christophe Lambert. Na realidade, confundiu-o com o empresário norte-americano Christopher Lund, ex-presidente da Câmara Americana de Comércio em São Paulo. Uma diferença, com efeito, difícil de perceber.

Lembra-me uma querida amiga, que certa vez entrou na livraria e pediu "Bodas de Sangue", de Gramsci. Ela queria, na verdade, "Banhos de Sangue", de Chomsky.

TEXTO 10 - ML – 2C

Crítica diária

Mais luz, mais ilusões

São Paulo, domingo, 05 de janeiro de 1997

MARCELO LEITE

Deixo de ser ombudsman da **Folha** depois de 831 dias no cargo e 107 colunas como esta. Já vou tarde, pois exercia a função interinamente desde final de setembro, quando motivos de saúde impediram Mario Vitor Santos de assumir. A partir de amanhã, ele é o novo ombudsman, mas não um novato (já frequentou este pelourinho moral entre 1991 e 1993).

Prazer e pesar se misturam, nesta despedida. E otimismo.

Álvio: sábia é a regra adotada na **Folha** que fixa o mandato do ombudsman em no máximo dois anos. Muito mais tempo no liquidificador, desandaria a liga delicada com leitores e Redação, como ovos, azeite e limão na maionese. A acidez prevaleceria, degradando uma invenção civilizada em grumos e azedume.

Aflição: afastar-se com a inevitável sensação de que muito mais deveria ter sido feito, tantas são as deficiências do jornalismo diário praticado no Brasil e da **Folha** como seu expoente, para o bem e para o mal.

Resta o consolo de reconhecer que tão importante quanto espremer limões é obter os ovos gordos da reportagem e o azeite fino da pesquisa. De volta à feira, portanto.

Certeza: Mario Vitor Santos atuará novamente com competência no papel de guardião do livro de receitas (o "Novo Manual da Redação").

Menos mercado

Em lugar do tradicional balanço de final de mandato, ofereço um brinde. Um brinde ao futuro do jornalismo, que se encontra numa encruzilhada. Meus votos são de que siga pelo caminho certo, escolhendo a informação e não o entretenimento, equilíbrio em lugar de sensacionalismo, a opinião pública antes do mercado.

De um ponto de vista abstratamente ético, moral, ou mesmo moralista, as alternativas parecem fáceis de decidir. Não são; nunca foram. Diversão, emoção e valor de troca são inseparáveis da informação, um bem de consumo. A questão está em discernir que tais atributos, apesar de tudo, não a governam. São condições necessárias da notícia, não suficientes.

O país está terrivelmente necessitado de mais relevância, mais critério, por parte do jornalismo.

O sucesso mais econômico do que político e social do governo Fernando Henrique Cardoso engendra consensos aparentes: Plano Real, privatização, reeleição. Não se trata de fazer oposição, e sim de apontar-lhes as fissuras, alternativas, motivações, bastidores. Indicar suas limitações, sem omitir as realizações, que no entanto cabe ao próprio governo propagandear.

Não é e não será simples resistir ao charme dos tucanos. Em primeiro lugar, porque eles traficam com as informações, como fazem todos os governantes. Depois, porque "pessimismo" e "negativismo" viraram estigma mercadológico.

Por fim, há o complicador adicional dos interesses empresariais de todos os grandes grupos de comunicação nas áreas de telefonia e privatização. Tais interesses deixam as publicações com um desconfortável "handicap" de independência perante o governo federal.

Mais exemplos

Há muito mais coisas por fazer do que feitas, no Brasil. É disso que os jornais têm de falar, sem a pieguice de socialite que acabou de descobrir a miséria ou o preconceito de sulista que se envergonha dos grotões do país.

Não é só fazer caminhões de reportagens sobre saúde e educação, ou continuar fomentando a psicose coletiva da segurança na classe média. É preciso mudar organicamente a relação dos jornalistas com suas fontes tradicionais, nesses campos.

A reforma mais urgente de comportamento diz respeito à polícia, talvez a mais bruta, inepta e corrompida instituição brasileira. É imperioso começar a confrontá-la, mesmo sob o risco de ficar sem informações.

Enquanto o método básico de investigação for a tortura, a imprensa deveria renunciar unilateralmente à divulgação das identidades de suspeitos. Sem atitudes

como esta, jornalistas continuarão deitando lágrimas de crocodilo depois de casos como o da escola Base e do bar Bodega.

A imprensa não presta para nada se não se atribuir uma missão civilizatória. Para desempenhá-la com credibilidade, precisa dar exemplo de competência, a começar por escrever certo e de forma compreensível. A **Folha**, com o programa de prevenção de erros desenvolvido nos últimos dois anos, tem marcado pontos importantes.

Falta habilidade e senso crítico no trato com números e estatísticas, enquanto sobra fetichismo. Todo cuidado é pouco com relatórios "vazados" pelo governo, mas também por institutos de pesquisa comerciais e até pelas aparentemente santas ONGs (organizações não-governamentais). Isso para não falar de estudos de órgãos internacionais, que descobriram há muito mais tempo o filão das cifras escandalosas.

Menos marketing

É preciso também coragem para pôr no devido lugar as ferramentas de marketing e as pirotecnias industriais. Depois do extraordinário ganho de massa circulatória propiciado pelos "anabolizantes" (fascículos), e superados os problemas mais graves do novo Centro Tecnológico Gráfico-**Folha** (CTG-F), o jornal parece suficientemente provisionado para a tormenta da qualidade, que se avizinha.

O diesel jornalístico ainda é informação exclusiva e bem apurada. Sem ele, o transatlântico não sai do lugar. Para chegar a bom porto, porém, a **Folha** precisa de rotas menos aventureiras do que as que conduziram aos fiascos de distribuição de 9 de outubro de 1994 e 3 de março de 1996.

Duas datas inesquecíveis para o ombudsman, assim como para qualquer jornalista que tenha compartilhado a tarefa de fazer um bom jornal todos os dias, nesta época turva.

Mais ilusões

Para escrever este texto, reli boa parte das colunas dos últimos 27 meses. O tom que predominou foi mais que ácido. Deve ter deixado nos leitores sobretudo os da Redação a certeza de que escrevia sob inspiração do terrível epigrama de Karl Kraus reproduzido no início do "Novo Manual da Redação" da **Folha**: "A missão da imprensa é espalhar espírito e, ao mesmo tempo, destruir a capacidade de absorvê-lo". Não é nada fácil convencer-se da injustiça da frase de Kraus, mas é imperioso iludir-se. É o tipo da ilusão que todo jornalista, e a rigor todo leitor de jornal, deve voluntariamente acolher. Não têm saída, a não ser apostar na perfectibilidade do jornalismo.

Os defeitos congênitos da informação e da esfera pública só encontram remédio em mais informação. Por isso também é inaceitável, ainda que verdadeira a seu modo, a maldição proferida por personagem do magistral "Ilusões Perdidas" de Honoré de Balzac: "Se a imprensa não existisse, seria preciso não inventá-la".

Uma democracia, ainda que débil, subdesenvolvida e injusta como a brasileira, está condenada à imprensa. A maior parte dos defeitos do jornalismo daqui decorre do pouco caso com essa vocação. Para fazer a coisa certa, é preciso reencontrar a determinação de contribuir para o desenvolvimento e o esclarecimento da opinião pública, provando a todos que ela pode ser algo mais do que uma quimera.

TEXTO 11 - Mario Vitor Santos 2MVS - 1C

Crítica diária

A telha quebrada e o kamikaze

São Paulo, domingo, 12 de janeiro de 1997

MARIO VITOR SANTOS

Retornar a este espaço e à função de representar os leitores da **Folha** é responsabilidade e prazer, ainda mais estimulantes porque a volta encerra uma doença desagradavelmente prolongada.

Agradeço ao jornalista Marcelo Leite, que adiou a satisfação de interesses pessoais para preencher minha ausência. Ele soube exercer com notável competência o trabalho de servir aos leitores e zelar pela observância de princípios éticos na esfera do fazer jornalístico.

A delícia desta função é quando se pode ver o crescimento de uma mentalidade ética de restrição dos prejuízos que possam ser causados pela atividade jornalística. Em muitas ocasiões, a extensão desses danos não é muito clara. Em outras, é evidente.

Um dos primeiros casos que atendi durante esta primeira semana foi o de Célia Ferreira da Costa, sub-síndica de um prédio da Vila Madalena, bairro da zona oeste da capital de São Paulo.

Ela ligou para dizer que um fotógrafo da **Folha** danificara o telhado de seu prédio. Buscando o melhor ângulo para documentar o reinício das obras do metrô no bairro, o fotógrafo Otavio Dias de Oliveira pediu ao zelador do prédio autorização para subir ao terraço, de onde se pode ter uma boa visão do canteiro de obras em frente. É dali que os fotógrafos de vários veículos de comunicação costumam fazer seu trabalho quando o assunto é metrô Vila Madalena. Não satisfeito, o fotógrafo da **Folha** quis uma visão melhor e aventurou-se no telhado, onde acabou quebrando uma telha de amianto.

Diz o repórter-fotográfico, em seu relatório sobre o caso: "Como o zelador do prédio estava me acompanhando, perguntei o que poderia fazer para reparar o dano. No ato, me prontifiquei a pagar pelo estrago. Ele disse que tinha telhas de reserva e sugeri que eu o ajudasse a fazer a troca. Ajudei-o a pegar, cortar e recolocar a telha nova durante 40 minutos e, ao término, perguntei novamente se não seria necessário ressarcir o dano".

Em telefonema, a leitora e subsíndica declarou que o serviço não foi satisfatório e pediu que o jornal providenciasse uma telha nova. A **Folha** foi imediatamente comunicada: "O jornal se dispõe a ressarcir eventuais prejuízos de qualquer forma", respondeu a secretária interina de Redação, Paula Cesarino Costa. Ainda falta acertar detalhes para encerrar o caso. Dele, o mais importante é mostrar que na Redação da **Folha** se institucionaliza uma cultura de respeito a limites na atividade jornalística e de reparação dos danos que possa causar.

Várias iniciativas, inclusive os sete anos de existência da função de ombudsman, contribuem para o enraizamento dessa mentalidade.

Hitomi Tsuyoshi não suportou a espera. Depois de tantos dias sem notícias, resolveu apelar a um gesto desesperado. Com seu tradutor de castelhano na cola levando a câmara, o jornalista deu um jeito de furar o bloqueio policial em torno da embaixada japonesa em Lima, ocupada pelos guerrilheiros do Tupac Amaru.

Cartazinho da TV Asahi como escudo, ele esgueirou-se até conseguir entrar na embaixada para entrevistar os sequestradores com exclusividade, furando 600 jornalistas de plantão em torno do local.

Ao sair, duas horas depois, foi preso pelas autoridades peruanas e teve seu material confiscado. Há quem o acuse de pôr em risco a vida dos reféns, ameaçar as negociações para o fim do sequestro e até subornar vizinhos para se aproximar da embaixada.

E a **Folha**? Qual a política do jornal para o seu enviado especial a Lima, Igor Gielow, num caso como este? A editora de **Exterior**, Andréa Fornes, há 11 anos na **Folha**, explica que, por princípio, o jornal deseja obter a notícia, mas não incentiva comportamentos que possam expor a vida do jornalista ou ameaçar reféns. Quanto ao jornalista japonês, ela acha que não houve risco demasiado. "Deve prevalecer a avaliação do jornalista no momento", acrescenta.

