

ANA MARIA CORDENONSSI

**JORNALISMO CULTURAL E SOCIABILIDADE MODERNA:
ESTUDO DO CADERNO *EU&FIM DE SEMANA* DO JORNAL
*VALOR ECONÔMICO***

Universidade Metodista de São Paulo
Curso de Pós-graduação em Comunicação Social

São Bernardo do Campo, 2010

ANA MARIA CORDENONSSI

**JORNALISMO CULTURAL E SOCIABILIDADE MODERNA:
ESTUDO DO CADERNO *EU&FIM DE SEMANA* DO JORNAL
*VALOR ECONÔMICO***

Tese apresentada em cumprimento parcial às exigências do Programa de Pós-graduação em Comunicação Social da Universidade Metodista de São Paulo, para obtenção do grau de Doutor.
Orientador: Prof. Dr. José Salvador Faro

**Universidade Metodista de São Paulo
Programa de Pós-graduação em Comunicação Social
São Bernardo do Campo, 2010**

FOLHA DE APROVAÇÃO

A tese de doutorado sob o título “Jornalismo cultural e sociabilidade moderna: estudo do caderno *Eu&Fim de Semana* do jornal *Valor Econômico*”, elaborada por Ana Maria Cordenonssi, foi defendida em 05 de maio de 2010, perante banca examinadora composta pelo prof. Dr. José Salvador Faro (Presidente/UMESP), Profa. Dra. Elizabeth Moraes Gonçalves (Titular/UMESP), Profa. Dra. Magali do Nascimento Cunha (Titular/UMESP), Prof. Dr. Belarmino Cesar Guimarães da Costa (Titular/UNIMEP) e Prof. Dr. Carlos Eduardo Lins da Silva (Titular/USP)

Prof. Dr. José Salvador Faro

Orientador e Presidente da Banca Examinadora

Prof. Dr. Sebastião Squirra

Coordenador do Programa de Pós Graduação

Programa: Comunicação Social

Área de Concentração: Processos Comunicacionais

Linha de Pesquisa: Processos Comunicacionais Midiáticos

Aos meus pais,
pelo apoio incondicional.

“O modo pelo qual a consciência é, e pelo qual algo é para a consciência, é para ela o *saber*. O saber é seu único ato, por isso algo é para ela na medida em que ela *conhece* este *algo*. Saber é seu único comportamento objetivo.”

(*Karl Marx*)

Meus agradecimentos:

a Deus, pela esperança nos momentos críticos;

ao professor José Salvador Faro, a quem aprendi a admirar, pela paciência e orientação, sem as quais esta pesquisa não teria sido possível;

aos meus pais que souberam respeitar meu distanciamento e ausência, da mesma forma que outros familiares, em especial: Edith, Marcelino, Lourdes, Jacqueline, Sandra, Ermelinda;

aos meus amigos: Alzira, Celisa, Dora, Gustavo, João Pauli, Marlene, Marta Toresan, Milene, Neide, Patrícia, Priscila, Rose e Vadinea pelo incentivo e encorajamento;

aos entrevistados, Otavio Frias Filho, Vera Brandimarte, Carlos Eduardo Lins da Silva, Célia Franco, Paulo Totti e, em especial, a Robinson Borges, pelo precioso tempo e atenção que me dispensaram;

aos professores, técnicos e funcionários da Faculdade de Comunicação, da Unimep, na pessoa do diretor Belarmino Cesar Guimarães da Costa pela compreensão durante a produção desta pesquisa;

ao professor Elias Boaventura, meu eterno orientador, a todos os integrantes do programa de pós da Universidade Metodista de São Paulo, em especial aos professores Cicília, Verónica, Graça, Adolpho, e às funcionárias Lucineide e Kátia.

à Karla e David pela produção das fotos, à Eliana e Adanil pela digitalização, à Simone Cândido e Matilde de Camargo pelo apoio na pesquisa; ao Evandro, Juliano e Murilo pelo apoio técnico e, a todos eles, pelo carinho e amizade.

à banca examinadora por se dispor a apreciar esta pesquisa.

Tabelas

Nº	Título	Pág.
Tabela 1	Tiragem do <i>Valor</i> - Média mensal referente à dez/2008	99
Tabela 2	Editores e subeditores do <i>EU&</i>	107
Tabela 3	Tiragem do <i>Valor</i> - Média mensal referente a 2008	110
Tabela 4	Título de todas as matérias analisadas	129
Tabela 5	Perspectiva econômica	137
Tabela 6	Perspectiva da mídia	223
Tabela 7	Perspectiva da saúde	240
Tabela 8	Perspectiva política e filosófica/antropológica.....	254
Tabela 9	Perspectiva cultural	273

Gráficos

Nº	Título	Pág.
Gráfico I	Classe social do leitor do <i>Valor</i>	101
Gráfico II	Cargos ocupados pelo leitor do <i>Valor</i>	102
Gráfico III	Formação escolar do leitor do <i>Valor</i>	102
Gráfico IV	Total de matérias: 75	132
Gráfico V	Total de capas: 32	132

SUMÁRIO

Introdução	14
 Capítulo I	
Cultura, Sociedade e Indústria Cultural	
1. Cultura e Sociedade.....	20
1.1. Cultura - fundamentação teórica e conceituação	20
1.2. Cultura e relações de força na vida em sociedade	26
1.3. Indústria cultural	31
1.4. Indústria cultural e esfera pública	38
1.5. Esfera pública e mídia	42
 Capítulo II	
Jornalismo Cultural	
1. Jornalismo Cultural	47
1.1. Breve histórico do Jornalismo Cultural	47
1.2. Os suplementos culturais	51
1.3. Questões contemporâneas	54
1.4. Jornalismo Cultural e a teoria dos campos	56
1.4.1. Bourdieu e o espaço social	58
1.4.2. Bourdieu e o campo social	61
1.4.3. Bourdieu e o <i>habitus</i> de classe	64
1.4.4. O campo do Jornalismo – produção simbólica	67
1.5. Jornalismo cultural – uma tentativa de conceituação	72
 Capítulo III	
História do Valor Econômico	
1. Globalização e neoliberalismo	80
2. Contexto da criação do <i>Valor</i>	84
3. O <i>Valor Econômico</i>	85
3.1. Cenário e negociações	86
3.2. A criação	89
3.3. A crise da mídia de 2003	91
3.4. Autonomia e independência	94
3.5. Breve perfil do leitor do <i>Valor</i>	100
 Capítulo IV	
História do EU&Fim de Semana	
1. História do <i>EU&</i>	105
2. Linha editorial do <i>EU&</i>	106
3. Conteúdo refinado e plural	112
4. Critérios de noticiabilidade e valores culturais	117
 Capítulo V	
Procedimentos metodológicos	
1. Pressupostos	124
2. Objetivo e hipótese	125
3. Metodologia.....	125
4. <i>Corpus</i>	128

Capítulo VI “Co-sharing” a Análise

Parte I – Perspectiva Econômica	136
1. Integração da América do Sul	138
1.1. A estrada da união	138
1.2. Fernando Henrique estuda a criação de uma espécie de BNDES sul-americano.....	142
1.3. Países negociam integração há 40 anos	144
1.4. Apatia no intercâmbio cultural do Cone Sul	145

Quadros Econômicos

1. Argentina	
1.1. Argentina – (2000).....	146
1.1.1. Crise na Argentina: Marcha forçada para a dolarização	146
1.2. Argentina – (2008).....	151
1.2.1. Enigmas argentinos	151
1.2.2. Chávez e outros problemas	154
1.2.3. Acerto com o FMI passa por Obama	155
1.2.4. Lavagna, um precursor de intervenções que hoje se tornam comuns	156
2. Brasil	
2.1. Conversibilidade plena: em busca de um mercado equilibrado	157
2.2. Brasil e as negociações com o FMI	160
2.2.1. Belos sonhos, dura realidade	160
2.2.2. O enorme buraco das contas americanas	164
3. China e Rússia	
3.1. Comércio: Hora de abrir os olhos e ver o que o Oriente tem	165
4. Estados Unidos	
4.1. Crise financeira de 2000 - O sonho americano em perigo	169
4.2. Unilateralismo bélico EUA	172
4.2.1. OMC na mira – é impossível ser feliz sozinho	172
4.2.2. É a hora dos franceses mostrarem sua outra face	176
5. Japão	
5.1. O desafio de reerguer o Japão	178