O enviado Igor Gielow, cinco anos no jornal, considera que o jornalista agiu corretamente ao tentar a entrevista. "O risco era limitado. Os guerrilheiros não iam atirar, como não atiraram contra o grupo de 30 jornalistas que os entrevistaram há duas semanas. É uma guerra de comunicação e eles desejam transmitir uma imagem simpática", diz ele. Quem não gostou foi o governo peruano, que está perdendo a batalha na mídia.

Como em quase todas as discussões envolvendo situações-limite da ética jornalística, não existem limites claros e simples. E você, o que acha? Envie suas opiniões para o ombudsman. O assunto será abordado nesta coluna no próximo domingo e também no bate-papo eletrônico com os assinantes do Universo Online na quarta-feira das 18h30 às 19h30.

TEXTO 12 - 2MVS - 2C

Crítica diária

Despedida

São Paulo, domingo, 28 de dezembro de 1997

MARIO VITOR SANTOS

Esta é a última coluna que escrevo na condição de ombudsman. O segundo período como "representante dos leitores do jornal" permitiu-me acompanhar o desenvolvimento de importantes progressos e ameaças para o jornalismo.

Mais do que nunca antes, o jornalismo propriamente dito ameaça tornar-se uma atividade cercada por outros interesses assumidos pelas empresas jornalísticas. A competição mais acirrada, a ação de preferências econômicas e ideológicas sobre o noticiário, o poder do governo, a pressão avassaladora provocada pela televisão na cultura brasileira e o atraso educacional impõem graves restrições ao nível médio do jornalismo que aqui se pratica. O terreno árduo da reportagem investigativa, o trabalho isolado de questionamento dos poderes estatais e privados, a missão pública de prestação de serviços informativos à sociedade encontram-se pressionados pelo retorno mais fácil propiciado pelo jornalismo de entretenimento e da adesão à "maioria". As injunções voltadas à satisfação de interesses comerciais põem o jornalismo na defensiva. No Brasil de hoje, a mídia apóia o governo. Não apenas nos editoriais e colunas, onde a opinião é livre. Também na divulgação acrítica das ações e, principalmente, das intenções oficiais. Aí o governismo serve-se do jornalismo adésista e preguiçoso. A diferença entre os diversos veículos está no grau de entusiasmo existente. Influi também a cultura de cada veículo. No passado também foi assim. Esse governo, porém, tem conseguido manter a adesão da mídia por mais tempo, apesar da crise, do aumento das desigualdades e da previsão de que os problemas vão se agravar. O mercantilismo exagerado e sem princípios gera questionamentos a respeito da mídia. Discute-se a erotização envolvendo jovens e adolescentes, a invasão de privacidade, a importação pelos jornais de qualidade de um estilo de cobertura típico da imprensa sensacionalista.

Como afirma o economista carioca Carlos Eduardo Martins, um dos mais assíduos amigos desta coluna, a mídia gastou boa parte do ano falando de fenômenos que ela própria impôs ao público. Ocupou parcela significativa das atenções com temas

como princesa Diana, a ex-sem-terra Débora Rodrigues, Carla Perez, Xuxa, Luciano Szafir.

Alguns desses "fatos" talvez não chegassem ao conhecimento de muitos leitores de jornal. Mas, como diz o economista Martins: "Se você não tomou conhecimento, acaba sendo obrigado a esse contato pela mídia, a **Folha** inclusive. Há um jogo de espelhos e máscaras. A mídia se realimenta do supérfluo e do vazio".

Muitos desses "fatos" recebem destaques nas primeiras páginas de todos os jornais, inclusive a **Folha**, em muitas edições em seguida. Viram seriados, o que indica muito a respeito daquilo que o jornal considera relevante recomendar a seus clientes, numa espécie de diálogo implícito: "Mas como? Você ainda não sabe disso?"...

O leitor Martins acha que esse processo vicioso pode gerar um afastamento dos indivíduos, que se perguntam: o que eu tenho a ver com isso? O que isso tem a ver comigo?

O jornal pauta a leitura de milhões de cidadãos. Isso implica enorme responsabilidade ética.

Ética é, porém, matéria de escassa consideração nas redações, premidas pela competição e o "serviço ao mercado". Nas escolas, seu ensino é inexistente. Nos cursos de comunicação, a disciplina é ministrada com legislação de imprensa. Ninguém dá a mínima. Não se ensina ética aos jornalistas brasileiros.

As chamadas técnicas de redação e de reportagem a espinha dorsal do curso são inteiramente esvaziadas de qualquer reflexão ética. Essa é a principal razão para o baixo nível médio dos cursos de comunicação, com a qual o governo tem sido conivente até agora. Vamos ver se o provão do meio do ano contempla algum exame de questão ética ligada ao jornalismo.

TEXTO 13 – MVS2 – 2C

Privilégio brasileiro

A **Folha** é dos poucos veículos que se dispõe a fazer jornalismo sobre assuntos sobre os quais tem interesse direto e opinião formada. Publicou na terça-feira passada levantamento sobre leis de imprensa em seis diferentes países.

A principal conclusão contraria a tese editorial da **Folha** sobre o assunto. Não existe país com privilégio semelhante ao advogado pela mídia no Brasil. O setor quer que a nova lei fixe um limite para as indenizações para os crimes cometidos pela imprensa. Na Argentina, Estados Unidos, França, México, Portugal e Reino Unido, países em que a **Folha** realizou o levantamento, os meios de comunicação são tratados como qualquer outra instituição ou cidadão. Pagam pelos prejuízos que causarem aos que forem injustamente prejudicados pelo noticiário.

No Brasil, ANJ (jornais), Abert (rádio e TV) e Aner fazem ampla campanha, com destaque nas primeiras páginas e em editoriais de TV, pela isenção de parte da responsabilidade por crimes que cometerem. Alegam que as indenizações poderiam levar as empresas à falência.

Os títulos da **Folha** (capa: "Norma de imprensa difere em seis países"; dentro: "Regras para imprensa variam entre países") evitam a questão central e podem induzir o leitor a erro. Quanto à questão central, a indenização, as normas não variam. Nenhum deles prevê teto para a pena.

Seja como for, a **Folha** foi o único grande veículo a abordar o assunto de maneira mais objetiva. Fica uma sugestão: informar sobre os maiores processos que cada grande veículo está respondendo no Brasil. Muita coisa poderá ser explicada a partir

daí, pois as penas não têm sido desprezíveis e a mídia raramente as informa, como, aliás, recomenda a nova lei em exame no Legislativo.

TEXTO 14 – MVS2 – 2C

Os "orelhões"

São Paulo, domingo, 28 de dezembro de 1997

Recente encontro da Associação Brasileira de Ouvidores (ABO) registra uma silenciosa revolução na sociedade brasileira. Já existem cerca de 250 ouvidores e ombudsmans no país. Atuam em grandes e médias empresas atendendo aos consumidores. Estão cada vez mais presentes no setor público, onde quase sempre gozam de autonomia para servir aos usuários-cidadãos.

A **Folha** não tinha idéia do movimento que estava desencadeando ao criar o ombudsman. Foi, em 1989, a pioneira do movimento. Antecipou uma tendência. A iniciativa foi tão bem-sucedida que, agora, a ABO adota um rígido código de ética para ouvidores e ombudsmans. Tenta regular uma atividade que incha, animada pelo Código de Defesa do Consumidor, pela nova consciência geral em relação aos direitos do cidadão e, como não poderia deixar de ser, por gente interessada em faturar em cima do prestígio da nova onda.

No jornalismo brasileiro, a atividade é mantida na **Folha**, na rádio Bandeirantes de São Paulo e no jornal "O Povo", de Fortaleza (a rádio "O Povo", do mesmo grupo, também anuncia sua ombudsman). Muitos outros veículos estabeleceram canais com leitores e espectadores. Não são ombudsmans, mas, com diferentes denominações e graus de poder e liberdade, assumem parte de suas atribuições, servindo ao público. É inevitável o fortalecimento dos "orelhões", como os ouvidores também são conhecidos.

TEXTO 15 - Renata Lo Prete: RLP – 1C

Crítica diária

A ingenuidade à sua disposição

São Paulo, domingo, 08 de março de 1998

RENATA LO PRETE

Das conversas que tive com leitores e colegas desde que aceitei o convite para ser ombudsman da **Folha**, há uma frase em especial que não me sai da cabeça. "Para assumir essa função, é preciso ser um pouco ingênuo", disse-me Caio Túlio Costa, o primeiro a ocupar o cargo no jornal.

Dele e dos outros ombudsmans ouvi ainda palavras de estímulo e demonstrações sinceras de apreço pela instituição que consolidaram.

Mas não é difícil descobrir o que Costa quer dizer. No meio do caminho entre o jornal e o leitor, o ombudsman existe para apresentar ao primeiro falhas e arbitrariedades apontadas pelo segundo.

A pressa com que é feito condena o jornal a uma certa dose de erros e distorções. Muitos jornalistas consideram que essa imposição tudo desculpa e os exime de dar explicações ao público.

Já foi pior. Hoje, alvo da mesma intensidade crítica que dedica aos outros, a imprensa ou ao menos parte dela revê procedimentos e busca o aperfeiçoamento.

A **Folha** está nesse caminho, o que é um bom começo. Por meio de programa de qualidade, comissões e seminários internos, seus profissionais refletem cada vez mais sobre os limites de sua atividade e as formas de prestar um serviço de melhor qualidade.

Mas não é o bastante. O jornal comete mais erros do que seria saudável aceitar. Vão de pequenas incorreções, que poderiam ser evitadas com um pouco de aplicação e humildade, a falhas graves.

"O jornalismo terá de fazer frente a uma exigência qualitativa muito superior à do passado, refinando sua capacidade de selecionar, didatizar e analisar", diz a **Folha** no ambicioso projeto editorial que apresentou em agosto.

O leitor percebe que esse patamar de qualidade ainda aparece de forma incipiente nas páginas do jornal.

Mas, se há muito por ser feito, a **Folha** tem o mérito de expor suas fraquezas ao público como nenhum outro veículo da imprensa brasileira.

A instituição do ombudsman, que em setembro completa nove anos no jornal, é uma das manifestações dessa política.

Em minha primeira semana de contato com os leitores, percebi que está longe de haver unanimidade quanto à eficácia da função.

Há quem reclame da arrogância nas respostas de alguns jornalistas. Não há como discordar.

Muitos não entendem por que as explicações às vezes demoram tanto a chegar. Nem eu, que estive por 12 anos na Redação. Quero, aliás, assumir publicamente o compromisso de encurtar esse caminho, bem como o de não deixar ninguém sem resposta. Agradeço a todos os que me desejaram boa sorte. Vou precisar. Quanto a você, leitor, minha ingenuidade está à sua disposição.

TEXTO 16 – RLP- 1C

Lillian Witte Fibe

(Jornalista, 44 anos)

Quanto de informação e quanto de entretenimento devem compor um telejornal?

Entreter, divertir ou distrair nunca foi tarefa jornalística. Seria patético se a imprensa optasse por reportagens adornadas com "efeitos especiais" apenas para aumentar a tiragem ou a audiência. Já pensou se resolvêssemos que a gravação da novela das oito é notícia e que, portanto, merece espaço num noticiário?

Está provado que jornalismo se alimenta, vive e sobrevive de independência e credibilidade.