Carreira & Sucesso

1. Comandante Rolim	
1.1. Bonaparte brasileiro	182
1.2. TAM entre a fusão e o plano B	182
1.3. Estrangeiras fogem do prejuízo	188
2. A embaixatriz no Irã: Angela Martins	
2.1. Uma brasileira nas finanças islâmicas	191
2.2. R\$ 180 milhões com selo do Corão	195

Quadro Setorial

1. O pôquer	
1.1. A indústria do pôquer virtual	196
1.2. O perigo da compulsão	200
2. O Trânsito	
2.1. Deixe-me ir	201
2.2. Pedágio no centro de Londres resolve só parte do problema	205
2.3. Brasília vai investir US\$ 269,8 milhões no transporte público	207
2.4. Executiva vai trabalhar por vias alternativas	207
2.5. A overdose de carros e a saúde das cidades	208

Reflexões Econômicas

1.	Atualidade do pensamento marxista	
1.1.	Pensamento capital: o eterno retorno de Karl Marx	209
2.	Dólares & Arte	
2.1.	O vil papel: a nota vale US\$ 250,00	216
2.2.	<i>In Boggs we trust</i>	220

Parte II – Perspectiva da Mídia

1.	Cobertura da Guerra do Iraque	
1.1.	O <i>show</i> de George W. Bush	223
1.2.	Deu no “ <i>The New York Times</i> ”	227
1.3.	A guerra dupla da rede CNN	230
1.4.	Cobertura para francês ver	231
1.5.	Nova ordem midiática	233
1.6.	Fogachos do “ <i>shock and awe</i> ”	235
1.7.	Letras no <i>front</i>	236

Parte III – Perspectiva da Saúde

Panorama geral

1.	Diagnóstico da saúde	240
1.1.	Os males da saúde	240
1.2.	Diagnósticos desconhecidos	244
1.3.	Paciente europeu e americano na Índia	246

Panorama específico

2.	Bipolaridade.....	247
2.1.	Mentes divididas	247
2.1.	Velho lítio mantém popularidade	251
2.4.	Controvérsia num mercado de US\$ 15 bilhões	252

Parte IV – Perspectiva Política e Filosófica/antropológica

Panorama político

1.	Internacional –imigração brasileira	254
1.1.	A imigração invisível	254
1.2.	Endurecimento americano atinge brasileiros	257
1.3.	Governo dos EUA fecha o cerco	259
1.4.	Brasil acolhedor, mas nem tanto	260
1.5.	Comunidade pequena em Paris	261
1.6.	A geografia do matrimônio	262
2.	Nacional – eleições	263
	2008.....	
2.1.	Eleição - Voto emoção, voto cabeça	263

Panorama filosófico/antropológico

1.	Tecnociência e natureza	267
1.1.	O que é o homem no mundo?	267

Parte V – Perspectiva cultural

1.	Artes plásticas	
1.1.	Transações com cores e formas	274
2.	Literatura	
2.1.	Profissionais das letras	278
2.2.	Sermões seculares	281
3.	Música e dança	
3.1.	Dança .	
3.1.1.	<i>Shall we dance?</i> – Os passos de Cunningham	282
3.1.2.	A dança autônoma de um mestre moderno	284
3.2.	Música – Ópera	
3.2.1.	A ópera política do século	285
3.2.2.	Minimalismo passa dos 40 e continua ativo	287
3.3.	Música MPB	
3.3.1.	E assim se passaram.. 50 anos	288
3.3.2.	Aquela velha amizade	291
3.3.3.	Festivais, shows e filme para celebrar	291
3.4.	Música – Internet	
3.4.1.	Os novos sons da banda larga	293
4.	Teatro	
4.1.	Nacional	
4.1.1.	Com a palavra, Nelson Rodrigues	294
4.1.2.	Nelson por Lúcia	296
4.1.3.	Em cena, no placó e na tela	297
4.1.4.	Em busca do Nelson perdido	297
4.2.	Internacional	
4.2.1.	Letras finais - Do suicídio como arte	298
4.2.2.	Em cena, morte à francesa	300
5.	Cultura geral	
5.1.	MST	
5.1.1.	A reforma cultural do MST	301
5.1.2.	Movimento discute novo modelo de cidade	304
5.2.	USP	
5.2.1.	É proibido colar	304
5.2.2.	O mito do <i>status</i> privilegiado	307
5.2.3.	“Clube da co-autoria”, autoplágio e outros jeitinhos	307
	Considerações finais	309
	Referências Bibliográficas	315
	Anexos	321