A notícia vem perdendo espaço para o que os americanos chamam de "infotainment"?

Você já pensou na tragédia que seria se passássemos a nos pautar pelo que o telespectador quer ver, e não pelo que ele precisa ver?

Os institutos de pesquisa descobrem que o leitor da **Folha** quer mais bichinhos e mulher nua _e menos políticos, porque está aborrecido com os parlamentares e a imagem do Congresso não é boa. Diante disso, o diretor do jornal obedece à "receita de bolo" e baixa a ordem: não se fala mais em partidos, políticos e alianças eleitorais. Nada de pacote fiscal _assunto chato esse!

A democracia não poupa seus cidadãos de decisões difíceis. E, para decidir com responsabilidade, as pessoas precisam ter acesso a todo tipo de informação, mesmo a desagradável.

Nem todas as empresas de comunicação se deram conta de que a era do jornalismo escapista ficou para trás. Nos tempos do Médici, imperava o jornalismo chapa-branca e a Copa do Mundo. E olhe que não era culpa dos jornalistas. Isso felizmente acabou. A responsabilidade da imprensa na democracia é infinitamente maior.

Existe algum modelo de telejornalismo que você persegue?

Persigo, há 25 anos, o interesse do público (não o desejo dele). Gostaria de não ter dado a notícia do Plano Collor, por exemplo. Mas era um fato, e mudaria a vida dos brasileiros. Daí em diante, procurei me pautar unicamente pelo que era do interesse de quem estava me vendo na TV.

Tenho procurado fazer isso sempre. Se não puder ser assim, não há graça.

No dia em que nos esquecermos do interesse do público para atender a esse ou a aquele político, ao governo ou a algum ramo empresarial, estaremos todos fritos.

O que é mais importante: transmitir credibilidade ao público ou estabelecer empatia com ele?

Pelo que sempre ouvi dos especialistas, no jornalismo de TV o importante é a credibilidade. Empatia é fundamental nas novelas e na linha de shows. O que não significa que o apresentador de um telejornal tenha o direito de ser arrogante e antipático.

O jornalista pode privar o público da notícia?

Não, não, não. Seria uma grande burrice. Mas a notícia tem que ser bem apurada e responsável. Quando todo mundo no mercado sabe que um banco está quebrado, você tem o direito de anunciar isso? Sim, e é sua obrigação, mas você precisa estar documentado ou ter depoimentos que não dêem margem à dúvida, o que não é fácil. Sou a favor de uma lei de imprensa com punições rigorosas para a notícia leviana. Em contrapartida, gostaria que tivéssemos independência e isenção absoluta para trabalhar.

TEXTO 17 - RLP – 1C

Painel do (meu) leitor

A história foi relatada na coluna de Howard Kurtz, o crítico de mídia do "The Washington Post".

O tablóide "The New York Post" tomou a liberdade de introduzir frases inteiras em uma carta publicada em seu painel do leitor.

Tratava-se de crítica à família Kennedy, que tem desavença com o dono do jornal, o magnata das comunicações Rupert Murdoch.

O redator elevou a voltagem dos ataques ao clã e completou o serviço com uma menção aos "péssimos padrões morais" do governo Bill Clinton (Murdoch é contribuinte do Partido Republicano).

Chocado, o autor da carta ligou para o jornal. Ouviu que o "Post" se reservava o direito de editar mensagens, o que "significa reescrever e adicionar coisas".

Teria sido só mais um episódio de mau jornalismo, não fosse um detalhe.

Inspirado na funcionária da Casa Branca que gravou conversas sobre suposto romance de Clinton com uma estagiária, o leitor decidiu... registrar o diálogo.

O "Post" se retratou publicamente e encerrou o caso de forma previsível: demitiu o redator.

TEXTO 18 - RLP – 2C

Crítica diária

Piloto automático

São Paulo, domingo, 11 de março de 2001

RENATA LO PRETE

"Seis pessoas morreram assassinadas dentro de uma loja de assistência técnica para celulares em São Paulo, a maior chacina do ano no Estado."

Quantas vezes você encontrou na **Folha** um texto com abertura semelhante a essa da edição de quinta-feira? Se é leitor assíduo, muitas, porque todas as reportagens do jornal sobre o assunto se parecem.

O que não significa que as chacinas sejam todas iguais. Basta conferir o início da matéria no "Estado" do mesmo dia.

"Ao contrário das chacinas normalmente registradas em São Paulo, desta vez o crime não aconteceu em favela ou bar de área pobre, durante a madrugada. Entre 17h e 18h de ontem, seis pessoas foram assassinadas numa loja de celulares na rua Clélia, 2.138, na Lapa."

"Apesar de lugar e horário "incomuns", a lei do silêncio é a mesma da periferia. Com medo, moradores da região dizem que não sabem de nada."

A reportagem da **Folha** padecia ainda de outros males. Confusa, caía em conflito quanto a detalhes da ação. Em um trecho, vizinhos tinham ouvido disparos. Adiante, ninguém tinha ouvido nada, possivelmente devido a um silenciador.

Como material de apoio, o jornal descongelou o quadro que tem pronto para essas ocasiões: "Chacinas no município de São Paulo", com evolução do número de casos, supostas motivações e índice de crimes esclarecidos.

Enquanto isso, o concorrente fez um pequeno mapa para indicar a localização da loja na rua Clélia e desta no conhecido e movimentado bairro da Lapa.

Mas nada como a comparação das aberturas para revelar que uma história pode ganhar chamada de capa, aparecer em alto de página e ainda assim ser destruída pelo jornal.

Faltou à **Folha** sensibilidade para perceber que a notícia não cabia na fórmula tradicionalmente usada para relatar chacinas, desgraça associada às pessoas pobres da periferia distante, não à vizinhança do leitor.

São notas secas, de narrativa truncada e quase sem personagens. Seu fim não é contar o que aconteceu, mas apenas fechar o saldo de mortos do ano e compará-lo ao do período anterior.

Com os assassinatos da Lapa, o jornal mostrou-se desligado pela segunda vez em poucos dias.

A primeira ocorreu na edição do sábado anterior, 3 de março. Na véspera, a cidade fora atingida por um temporal cujas consequências fugiram ao quadro de transtornos com que o paulistano se habituou a conviver.

TEXTO 19 - RLP – 2C

Agora está escrito

"A **Folha** não publica texto plagiado, seja de outros autores, seja republicação de texto do mesmo autor (autoplágio). Quando reproduzir texto de outro autor ou de sua própria autoria já publicado, o jornalista deve citar claramente o autor original e, se possível, local e data em que o texto foi publicado, além de deixar evidente para o leitor o trecho que está sendo reproduzido."

É o que afirma o novo "Manual da Redação", que em breve estará em vigor.

Em dois sentidos, o verbete é mais rigoroso que o da edição atual.

Em primeiro lugar, condena de forma explícita o chamado autoplágio, enganação que consiste em apresentar como novidade um artigo já publicado, na esperança de que ninguém se lembre.

Em segundo, exige mais clareza no crédito ao trabalho dos outros. Não basta citar a fonte. É preciso "deixar evidente" o que lhe pertence no texto.

As recomendações vêm na esteira de episódios em que o leitor da **Folha** foi iludido de uma dessas duas maneiras.

De agora em diante, caso isso volte a ocorrer, ele saberá que se desrespeitou não apenas um princípio básico de honestidade intelectual, mas também regras internas que o jornal cuidou de registrar por escrito.

TEXTO: 20 - RLP – 2C

Ponto final

Termina hoje meu mandato de ombudsman. De acordo com o estatuto que rege a função na **Folha**, está na hora de o leitor ter novo representante.

Foram três anos que me permitiram ver a distância entre o que o jornal pretende ser e o que de fato é. Um veículo que funcione "como âncora de referência geral em meio à balbúrdia informativa", diz o projeto editorial. Ambição comprometida, dia a dia, por muita distorção e inconsistência. Erros pontuais são só a face mais visível do problema.

Ao mesmo tempo, cresceu meu respeito pela disposição da **Folha** em submeter-se à crítica pública e institucionalizada. Para conviver com ela, um jornal tem de acreditar na obrigação de prestar contas.

Muito obrigada a todas as pessoas que me procuraram. Espero ter honrado a confiança com meu empenho para obter correções e esclarecimentos.

Agradeço também aos colegas que se dispuseram a discutir comigo questões ligadas ao jornalismo e ao exercício desta função. Devo a eles boas idéias.

Ao novo ombudsman, Bernardo Ajzenberg, desejo coragem e sucesso. E do leitor espero que continue a ofertar sua melhor contribuição ao jornal: vigilância permanente.

TEXTO 21 - Bernardo Ajzenberg: BA – 1C

Crítica diária

Chapeuzinhos vermelhos, lobos maus, vovozinhas

São Paulo, domingo, 18 de março de 2001

BERNARDO AJZENBERG

A **Folha** está morna e acomodada. Sofre de passividade e apatia. Esse diagnóstico, severo, só não é trágico porque foi exposto pela própria direção do jornal, dia 18 de fevereiro, no caderno sobre seus 80 anos.

Admitir fragilidades, como se sabe, embora não as desagrave, é um começo para superá-las -mas também não passa disso.

De onde vêm a mornidão, o acomodamento, a passividade, a apatia da Folha? Três explicações genéricas se destacam: 1) o jornal não tem sabido responder de modo enfático à situação pós-Muro de Berlim, em que as cargas ideológicas se obscurecem e os fatos cobram enfoque especializado, mais profissional;

2) a ascensão ao governo de um setor identificado com a Folha nos anos 70 e 80 (o tucanato) e o seu engajamento num projeto oposto às idéias de 20 anos atrás teriam criado, diz o caderno, uma "esquizofrenia" nas relações do jornal com o poder;

3) a "revolução tecnológica" e a Internet expandiram e viraram de ponta-cabeça as formas de acesso a dados e informações, "obrigando o jornal -impresso ou na tela- a se reorientar".

Tudo bem. São causas profundas, de difícil administração. Mas existe outra, comezinha, sub-reptícia, que vem de muito antes e que, no quadro resumido acima, apenas se agravou.

Trata-se da confusão entre comunicação e informação.

Confusão astuta

Para definir uma e outra, utilizo itens retirados do livro "A Saga dos Cães Perdidos", do professor Ciro Marcondes Filho (Hacker Editores, 2000):

Comunicação: o jornalista recebe de graça a "notícia", "angulada segundo o interesse do informante"; a "notícia" tende a reproduzir o conhecido, a reforçar valores e idéias.

Informação: o jornalista busca a notícia; pesquisa, burila dados; observa, investiga; tende a produzir algo novo, conflitivo.

Parece fácil distinguir uma coisa da outra. Mas essa confusão tem muito de velhaca: procura a turbulência do dia-a-dia e a pressa dos corredores para se instalar. E se instala mesmo.

É fenomenal a quantidade de dados despejada nas Redações, a abundância de lobbies ou ações promocionais camufladas. É despuorada a ação de conglomerados que embaralham propaganda e entretenimento, notícia e espetáculo. Age também a pressão formal dos cada vez mais ativos -e a seu modo competentes- departamentos de relações públicas, áreas de comunicação de instituições ou governos, grupos disso ou daquilo, organizações não-governamentais aqui e dali.

Vale para o jornalismo cultural e suas estrelas. Para o jogo de pega-ladrão da política, em que os jornais não raro fazem sem saber o papel de "mensageiros". Vale para a economia, seus empenhos e conveniências. Para a ciência ou para o esporte.

Com isso não quero dizer que jornalistas, inclusive os da Folha, sejam chapeuzinhos vermelhos a passear no bosque alegremente, nem que as assessorias ou áreas de comunicação se escondam atrás de árvores como lobos maus de dentes afiados. Muito menos poderia dizer que os leitores sejam vovozinhas acamadas, em atmosfera de remanso, à espera de suas cestas de doces.

Como toda criança sabe, os maus e os bons podem ser encontrados em qualquer parte, às vezes onde menos se espera. Com a diferença de que aqui não existe a figura do caçador, pois a história nunca acaba.

Quero afirmar, sim, que na confusão floresce um ambiente onde fica difícil evitar tropeços. No caso do jornalista, se a atenção fraqueja diante dos empurrões dessa espécie tentacular de comunicação -hoje mais do que nunca em expansão-, asneiras se reproduzem às pencas, reputações dignas são atropeladas, divulgam-se reclames sem querer. O jornal tende a perder sua agenda autônoma; ele se retrai; comprime investigações.

É preciso admitir: nos jornais, e na Folha, há comunicação demais e informação de menos.

Direito à informação

O projeto editorial do jornal defende que "é preciso maior originalidade na identificação dos temas a ser objeto de apuração, bem como uma focalização mais precisa de sua abordagem". Prega "redobrada vigilância quanto à verificação prévia das informações, à precisão e inteireza dos relatos, à sustentação técnica das análises e à isenção necessária para assegurar o acesso do leitor aos diferentes pontos de vista suscitados pelos fatos". O que mais se pode querer de um jornalista? Ocorre que entre os princípios desse projeto e a sua aplicação vai a mesma distância que se pode identificar entre os termos da Constituição Federal -todos são iguais perante a lei- e a realidade social brasileira.

Crise, já se disse, é quando a situação anterior desaparece sem que uma nova situação já se tenha estabelecido. A Folha reconhece o seu próprio embaraço, e isso é bom, mas desde que os jornalistas não menosprezem as "discussões teóricas",

não repilam a auto-reflexão radical; desde que deixem de desdenhar as ponderações ou as críticas de terceiros -inclusive e principalmente dos leitores- sobre o seu trabalho.

Sem isso é impossível romper a letargia, o tom oficioso de muitos textos, o posicionamento acrítico em relação aos acontecimentos e às tentativas, mais ou menos sutis, de "plantação" de matérias.

Está em jogo, além do ofício do jornalista, a sobrevivência do próprio jornalismo como instrumento da sociedade para exercer o seu direito à informação.

Sob a pressão dos leitores (essa, sim, indispensável), o ombudsman existe para auxiliar no desenlace dessa crise. É o que procurarei fazer -de preferência abordando assuntos e problemas de forma menos abstrata do que nesta coluna de estréia.

TEXTO 22 - Bernardo Ajzenberg: BA – 1C

A casa do leitor

Recebi ao longo desta primeira semana inúmeros e-mails, fax e cartas com desejos de boa sorte, coragem e sobretudo pedindo que eu jamais deixe de zelar pelos interesses dos leitores.

Estes, ficou claro para mim nos últimos dias, sabem muito bem para o que serve a figura do ombudsman, instituída no jornal desde 1989: para representá-los fielmente no jornal. Um deles, o senhor Fédias Ramos Bjornberg, de Sabará (MG), em carta redigida à mão, começou dizendo: "Boas-vindas à casa do leitor".

Muitos escreveram também para elogiar o trabalho de minha antecessora, a jornalista Renata Lo Prete. Vale acentuar: ninguém de modo protocolar.

Um e-mail que recebi com esse conteúdo, aliás, veio da minha própria casa, traz no pé a minha própria assinatura -acredite o leitor- e foi aberto por mim no computador da sala em que escrevo agora, aqui na Folha. Ele diz: "É, meu caro, não vai ser nada fácil sucedê-la".

TEXTO 23 - BA – 2C

Crítica diária

Multidões

São Paulo, domingo, 07 de março de 2004

BERNARDO AJZENBERG

Reportagem publicada em Brasil na última terça-feira sobre manifestação realizada na véspera, na avenida Paulista, em protesto contra o fechamento dos bingos informava que, "segundo a Polícia Militar", 12 mil pessoas participaram do ato.

Algumas páginas adiante, em **Cotidiano**, um outro texto noticiava que o dia anterior havia registrado o maior índice de congestionamento deste ano em São Paulo e que um dos motivos para isso fora justamente aquela manifestação, à qual compareceram, "segundo a PM", pelo menos 6.000 pessoas.

Doze mil e 6.000 mil, ambos os dados, tão díspares, obtidos da mesma fonte (a PM)... Como fica o leitor? E o sentido do jornal como registro histórico confiável dos acontecimentos?

A avaliação de multidões não é um problema novo para o jornalismo, ao contrário. Mas o valor simbólico e político que ela adquire ultrapassa cada vez mais, e muito, os seus limites.

Não por acaso, repórteres costumam recorrer à PM, uma fonte supostamente neutra e mais experiente, para oferecer um contrapeso às estimativas, geralmente infladas,

dos organizadores das manifestações (nesse caso, a Força Sindical falou em 30 mil presentes).

O "Manual da Redação" da **Folha**, por exemplo, tem um verbete para o tema, nessa direção.

Após afirmar que, em "evento importante", o jornal deve usar "método científico de medição do local, com assessoria do Datafolha", ele recomenda: "em evento menos importante, ouvir versão do organizador, do adversário (se houver), de autoridade e de observador isento; se possível, o jornalista deve contar ou estimar o número de participantes".

Até aí, tudo bem. Ocorre que, para além de eventuais distorções deliberadas, não há mágica nesses cálculos arriscados.

A própria PM depende da experiência de seus quadros em tal tipo de avaliação e, de modo empírico, faz apenas estimativas, baseadas na área ocupada e em pressupostos como, por exemplo, o de que, numa aglomeração muito "apertada", são cinco as pessoas por m². Ainda assim, há divergências.

No caso em questão, a fonte usada na reportagem de Brasil, conforme apurei, foi o 11º Batalhão da PM, encarregado de fazer a segurança do protesto na avenida Paulista. Já a informação de **Cotidiano** proveio do Comando Geral da PM.

Ora, sendo às vezes inevitável que, no "calor dos acontecimentos", diferentes editoriais consultem diferentes fontes, como deveria o jornal proceder para evitar a confusão no produto final?

Uma saída seria adotar uma regra estabelecendo que não basta escrever "segundo a PM", de modo genérico; cabe precisar de qual parte da corporação o dado surgiu. Em segundo lugar, sempre que possível, expor as divergências (nessa terça, o "Estado de S. Paulo" aproximou-se de um modelo adequado: registrou que policiais-militares presentes ao ato tinham a mesma estimativa da Força Sindical -30 mil- mas que o Comando Geral contabilizou 6.000 pessoas).

A quantidade de manifestantes, seja qual for o tema mobilizador (político, econômico ou comportamental), tem valor imediato e simbolismo histórico relevantes demais para que a mídia a trate de modo nebuloso.

Se é impossível a obtenção de resultados inquestionáveis, que ao menos se exponham as fontes de informação com mais precisão e mais transparência.

Aquela vocação do jornal, de ser um registro histórico dos acontecimentos, só se reforçaria, e menos confusão haveria na cabeça do leitor.

TEXTO 24 - BA – 2C

Pesquisa e manipulação

Vários leitores escreveram para reclamar da manchete de terça-feira ("Maioria quer afastamento de Dirceu, mas poupa Lula") e da forma como o jornal editou, naquele dia e na quarta, a pesquisa Datafolha que a ensejou (sobre o impacto do caso Waldomiro Diniz na população). Falou-se em leviandade, manipulação...

Segundo a reportagem, 67% dos eleitores brasileiros, de acordo com a pesquisa, consideram que o ministro-chefe da Casa Civil, a quem Diniz assessorava, deve se afastar do cargo.

Primeira crítica: como falar em "maioria dos eleitores" favorável ao afastamento, se 47% dos pesquisados dizem não ter tomado conhecimento das acusações contra Diniz, entendendo-se, portanto, que os tais 67% se referem apenas à parcela restante (53%), que conhece o caso?

Segunda crítica: como afirmar a existência dessa maioria, se 53% dos pesquisados dizem nunca sequer ter ouvido falar em Waldomiro Diniz?

Consultei o diretor do Datafolha, sociólogo Mauro Paulino, e concluí que, se há, sim, motivo para o surgimento desses questionamentos, eles, no entanto, carecem de sustentação e não invalidam, ao fim, a manchete.

Não a invalidam porque a pergunta sobre o afastamento foi respondida por todos os entrevistados. "Tanto os que afirmaram ter conhecimento prévio do caso quanto os que o desconheciam receberam dos pesquisadores uma descrição objetiva do ocorrido e só depois opinaram a respeito", esclarece Paulino.

O sociólogo faz uma analogia com as pesquisas eleitorais:

"Após responder espontaneamente em quem pretende votar, o entrevistado recebe um cartão com os nomes dos candidatos e responde em qual votaria. Ao ser abordada, a maior parte dos entrevistados nem sabe que haverá eleição, mas é introduzida ao tema e, depois, tem suas respostas coletadas e projetadas para o restante da população."

O diretor do Datafolha admite haver "restrições" em pesquisas como essa, na medida em que os entrevistados "são sempre instados a se posicionar instantaneamente a respeito de questões muitas vezes distantes de suas preocupações diárias". "Mas isso", acrescenta, "é inerente a qualquer pesquisa de opinião".

Penso, porém, que num aspecto aquelas perguntas em tom crítico têm explicação: é que esses esclarecimentos apareceram nos textos de forma muito tímida, ao pé da reportagem de terça.

Além disso, na de quarta, uma redação confusa dá a entender que os 67% dizem respeito, não ao conjunto dos entrevistados, mas só aos 47% que afirmam ter ouvido falar em Diniz.

Editorialmente, registre-se, mereciam mais destaque, também, com menção na Primeira Página, os dados sobre a ignorância a respeito do caso.

Apontar manipulação ou leviandade, a meu ver, não cabe aqui. Mas, certamente, faltaram didatismo e clareza na exposição dos resultados da pesquisa.

TEXTO 25 - BA – 2C

Bola para frente

Conforme prevê o estatuto da função na Folha, encerro na próxima quinta-feira o meu terceiro e último ano como ombudsman.

Foi um período rico, tenso, desafiador. Basta lembrar o 11 de Setembro, a campanha presidencial, a Guerra do Iraque, o primeiro ano do governo Lula, a crise aguda da própria mídia...

Os leitores que me acionaram (cerca de 23 mil vezes ao longo dos três anos), os que seguiram ou não esta coluna -espero ter sido capaz de representá-los.

Aos colegas do jornal e de fora dele que me ajudaram a refletir sobre os inúmeros e graves problemas existentes no exercício do jornalismo, agradeço pelo apoio e pelo aprendizado.

Ocupará o posto o diretor da Sucursal do Rio, Marcelo Beraba, a quem desejo êxito. Que não lhe falem fibra e paciência.

Ele assume em 5 de abril. Até lá, as queixas, as sugestões e os comentários dos leitores serão encaminhados à Redação pelo departamento do ombudsman.