RESUMO

Jornalismo Cultural e sociabilidade moderna: estudo do caderno *EU&Fim de Semana* do jornal *Valor Econômico*

O trabalho analisa se o jornalismo cultural praticado pelo caderno *EU&Fim de Semana* do jornal *Valor Econômico*, ao incorporar certos assuntos e fenômenos decorrentes da modernidade aos conteúdos com abordagem e mentalidade culturais e universalizadas, rompe o paradigma do Jornalismo Cultural tradicional alargando este conceito, até então restrito aos acontecimentos considerados tradicionais da área da cultura, como cinema, pintura, literatura, museu, dança, música, teatro, gastronomia e turismo. O *corpus* da pesquisa foi composto pelo assunto principal de capa de 32 edições e resultou na análise de 75 matérias. O referencial teórico utilizado é a sociologia da cultura de Pierre Bourdieu por meio da teoria dos campos, espaço social, *habitus* de classe e o desejo de distinção de uma elite cosmopolita. Contudo, não se constitui uma prática jornalística sem compromisso social. As análises quantitativa e qualitativa compõem a metodologia que identifica a presença de debates, de tensões e de conflitos, o conceito de Jornalismo Cultural, o caráter cosmopolita do jornalismo no início do século XXI, bem como os valores culturais adotados pelo caderno que abastecem o público com visão prismática para ler e reconhecer o mundo..

Palavras-chave:

Jornalismo cultural, sociabilidade moderna, cultura, esfera pública e *habitus* de classe

RESUMEN

Periodismo Cultural y socialibidad moderna: estudio del suplemento EU&Fim de Semana del periódico Valor Económico

El trabajo analiza si el periodismo cultural practicado por el suplemento EU&Fim de Semana del periódico Valor Económico, al incorporar ciertos asuntos y fenómenos consecuentes de la modernidad a los contenidos con abordaje y mentalidad culturales y universalizadas, rompe el paradigma del Periodismo Cultural tradicional alargando este concepto, que ha sido empleado de manera restricta a los hechos considerados tradicionales del área de la cultura, como cine, pintura, literatura, museo, danza, música, arquitectura, escultura, teatro, gastronomía y turismo. El corpus de la investigación fue compuesto por el asunto principal de la portada de 32 ediciones y resultó en el análisis de 75 textos. El referencial teórico utilizado es la sociología de la cultura de Pierre Bourdieu por medio de la teoría de los campos, espacio social, hábitos de clase y el deseo de distinción de una élite cosmopolita. Sobre todo, no se constituye una práctica periodística sin el compromiso social. Los análisis cuantitativo y cualitativo componen la metodología que identifica la presencia de debates, tensiones y conflictos, el concepto de Periodismo Cultural, el carácter cosmopolita de este tipo de periodismo en el inicio del siglo XXI y los valores culturales adoptados por el suplemento que abastecen el público con visión prismática para leer y reconocer el mundo.

Palabras clave:

Periodismo cultural; sociabilidad moderna; cultura; esfera pública; *habitus* de clase.

ABSTRACT

Cultural journalism and modern sociability: The "*EU&Fim de Semana*" section study in the "*Valor Econômico*" newspaper.

The paper analyses if the cultural journalism practiced by the "*Valor Econômico*" newspaper in the "*EU&Fim de Semana*" section breaks the traditional paradigm regarded to cinema, painting, literature, arts, dancing, music, architecture, sculpture, drama, cooking and tourism events. It is also a goal of this study to analyze if this concept is enlarged by modern phenomena. The research "corpus" was built with the front page main subject of 32 editions which resulted in 75 subject analyses. The theoretical framework adopted is the Pierre Bourdieu's culture sociology concept that focuses the field theory, social space, class "habitus" and the cosmopolitan elite wish distinction, taking the contemporaneity into account. However, it can't be considered a piece of journalist work without social commitment. The quantitative and qualitative analyses used identify the presence of debates, tensions and conflicts, the cultural journalism concept, the beginning of the 21st century journalism cosmopolitan character as well as the cultural values adopted by the newspaper section bringing a prismatic view of reading and identifying the world to the readers.