TEXTO 26 - Marcelo Berab :MB – 1C

Crítica diária

Imprensa, crises e desafios

São Paulo, domingo, 11 de abril de 2004

MARCELO BERABA

Difícil dizer se esta é a maior crise da história das empresas jornalísticas brasileiras. Mas é uma crise enorme, daquelas que parecem que nunca vão acabar, a maior, com certeza, que a minha geração de jornalistas jamais vivenciou.

1. Os dados são conhecidos, mas vale resumi-los: dívidas estimadas em R\$ 10 bilhões (a maior parte em dólar), 17 mil vagas de trabalho cortadas em dois anos, queda de circulação de jornais e revistas.

2. As razões de tamanha catástrofe ainda não foram completamente estudadas, mas alguns elementos são visíveis. A primeira metade da década de 90 foi de pura euforia para as empresas de comunicação. A circulação dos jornais aumentou ano após ano. A espiral de crescimento, alimentada pela estabilização e pelo fortalecimento da moeda, por investimentos em tecnologia e pelas agressivas estratégias de marketing, parecia não ter fim. As empresas acreditaram de fato nas previsões de crescimento econômico e se endividaram pesadamente em dólar para continuar a se expandir.

3. Em janeiro de 99, elas foram pegas no contrapé com a desvalorização do real e, na seqüência, com a estagnação da economia e a queda de renda. As dívidas em dólar se tornaram um pesadelo. E as principais fontes de receita ficaram comprometidas: o bolo publicitário diminuiu (e passou a ser mais disputado) e caiu o número dos que compram em banca ou assinam jornais e revistas.

4. As conseqüências da crise estão expostas: economia de papel, demissões, achatamento salarial, perda de profissionais qualificados, fragilização das Redações e retração total das empresas. Passamos a viver parecidos com o Brasil: no sufoco para produzir resultado (superávit) e pagar dívidas. Nada de investimento. O estrago é visível a olho nu.

5. Há quem diga que 2002 foi o fundo do poço e que agora as coisas começam a mudar. De fato, o mercado publicitário teve uma pequena reação, pequena: cresceu em 2003, descontada a inflação, 2,9% em relação a 2002. Mas a circulação dos jornais continuou a cair: era de 7 milhões de exemplares por dia em 2002 e em 2003 foi de 6,5 milhões por dia, uma queda de aproximadamente 7%.

6. O que interessa aos leitores de jornais é saber se a crise afeta a qualidade do produto que recebe e sua independência editorial.

7. A maior ameaça à independência das empresas de comunicação está nelas mesmas. A crise se traduz em pressões pela flexibilização dos procedimentos internos que protegem as Redações de picaretagens e negociatas. A pressão aumenta com a necessidade de resultados financeiros, mas a submissão da Redação resulta em perda de credibilidade e de prestígio. O barato sai caro. Otavio Frias Filho, diretor de Redação da **Folha**, tocou no problema recentemente em entrevista para o site No Mínimo. É bom que os executivos de jornais discutam isso abertamente. Frias Filho detecta um retrocesso: "A famosa separação entre Igreja e Estado, que é a gíria para designar a separação entre Redação e publicidade (...) que se cristalizou felizmente nos principais centros urbanos do país na segunda metade dos anos 50 e no começo dos anos 60, essa separação está sendo enfraquecida".

8. No capítulo independência, também será importante acompanhar o pedido de socorro das empresas jornalísticas ao governo federal. Algumas das maiores procuraram o BNDES em busca de recursos públicos para pagar dívidas, comprar papel e iniciar novos investimentos. Em tese, é legítimo, um direito de qualquer segmento da economia. O problema é como se dará essa operação. Será um desgaste grande para as empresas se houver qualquer sorte de privilégio ou se elas

se submeterem aos desígnios do governo. Em entrevista para o site do AOL, o publisher da **Folha**, Octavio Frias de Oliveira, tocou no problema. Questionado sobre as negociações com o banco estatal, ele foi direto ao ponto: "Eu tenho um receio muito grande. Isso tende a interferir. Para falar claramente (...), o que interessa ao governo é a mídia de joelhos. Não uma mídia morta. Uma mídia independente não interessa a governo nenhum. Dentro desse princípio é difícil ver essa questão do BNDES. Por que criar um sistema assistencial, preferencial para os jornais, para a mídia?".

9. Qualidade. As metas de excelência do jornal estão definidas no seu "Manual da Redação" e no seu Projeto Editorial de 1997, que está sendo revisado e reescrito. Em linhas gerais, o jornal persegue um jornalismo crítico, moderno, pluralista e apartidário. Esses propósitos, que vêm desde o primeiro Projeto Editorial, de 84, não são mais suficientes para definir um jornal que seja indispensável, confiável e prazeroso, com notícias precisas, contextualizadas e bem escritas, com um cardápio diversificado, instigante e inteligente. É necessário que a **Folha**, para firmar sua "singularidade e relevância", dê um salto de qualidade.

10. O tamanho da crise e o imperativo da sobrevivência afastaram as empresas jornalísticas e os jornalistas de questionamentos importantes que outros países experimentam neste momento sobre o papel da mídia e suas contradições. Alguns casos recentes exigem reflexão. Nos Estados Unidos, o "New York Times" e outros colossos da imprensa revisaram seus procedimentos de apuração por conta da descoberta de vários casos de fraudes jornalísticas, de reportagens simplesmente inventadas. Ainda nos Estados Unidos e em países da Europa, vários jornais e redes de TV foram submetidos à lógica do patriotismo e abandonaram a independência crítica por conta de pressões do governo ou do repúdio espontâneo ao terrorismo e estão todos hoje mais sujeitos às manipulações oficiais.

11. O grande desafio da **Folha** -e, de resto, de todos os jornais- é superar a crise (pagar suas dívidas, voltar a investir e a crescer) sem abrir mão de duas obsessões: manter a independência crítica e dar um salto na qualidade do jornal que entrega diariamente. O que está em jogo é o principal patrimônio de um jornal, a credibilidade.

O mandato de ombudsman que ora se inicia coincide com este período complicado da imprensa brasileira. Espero ajudá-la a sair melhor e mais forte. Para isso, estou à disposição dos leitores. E que a crise nos seja breve!

REFERÊNCIAS:

Crise da mídia - na internet, ver em www.folha.com.br/040981

"Manual da Redação: Folha de S.Paulo" (Editora Publifolha, 2001)

Projeto Editorial de 1997 - na internet, ver em www.folha.com.br/040982

Entrevista de Otavio Frias Filho - www.nominimo.com.br

Entrevista de Octavio Frias de Oliveira - www.aol.com.br

TEXTO 27 - MB – 1C

Converso por telefone com Nei José Pereira, 49, leitor da Folha, contador. Pergunto se confia na imprensa. "Confio, mas com um pé atrás, desconfiando muito."

TEXTO 28 - MB – 2C

Crítica diária

As últimas mensagens

São Paulo, domingo, 01 de abril de 2007

MARCELO BERABA

Impulsionada por internet e telefonia, a participação do leitor está transformando a produção jornalística. Essa pressão veio para ficar, e é bom que assim seja

ESTA ÚLTIMA coluna como ombudsman é dedicada aos leitores da Folha que procuraram com insistência, nos últimos três anos, a intermediação desta ouvidoria para exigir do jornal mais qualidade e equilíbrio, para manifestar seus pontos de vista e para sugerir temas de artigos e reportagens. Foram 7.286 mensagens em 2004, primeiro ano do mandato, e 13.280 ao longo de 2006, um crescimento de 82% num período em que o jornal esteve com sua circulação estagnada.

Como era impossível ouvir a todos, pedi a dez dos leitores mais assíduos que me enviassem uma lista com os pontos que mais lhes agradam na **Folha** e aqueles que mais os incomodam.

A professora Doralice Araújo, de Curitiba, foi quem mais escreveu nos três anos, 110 mensagens. Além dela, pedi a opinião da artista plástica Maria Gilka (São Paulo), dos professores José Augusto Lisboa (São Paulo) e Carlos Brisola Marcondes (Florianópolis), do bancário Pedro Eugênio Beneduzzi Leite (Brasília), da educadora Márcia Meireles (São Paulo), do representante comercial Adilson Minossi de Oliveira (Florianópolis), da escritora Sylvia Manzano (São Paulo), de Celso Balloti (São Paulo) e do contador Ney José Pereira (São Paulo).

Críticas e elogios

O rol de queixas foi maior do que o de elogios. Dois leitores foram exclusivamente críticos, Ney José e Celso Balloti. Ney José foi o primeiro leitor com quem conversei às vésperas de assumir a função de ombudsman. Perguntei se confiava na imprensa e editei sua resposta na primeira coluna ("Imprensa, crises e desafios", 11/ 4/2004): "Confio, mas com um pé atrás, desconfiando muito". Agora, respondeu de forma sucinta ao que mais lhe agrada na **Folha**: "Nada".

Entre os dez comentários que recebi, quatro acham que o jornal é antipetista ou pró-PSDB. "Incomoda o eterno antipetismo, o eterno viés negativo de tudo que diga respeito ao PT e a Lula", diz José Augusto. A pergunta de Celso Balloti vai na mesma direção: "Assumindo (...) que o tratamento dado aos petistas seja o correto, por que não houve o mesmo carnaval quando dos muitos e não menos cabeludos escândalos do governo tucano?" Márcia Meireles acha que é "evidente o desequilíbrio na cobertura entre as administrações petistas e as de outros partidos". Sylvia Manzano destaca a diversidade de assuntos tratados pela **Folha**, mas avalia que o jornal "quer a todo custo desqualificar o presidente Lula".

Ney José acha o jornal "ambíguo": "A **Folha** não é plural". Pedro Eugênio acha que o jornal é plural nas opiniões, mas se sente incomodado com o fato "de a **Folha** não deixar claro, em editorial, que candidato está apoiando nas eleições". Ainda em relação a posições editoriais, Carlos Marcondes elogia "a pluralidade de assuntos" abordados, "a profundidade com que eles são tratados e a honestidade", mas se diz incomodado "por um certo viés antiservidor público e simpatia excessiva por privatização".

Quase todos reclamam do pouco espaço que os leitores têm no jornal. Márcia Meireles acha o "Painel do Leitor" "muito pequeno", Doralice aponta para a presença de "leitores afamados" em detrimento do "leitor comum", mesma queixa de Ney José ("o "Painel do Leitor" não é do leitor e sim dos mais-que-leitor") e de Adilson de Oliveira ("...o espaço destinado ao leitor é usado por medalhões (...) e falta espaço para quem de fato sustenta o jornal"). E José Augusto o considera "tendencioso".

Márcia Meireles explica que escolhe diariamente a **Folha** pelo quesito "conjunto": acha importante a função do ombudsman (quatro outros leitores destacaram a

iniciativa do jornal), avalia que há pluralidade de opiniões, que o jornal busca equilíbrio ("essa quimera!") nas coberturas políticas, gosta do projeto gráfico, dos editoriais contundentes, dos debates públicos que o jornal promove, mas lhe incomoda "a dificuldade [da **Folha**] de assumir erros", de lidar com críticas e o "tom arrogante".

As outras reclamações são pontuais: "as legendas mal redigidas" e "os temas fúteis de domingo" (Doralice), "as apurações sem fonte" (José Augusto), o "Painel", "que se presta a todo tipo de fofocas e balões de ensaio" (Pedro Eugênio), a página inteira de publicidade na capa da **Ilustrada** (Márcia Meireles), alguns colonistas (Adilson), "fotos escandalosas e obscenas" e "a apologia que a **Ilustrada** e o **Mais!** fazem das drogas" (Maria Gilka).

Entre os pontos positivos, além dos já citados, estão o projeto editorial do jornal e a qualidade informativa (Doralice), a diagramação e os quadrinhos (José Augusto), a seção "Tendências/Debates" (Pedro Eugênio), as reportagens de denúncia e o caderno **Ciência** (Adilson) e a correção de erros (Maria Gilka).

O futuro

Impulsionada pelas facilidades da internet e da telefonia, a crescente participação dos leitores está transformando a produção jornalística. Não é possível fazer mais o jornalismo como entendíamos há uma ou duas décadas, de mão única. Os leitores têm mais informações, estão mais preparados para questionar e têm canais que facilitam as intervenções.

É evidente a dificuldade que os diários estão tendo para compreender e enfrentar as transformações que interferem no seu desempenho. Na minha primeira coluna, assinalei que o mandato iniciava em meio à maior crise da história das empresas jornalísticas. Deixo a função sem que a crise tenha sido de todo superada e sem que os jornais tenham dado o salto de qualidade que eu esperava e desejava.

Eles estão conscientes de que devem mudar, mas ainda não têm clareza da direção. A impressão que tenho, nestes três anos de observação, é que as empresas estão com o foco completamente voltado para a parte comercial, e a discussão sobre o conteúdo do novo jornal deixou de ser prioridade com a fragilização das Redações. Mas a saída terá de vir das Redações.

É fato que os jornais perderam uma grande fatia do bolo publicitário. Em 1996, tinham 25,64 % de participação no total do faturamento com publicidade de todos os meios. A televisão aberta tinha 60,13%. No ano passado, as TVs abertas continuavam no mesmo patamar (59,37%), enquanto os jornais caíram para 15,46% -o nível mais baixo desde que o Projeto Intermeios, da revista "Meio & Mensagem", faz o levantamento.

Isso justifica uma ação forte de recuperação de mercado. Mas o principal patrimônio dos jornais continua a ser a credibilidade de suas Redações, que está associada à confiança nas informações e nas análises (qualidade) e ao equilíbrio das coberturas (pluralismo, apartidarismo).

É bom nos acostumarmos: a pressão dos leitores veio para ficar, e é bom que assim seja. Os novos tempos exigem das empresas jornalísticas equipes mais fortes, mais transparência, mais abertura para a sociedade, mais prestações de contas, mais responsabilidade social.

O apoio indispensável

O trabalho do ombudsman depende de apoios em várias áreas do jornal. A todos que facilitaram o exercício do mandato, meus agradecimentos: Rosângela Pimentel e Ricardo Perrota (assistentes); Ana Estela de Sousa Pinto, Rogério Ortega, Benedito Carlos de Almeida e Wayne Fernandes (Treinamento e Qualidade); Paulo

Ramos e Thaís Nicoleti de Camargo (consultores de português); Carlos Henrique Kauffmann, Flora Pereira, Danilo Alves e Daniel Tremel (Banco de Dados); Fábio Marra (Arte), Carvall e Osvaldo (ilustradores), John Wright e Claudia Strauch (tradutores); Mauricio Puls e Paula Lago (redatores de Brasil), Alba Bruna Campanerut e Suzana Singer (Secretaria de Redação). Desejo boa sorte ao novo ombudsman, Mário Magalhães.

TEXTO: 29 - Mário Magalhães: MM- 1C

Crítica diária

O jornal previsível

São Paulo, domingo, 08 de abril de 2007

MÁRIO MAGALHÃES

É DIFÍCIL saber se a **Folha** é hoje um jornal melhor ou pior do que há quase 18 anos, quando instituiu o ombudsman e Caio Túlio Costa publicou sua primeira coluna (em setembro de 1989). Mais fácil é constatar que se tornou mais previsível.

O jornal previsível pode ser o triunfo ou a desgraça.

O bom jornal previsível contém o que os leitores esperam: assuntos, abordagens, serviços, até idiossincrasias. Oferece -ao menos busca oferecer- informações com os padrões a que se habituou.

No mau jornal previsível escasseiam as surpresas. Ele não é curioso ou provocador. Soa tristonho, apático e sem graça. Ao primeiro olhar, reage-se a ele com a impressão de que se pode adiá-lo para mais tarde.

O jornal ideal equilibra-se: é previsível ao atender às expectativas cotidianas de quem o lê; e se recusa a ser previsível porque surpreende, identificando com agilidade as novidades que transforma em informação. No limite, consagra como previsível o ato de surpreender.

Há jornais que, por caráter, podem dispensar surpresas. Não é o caso da **Folha**. Nos últimos anos, contudo, ela se fez mais previsível, no sentido jornalístico indesejável.

A aparente falta de ousadia ocorre em momento no qual os chamados jornais brasileiros de prestígio se assemelham. Os concorrentes mimetizaram inovações que a **Folha** introduziu com sucesso.

No mundo inteiro, sob o impacto da internet, os diários impressos se defrontam com uma crise que talvez seja a maior da história.

O jornal em papel precisa produzir mais que o resumo inspirado dos acontecimentos da véspera, embora esse ainda seja o seu dever essencial.

Com informações cada vez mais fragmentadas, cabe ao jornal organizá-las como o jornalismo em outras mídias não consegue, por enquanto.

A despeito de liderar o mercado, a **Folha** não ostenta mais a tiragem pré-internet. Tem cortado jornalistas, papel, correspondentes nos Estados e no exterior, mecanismos de checagem de erros.

Relaxa na aplicação do projeto editorial que cultiva o jornalismo crítico (falha ao ser ingênua), apartidário (tropeça no noticiário enviesado) e pluralista (quando não vai além do pensamento único).

Nesse cenário mais complexo e desafiador para o jornal, do ombudsman se exige ser a melhor síntese possível do interesse dos leitores. É a isso que me dedicarei a partir de agora como o novo ouvidor.

Hoje a Folha reconhece seus erros mais vezes e com mais rapidez do que antes de ter um ombudsman. É pouco: respeitar o leitor é, sobretudo, informar com correção.

TEXTO 30 - MM- 1C**A Folha hoje, por seus ex-ombudsmans**

Às vésperas da "maioridade" da função de ombudsman da **Folha**, pedi aos jornalistas que implantaram e consolidaram o cargo de representante dos leitores um breve comentário sobre um aspecto negativo e um positivo do jornal hoje. Suas respostas:

Caio Túlio Costa (ombudsman de 1989 a 91; hoje é diretor-presidente do IG).

"Negativo: a **Folha** não consegue mais se diferenciar dos concorrentes. Os grandes jornais estão muito iguais no conteúdo, no formato e na linha editorial, todos conservadores. A Folha parece ter se esquecido da sua capacidade única de crítica em relação a tudo e a todos. Perdeu o viço. Ficou madura, austera e amargurada."

"Positivo: é o único veículo da grande imprensa brasileira que respeita, de alguma forma, o direito de resposta. As vítimas da imprensa sempre vão encontrar na **Folha** um abrigo, um lugar para inserir a sua versão seja via cartas, via ombudsman ou artigos nas diversas seções de opinião."

Mario Vitor Santos (1991-93 e 1997; é diretor-executivo da Casa do Saber).

"Positivo: o jornal continua independente e apartidário. Mais do que tudo: a **Folha** continua um jornal corajoso, intemorato."

"Negativo: o jornal parece muito repetitivo. Não conseguiu transformar sua agenda de assuntos. É excessivamente interessado por finanças e pouco atraído por temas mais relevantes como a educação. Se a **Folha** não consegue mudar sua agenda de temas, colocando a educação como prioridade, como espera que o governo e o país façam o mesmo? Tamanha priorização à economia financeira, especialmente aos papéis, parece indicar uma precedência para os temas que preocupam as elites."

Junia Nogueira de Sá (1993-94; é diretora de Assuntos Corporativos e Imprensa da Volkswagen do Brasil).

"O melhor da **Folha** é sua reputação, construída ao longo dos muitos anos em que o jornal apostou em inovação e pluralidade – o ombudsman é um capítulo disso. Na **Folha** surgiram algumas idéias e práticas que hoje estão disseminadas no jornalismo brasileiro, e que o tornaram mais moderno e atual."

"O pior do jornal eu prefiro dividir em duas visões. Na mais macro, é a subjetividade que teima em escapar das colunas e contaminar o noticiário, enviesando o que deveria ser reto e direto. De forma mais micro, a cobertura rala que o jornal dá para a área de negócios, levando a acreditar que a **Folha** não vê importância no tema - dominante no mundo em que vivemos."

Marcelo Leite (1994-97; é colunista da **Folha** e mantém o blog Ciência em Dia).

"Negativo: perda de qualidade do texto noticioso médio do jornal. Por qualidade entendo o conjunto de características que uma reportagem deve conter: informação verificada, precisão, interpretação fundamentada e, bem, estilo.

Todas elas acabam prejudicadas, acredito, com a crise de recursos que se abateu sobre a imprensa em geral, conduzindo a uma redução de espaço (papel) e de equipes, que por sua vez se tornaram mais jovens e inexperientes."

"Positivo: paradoxalmente, o jornal me parece um pouco mais maduro, e com isso quero dizer que aparenta estar menos precipitado. [...] Mas isso também pode apresentar uma face negativa, se implicar perda de ousadia, agilidade e irreverência, que sempre foram marca da **Folha** e do bom jornalismo."

Renata Lo Prete (1998-2001).

Pelo fato de hoje ser editora do "Painel", e assim se considerar "parte dos acertos e erros do jornal", Lo Prete preferiu não participar da enquete.

Bernardo Ajzenberg (2001-2004; é escritor e coordenador executivo do Instituto Moreira Salles).

"Admiro a ousadia da **Folha** de manter um ombudsman -e tudo o que isso implica interna e publicamente em matéria de transparência e crítica aberta- mesmo numa situação tão intensamente delicada e adversa para a mídia impressa como a que vivemos, sabendo que as questões problemáticas de fundo, a saber, os desafios do jornalismo -e da **Folha**- continuam os mesmos: ética, apego aos fatos, imparcialidade, criticismo, capacidade analítica, criatividade."

Marcelo Beraba (2004-2007, foi o ombudsman até a semana passada. Preside a Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo).

"Jornais de prestígio como a **Folha** estão com dificuldades para se renovar. A experiência que tive nestes três anos de ombudsman mostrou-me que os leitores continuam a perseguir os valores de sempre do jornalismo, agora com mais pressão: qualidade de informação, equilíbrio, inteligência, serviço, entretenimento, boas histórias."

"A Folha tem a seu favor a adoção de práticas de transparência, de correção de erros e de crítica interna que permitem um permanente questionamento do jornal que produz. Ela segue fiel, ao longo das duas últimas décadas, à prática de um jornalismo crítico, de fiscalização, e este é um grande mérito."

TEXTO 31 - MM- 2C

Crítica diária

Despedida

MÁRIO MAGALHÃES

São Paulo, domingo, 06 de abril de 2008

A Folha condicionou minha permanência ao fim da circulação das críticas diárias na internet; não concordei; diante do impasse, deixo o posto

NO ANO QUE passou, quando as noites de domingo se insinuavam, e tantas famílias saíam para o último passeio do fim de semana, a minha sabia que ficaríamos em casa -ou pelo menos não iríamos todos. Era hora de eu começar a longa e solitária jornada madrugada adentro para terminar de esquadrinhar jornais e revistas.

De manhã, com as olheiras a denunciar o sono roubado, leria as edições do dia e escreveria a mais encorpada crítica semanal, a da segunda-feira. Hoje à noite, se alguém me chamar, terá companhia.

Esta é a 51ª e derradeira coluna dominical que escrevo como ombudsman da **Folha**. Assumi em 5 de abril de 2007, e o meu mandato se encerrou anteontem. Embora o estatuto autorize a renovação por mais dois períodos, não houve acordo com a direção do jornal para a continuidade.

A **Folha** condicionou minha permanência ao fim da circulação na internet das críticas diárias do ombudsman. A reivindicação me foi apresentada há meses. Não concordei. Diante do impasse, deixo o posto. Oitavo jornalista a ocupar a função, torno-me o segundo a não prosseguir por mais um ano. Todos foram convidados a ficar. Sou o primeiro a ter como exigência, para renovar, o retrocesso na transparência do seu trabalho.

A crítica da quinta foi a última que circulou na **Folha** Online, com acesso a não-assinantes da **Folha** e do UOL.

A partir de agora, os comentários produzidos pelo ombudsman durante a semana só poderão ser conhecidos por audiência restrita, de funcionários do jornal e da

empresa, que os recebe por correio eletrônico. Os leitores perdem o direito. Era assim nos primórdios do cargo, criado em 1989. A internet engatinhava.

Como se constata no site www.folha.com.br/ombudsman, desde 2000 as críticas vão ao ar. Por oito anos, os leitores puderam monitorar a atividade cotidiana de quem tem a atribuição de representá-los.

Não poderão mais.

Regras

O comando da **Folha** esgrimiou um argumento para a decisão: no ambiente de concorrência exacerbada do mercado jornalístico, idéias e sugestões do ombudsman são implementadas por outros diários.

De fato, isso ocorre.

E continuará a ocorrer.

Quase 20 anos atrás, as críticas ainda denominadas internas eram distribuídas em papel à Redação.

Acabavam nas bancadas de outros jornais. Um deles veiculou publicidade alardeando elogio do ombudsman.

Com a difusão por e-mail, será ainda mais difícil conter a distribuição irregular das anotações do ouvidor. Eventuais interessados, se bem articulados, terão como lê-las. Que segredo sobrevive a centenas de destinatários?

Já os leitores ditos comuns, os que fazem a fortuna de toda empreitada jornalística de sucesso, serão barrados. A medida não resolve o problema a cuja solução se propõe, mas prejudica quem é alheio a ele.

A não-renovação do mandato é legítima, respeita a Constituição do jornal. Sua direção tem a prerrogativa de convidar ou não o ombudsman a permanecer. E de estabelecer as normas. Não há quebra de contrato, e sim respeito.

No meu caso, haveria mudança de regra no meio da gestão, composta de um a três mandatos. Regras, como a **Folha** recomenda, devem ser estabelecidas antes do jogo.

Autópsia

Não é praxe dos jornais impressos do mundo inteiro compartilhar na rede o que muitos deles chamam de memorando interno do ouvidor.

Assim como, na conferência da Organização dos Ombudsmans de Notícias, com participantes de 13 países, não encontrei quem digitasse todo santo dia, como fazemos aqui, uma crítica ou memorando.

A **Folha** deu um passo ousado na imprensa brasileira ao nomear um ombudsman. Radicalizou e tornou públicas as críticas antes limitadas à Redação. Mais do que as colunas dominicais, essa espécie de parecer se destina a uma autópsia das edições. Em minúcias, identifica suas fraquezas, sem desprezar as virtudes. Expõe as vísceras do jornal.

O desafio do ombudsman é ser a melhor síntese possível dos interesses dos leitores. A eles interessa que o jornal seja bom. Nas críticas, o ombudsman busca contribuir para que o jornal do dia seguinte seja melhor que o da véspera.

Essa confluência faz do ombudsman um benefício potencial ao leitor e ao jornal.

Mesmo com as críticas vetadas aos leitores, a Folha não perderá a primazia em transparência no jornalismo nacional. As colunas de domingo persistirão, e a publicação de um artigo como este expressa tolerância com o pensamento divergente. Quantos jornais o imprimiriam, se o objeto de análise fossem eles?

Regressão

A despeito desse cenário, a restrição imposta configura regressão na transparência. O projeto editorial da **Folha** diagnostica "um jornalismo cada vez mais crítico e mais criticado". Reconhece que "o leitor fiscaliza a pauta de compromissos" do jornal.

O ombudsman deve ser um instrumento dos leitores. Se 80% dos pronunciamentos semanais ficam inacessíveis (as críticas de segunda a quinta; não escrevo às sextas), reduz-se a fiscalização dos leitores sobre aquele cuja atribuição é batalhar em nome deles.

Essa peleja não implica, em um exemplo, advogar o alinhamento do jornal com partidários ou opositores das pesquisas com células-tronco embrionárias, mas incentivar o equilíbrio no noticiário e nos espaços de controvérsia.

O ombudsman incapaz de zelar pela manutenção da transparência do seu ofício carece de autoridade para combater pela transparência do jornal. Como cobrar o que se topou diminuir?

A tendência mundial é de expansão da transparência das organizações jornalísticas. A novidade da **Folha** aparece na contramão.

Agradecimentos

A crítica diária é valiosa como instrumento de diálogo entre os leitores e o ombudsman. O que ele pensa disso e daquilo? Por vezes, a resposta se encontra nos apontamentos do dia. Na semana passada, foi possível conferir se eu perguntei à **Folha** quem lhe forneceu o dossiê do momento. A resposta significaria romper o compromisso de sigilo com a fonte. Um ministro disse que eu perguntei. Não é verdade. Se fosse responder aos leitores sem a chance de lhes remeter à crítica online, não sei se daria conta do atendimento. Em 1991, primeiro ano do qual sobreviveu estatística, houve 3.748 contatos com o ombudsman. Em 2007, o recorde de 13.374. Em janeiro, fevereiro e março de 2008, registraram-se marcas inéditas. O salto de 24% na comparação com idêntico trimestre do ano anterior projeta resultado anual superior a 16.500, sem considerar o impacto de eventos como eleição e Olimpíada. O vigor do Departamento de Ombudsman é manifestação da mudança de comportamento de cidadãos e consumidores de notícias: a fé nos relatos jornalísticos dá lugar ao ceticismo; troca-se a submissão a versões pela leitura crítica; a passividade, por cobrança. Essa é a principal característica do jornalismo do século 21. Merece ser saudada pela sociedade e pelos jornalistas. Na chegada, eu pensava ter muito a dizer. Ao partir, sei que tenho muito a ouvir.

Gostaria de ter falado de outros assuntos, dos anúncios de prostituição aos interesses cruzados do jornal. Fica para outra vez. Pelo ano em que fui feliz, agradeço à confiança que a direção da Folha depositou em mim. Tive liberdade para escrever o que quis. Uma executiva me disse que o jornal precisava de um "ombudsman crítico". Tentei desempenhar escrupulosamente a missão. Sou muito grato à minha supersecretária, Rosângela Pimentel, e ao meu assistente, o futuro jornalista Carlos Murga. Na Secretaria de Redação, devo a Suzana Singer e Alba Bruna Campanerut. Na editoria de Arte, a Fábio Marra e Julia Monteiro. Ao colocar a coluna no papel e me salvar de vexames maiores, Vanessa Alves coordenou um time talentoso e generoso.

Minha gratidão maior é para quem me deu lições inestimáveis -hoje à noite, em casa ou na rua, não esquecerei o brinde aos leitores da Folha.

TEXTO 32 - Carlos Eduardo Lins da Silva - CELS – 1C

O que fazer no caso Isabella

São Paulo, domingo, 27 de abril de 2008

CARLOS EDUARDO LINS DA SILVA

Espera-se que a Folha não caia na vala comum de outros meios, que parecem só se guiar pela satisfação imediata dos desejos da audiência

A **FOLHA** se equiparou aos veículos eletrônicos que alguns de seus colunistas tanto condenam na cobertura do caso Isabella ao publicar no pedaço mais nobre de sua primeira página de 19 de abril foto do bando de pessoas que se aglomeraram em frente à delegacia onde o crime é investigado para "celebrar" o aniversário da menina e insultar e tentar agredir os suspeitos.

Episódios como o assassinato dessa garota costumam despertar em muitos seres humanos seus piores instintos. Os meios de comunicação de massa, quando abrem espaço para mostrar sua imagem, acabam por premiar o comportamento dessas criaturas, que parecem buscar seus 15 minutos de fama ou descarregar, catarticamente ou não, sua fúria represada.

É óbvio que a mídia precisa cobrir o caso Isabella. Nenhum outro assunto desperta tanto interesse, discussões, comentários do público. Ignorá-lo seria contrariar os princípios essenciais do jornalismo e não ajuda a ninguém.

Mas o que se espera da **Folha** em situações como esta é que ela não caia na vala comum de outros meios, que parecem só se guiar pela satisfação imediata dos desejos aparentes da audiência. Mesmo que a maioria esmagadora dos leitores exigisse detalhes mórbidos, descrições escabrosas, cenas fellinianas, o jornal deveria recusar-se a fornecê-los.

A comunicação social é um negócio, claro, e deve se orientar pelo objetivo de fazer lucro para as empresas que o exercem. Mas não é só isso. Ela também impõe deveres sociais e, em minha opinião, os jornais impressos têm a obrigação de levar mais a sério do que qualquer concorrente a missão de dialogar com a sociedade para melhorar a cidadania.

Felizmente, o que os leitores da Folha majoritariamente têm pedido neste caso não é sensacionalismo. Eu li 67 mensagens enviadas ao jornal sobre o assunto. Algumas demonstravam que seus autores haviam entrado no clima orwelliano que os programas de TV do gênero "reality show" parecem ter conseguido instaurar como imperativo social em muitos países, Brasil inclusive.

Mas quase a metade expressava inconformismo com o que um leitor chamou de "circo" em que se transformou a tragédia. Muitos exigiam menos: menos destaque, menos fotos, menos máquinas fotográficas no rosto dos personagens da notícia.

Cerca de um quarto das manifestações pedia que o jornal fosse mais crítico em relação ao trabalho da polícia, que aceitasse com menos credulidade todas as explicações que vêm sendo dadas, que não se transformasse numa linha de transmissão das hipóteses oficiais.

Vários leitores lembraram-se do tristemente célebre exemplo do caso Escola Base, de 1994, quando a mídia ajudou a destruir a vida de seis pessoas, inocentes das acusações que lhes faziam, por embarcar sem restrições nas conjeturas dos policiais que investigavam a história e pré-julgar os réus com base em supostas evidências.

Uma análise isenta comprovará que, em geral, os veículos de comunicação, os impressos especialmente e a **Folha** em particular, aprenderam com o passado. A cobertura deste jornal do caso Isabella é muito mais cuidadosa do que havia sido a da Escola Base.

Mas têm ocorrido vários escorregões, como a foto da capa do dia 19, a falta de espírito crítico, o excesso de minúcias desagradáveis, insinuações sem fundamento, ilações gratuitas.

O que se espera da **Folha** é que ela jogue luzes para que a sociedade toda possa compreender melhor por que desgraças como essas acontecem e por que as pessoas reagem a elas como reagem.

TEXTO 33 - CELS – 1C

Credibilidade e influência

Leitores manifestaram estranheza com a afirmação na entrevista do ombudsman no domingo de que a imprensa brasileira não perdeu credibilidade como a americana, mas tem perdido influência sobre o eleitorado. Viram contradição entre manter credibilidade e perder influência.

Instituições podem ter grande credibilidade e pequena capacidade de influenciar as pessoas, especialmente em alguns assuntos específicos. A Igreja Católica pode gozar de credibilidade entre seus fiéis, mas influenciá-los pouco em temas como práticas anticoncepcionais, legalização de pesquisas com células-tronco, eutanásia. Há pessoas em quem parentes e amigos confiam, mas em quem não se baseiam para formar opiniões a respeito dos mais variados itens.

A imprensa americana vem perdendo credibilidade contínua e agudamente porque jornais e revistas foram pegos em mentiras flagrantes.

Credibilidade é algo que se pode mensurar. Nos EUA isso tem sido feito sistematicamente ao longo de muitas décadas. O General Social Survey constata que a credibilidade da imprensa agora é mais baixa que a do Congresso, do Poder Executivo, do Judiciário, de empresas.

No Brasil, as séries históricas são menos consistentes. Mas nenhuma pesquisa mostra no Brasil fenômeno similar ao americano.

A mais recente que conheço, de setembro de 2007, feita para a Associação dos Magistrados Brasileiros, mostra que a população acredita muito mais na imprensa do que no governo, no Congresso, nos partidos, nos políticos. Mas parece não estar se influenciando tanto por ela na hora de votar.

TEXTO 34 - CELS – 2C

1 é pouco, 2 é bom, 3 é demais

São Paulo, domingo, 21 de fevereiro de 2010

Após o segundo ano de críticas, ou o ombudsman já conseguiu convencer a Redação de algo ou dificilmente o fará

QUANDO A FUNÇÃO de ombudsman foi criada neste jornal em 1989, o mandato para exercê-lo era de no máximo dois anos. Mais tarde, por razões que desconheço, resolveu-se que o prazo poderia se estender a até três anos. Estou seguro de que dois anos é a medida certa.

Como afirmou um de meus antecessores, Marcelo Leite, ao se despedir do trabalho, em 1997: "Sábida é a regra adotada na **Folha** que fixa o mandato do ombudsman em no máximo dois anos. Muito mais tempo no liquidificador, desandaria a liga delicada com leitores e Redação, como ovos, azeite e limão na maionese. A acidez prevaleceria, degradando uma invenção civilizada em grumos e azedume".

Leigos costumam achar que jornalismo é profissão sem rotina. Ledo engano. Todo ano tem Carnaval, Campeonato Brasileiro e enchentes em São Paulo; a cada dois, eleições e bienais; de dois em dois ou Copa do Mundo ou Olimpíada; todos os dias, fofocas políticas e denúncias de corrupção. Depois do segundo ano de críticas, ou o ombudsman já conseguiu convencer a Redação de algumas coisas ou dificilmente o fará, não importa quantas vezes mais volte a bater na mesma tecla. Discurso e reação começam a ser previsíveis e se tornam inúteis.

No meu caso, um terceiro mandato seria particularmente inviável por coincidir com uma eleição presidencial em que se exercitarão com força total os piores instintos de parcela pequena mas nefasta do eleitorado engajada na guerra sectária de partidos políticos que vem desgastando o tecido das relações sociais no país há alguns anos. A arena de debate político no Brasil se transformou para algumas pessoas em ringue de combate da modalidade "ultimate fight". Para esses trogloditas do espírito, a força do argumento parece diretamente relacionada com a intensidade do insulto: acham que ganharão mais discípulos se conseguirem xingar mais alto e no mais baixo nível os seus inimigos.

Não sou talhado para esse tipo de embate. Não tenho habilidade, disposição, instrumental para me sair bem nele. Se isso é o que se requer para garantir a sobrevivência das espécies neste ambiente social, prefiro estar entre as ameaçadas de extinção.

Acredito que a principal função do ombudsman seja estimular o diálogo honesto e racional entre leitor e Redação por meio de discussão respeitosa e cordial sobre erros em que o jornal possa incorrer e maneiras para que eles aconteçam menos no futuro e sobre eventuais distorções de percepção que leitores possam ter do trabalho jornalístico e da função da imprensa na sociedade.

Isso será quase impossível fazer no ambiente carbonário que se pode antever da campanha eleitoral, em que tudo será reduzido por alguns a motivações partidárias, de um ou outro lado. E onde essas tropas de choque da intolerância sempre exigirão condenações morais de pecadores. No magnífico filme recomendado ao fim do texto, atribui-se a Thomas More a seguinte resposta a alguém que lhe cobrava que se pronunciasse com vereditos definitivos sobre o caráter de seus adversários teológicos: "Eu não disponho de nenhuma janela para olhar a consciência de outro homem; eu não condeno ninguém".

Creio que o ombudsman deve promover a dúvida, não corroborar certezas, como Albert Camus (cujo último livro, inacabado, indico ao lado) conseguiu fazer em pleno ambiente da Guerra Fria, quando muitos de seus antigos aliados o estigmatizaram por ele se recusar a acatar dogmas. Acho que seria muito difícil, para mim, fazer isso neste ano eleitoral.

As amostras que tive do poder destrutivo dessas forças da irracionalidade foram suficientes. Elas desrespeitam até o direito humano (artigo 12 da Declaração Universal) garantido pela Constituição (artigo 5) da inviolabilidade da correspondência. Uma troca de mensagens entre mim e um leitor foi apropriada por terceiro, que deturpou seu conteúdo, atribuiu a mim afirmações que eu não fizera e a endereçou a blogs de jornalistas, que a acolheram e a abriram a comentários sem jamais terem consultado nem o emissor nem o destinatário do e-mail se ele correspondia ao real. E alguns desses blogs são de pessoas que dizem lutar contra a falta de ética da "velha mídia conservadora".

Testemunho que a **Folha** manteve a integridade desta instituição nos meus dois mandatos. Mesmo nos episódios mais delicados, nunca recebi de ninguém da Redação ou a seu mando qualquer indicação sobre que temas eu deveria abordar ou evitar nem comentários sobre o que aqui foi publicado, que é inteira e exclusivamente de minha responsabilidade.

PARA LER

"**O Primeiro Homem**", de Albert Camus, tradução de Teresa Bulhões Carvalho da Fonseca e Maria Luiza Newlands Silveira, Nova Fronteira, 2005 (a partir de R\$ 25, 42)

PARA VER

"O Homem que Não Vendeu Sua Alma", de Fred Zinnemann, com Paul Scofield, 1966 (em locadoras e eventualmente no canal de TV paga Telecine Cult)

TEXTO 35 - Suzana Singer – SS - 1C

Em busca do leitor real

São Paulo, domingo, 25 de abril de 2010

SUZANA SINGER

ombudsman@uol.com.br

O haraquiri coletivo da imprensa é um jogo de adivinhação inútil ao leitor; enquanto há jornal, o importante é que seja benfeito

PARECE HAVER hoje apenas uma certeza na imprensa mundial: a de que o jornal impresso corre risco de extinção. A cada novo gadget, as trombetas do apocalipse jornalístico soam mais fortes. Neste mês, o frenesi aumentou com a chegada do iPad, capaz até de exterminar os livros.

"Para jornais, a metáfora que vem à mente é a da areia caindo na ampulheta", o tempo se esgotando, decretou relatório recente sobre a mídia dos EUA.

Esse haraquiri coletivo é, no fundo, um jogo de adivinhação inútil ao leitor. Enquanto houver jornal, o importante para quem paga por ele é que seja benfeito. E é para isso que estarei aqui.

Depois de 23 anos fazendo a **Folha**, colocando a mão na massa todos os dias, chegou a hora de sair de campo para observar o jogo e apontar erros/ acertos da equipe que faz o diário de maior circulação no país (considerada a média de 2009).

Assumo como ombudsman em um ano difícil, com coberturas importantes: a Copa do Mundo, que coloca a imprensa diante da encruzilhada de "criticar demais e ser vista como derrotista" ou "tecer só elogios e cair no ufanismo", e a eleição presidencial, que promete ser acirradíssima.

Em sua coluna de despedida, meu antecessor, o veterano Carlos Eduardo Lins da Silva disse que não suportaria a eleição presidencial, quando "se exercitarão com força total os piores instintos de parcela pequena mas nefasta do eleitorado engajada na guerra sectária de partidos políticos".

No que depender de mim, os "trogloditas de espírito", como descreve Carlos Eduardo, ficarão em segundo plano. O Fla-Flu político, que tem sua expressão máxima na guerra de blogs radicais, interessa a poucos, basicamente seus autores e uns convertidos que se regozijam em reiterar suas convicções.

Estou em busca do leitor silencioso, que se irrita com a **Folha**, mas se esquece dela antes de ter tempo de mandar um e-mail reclamando.

Em um jornal com mais de 290 mil exemplares, o leitor acaba se tornando um ente volátil, fictício, fala-se em nome dele para defender teses A, B ou C. Ou, o que é pior, sucumbe-se ao erro narcisista de ignorar quem nos lê e escrever para colegas, fontes (quem passa informações) e especialistas.

Para a **Folha**, ouvir o homem comum será especialmente importante nos próximos meses, quando estreia um novo projeto gráfico, com mudanças visuais e editoriais, que inclui extinção e criação de cadernos.

Particpei de vários processos como esse e sei que, apesar das especificidades técnicas e das pesquisas de opinião, prevalecem em muitas decisões o "eu acho assim mais bonito" ou o "aposto que vão gostar de uma seção desse jeito". Arbitrário mesmo.

Com a ajuda de você, leitor, tentarei levar demandas reais para a Redação. Afinal, toda mudança deveria ter apenas um objetivo: deixá-lo mais satisfeito com o seu jornal.

TEXTO 36 - SS - 1C
SEXO É O ASSUNTO

Nem política nem futebol. O tema que mais gerou mensagens nesses dois meses sem ombudsman foi a capa do **Folhateen** (5/04) sobre garotas que se expõem sexualmente na web em troca de dinheiro.

Foram 19 e-mails, todos reclamando de que a reportagem não deveria estar em um caderno de adolescentes e que incentivava as teens a imitarem as entrevistadas. Alguns disseram que faltou dar nome aos bois: prostituição eletrônica.

Conversei com três entrevistadas e todas gostaram do que foi publicado. "Cada um contou sua história. Não teve juízo de valor, mas eu entendo que tenha gente revoltada porque é um assunto agressivo publicado em um jornal educativo", disse Jéssica, 19, a garota da capa, que se ofende justamente se for chamada de prostituta cibernética.

Discordo dos leitores que viram no texto apologia da prostituição e não acho que esse assunto não cabe ao **Folhateen**. Mas concordo que todos os problemas decorrentes de ficar nua na rede, de se masturbar na frente de uma webcam ou vender calcinhas usadas foram pouco destacados.

Basta comparar os títulos. Na capa e nas páginas internas: "Muito prazer" e "Faturando com sensualidade". No outro lado: "Sem afinidade, é melhor não fazer, diz psiquiatra".

O problema central foi captado, sem saber, por Lola, 20, uma das garotas retratadas: "Acho que a reportagem mostrou tudo de forma natural". Eu acrescentaria: natural demais.