Key-words:

Cultural journalism, modern sociability, culture, public sphere and class "habitus".

INTRODUÇÃO

O jornal *Valor Econômico*, que surgiu de uma associação entre as empresas *O Globo* (a Infoglobo) e da *Folha de S. Paulo* (Folha da Manhã), circulou pela primeira vez em 3 de maio de 2000 com a proposta de incentivar os investimentos no mercado de capitais, portanto, é direcionado ao público corporativo. Assim, o *Valor* destina-se ao leitor pertencente às classes sociais A/B, cujas atividades profissionais são exercidas em cargos estratégicos e cujos interesses se voltam para informações culturais mais especializadas do que as oferecidas pelos jornais de interesse geral.

A publicação especializada em economia e cujo público tem elevado poder de consumo não se caracteriza por ser uma agenda cultural, mas sim por desenvolver, no conjunto de temas, aspectos mais complexos da vida moderna com enfoques culturais. Daí decorre a inquietação sobre o fato de o refinamento narrativo das matérias, por estar relacionado ao prestígio da produção cultural e, ao mesmo tempo, perpassar as estruturas produtivas do caderno, resultar na questão sobre qual é o papel do jornalismo cultural nesse processo. Estaria a atividade jornalística cultural do *Valor* provocando um alargamento no conceito do termo jornalismo cultural ao serem incorporados temas não culturais na visão tradicional, a qual privilegia a divulgação de eventos artístico-culturais?

Outra questão é quanto à legitimação por meio de mecanismos sociais externos ao próprio jornal: os responsáveis pelo direcionamento desse tipo de jornalismo seriam constituídos por diversos fatores, tais como o modo de vida do executivo contemporâneo que demanda informação de qualidade, os novos padrões de comportamento e de competitividade, além do consumo de produtos e serviços elitizados em busca de distinção social?

Este trabalho parte do pressuposto de que o processo de industrialização no Brasil gerou uma tecnocracia privada e estatal que adota certos padrões modernos de consumo e os transforma em hábitos de sociabilidade, isto é, uma elite tecnocrata, não provinciana, de egressos das melhores universidades do país que atua em cargos diretivos da sociedade brasileira. Os hábitos de sociabilidade dessa tecnocracia envolvem o consumo de produtos e bens simbólicos distintivos como meio de inserção na sociedade moderna, que não transformam o agente social em intelectual, mas levam-no à inclusão em um grupo de prestígio intelectual cosmopolita.

Assim, o objetivo geral deste trabalho é investigar, a partir da existência desta elite tecnocrata no país, se o jornalismo cultural praticado pelo caderno *EU&Fim de Semana*, ao incorporar os fenômenos decorrentes da modernidade aos conteúdos, rompe o paradigma do Jornalismo Cultural tradicional e alarga esse conceito que tem sido tratado de forma restrita como fenômenos artísticos e comportamentais (cinema, pintura, literatura, museus, dança, música, arquitetura, escultura, teatro, acrescidos de gastronomia, moda e turismo).

Para explicar a existência de uma prática jornalística diferenciada na área da cultura, que atenda às expectativas desta elite, a hipótese é de que a globalização e a modernidade têm promovido modificações nos conteúdos dos cadernos de cultura dos jornais no sentido de promover, além de uma abordagem cultural de temas não afeitos a este campo, uma mentalidade cosmopolita para atender às necessidades de informação como complementação ao acúmulo de capital cultural, já obtido por meio da família e da escola pelo leitor o qual precisa estar sintonizado com o mundo para legitimar sua posição social nos mais diversos campos de atuação.

Ou seja, são os mecanismos sociais externos ao veículo de comunicação, como a necessidade de dominar um arcabouço de temas muito maior do que os relacionados aos eventos artísticos e culturais, que conferem distinção, refinamento e qualidade aos conteúdos e alargam o conceito de Jornalismo Cultural, pois a indústria cultural, para obter sucesso na função mercantilista, deve atender aos padrões de exigência de seu público.

Para comprovar a hipótese, a análise percorre as matérias do *corpus* com a finalidade de identificar a presença de debates, tensões e conflitos, o conceito de Jornalismo Cultural, o caráter cosmopolita dos assuntos abordados no mundo globalizado do século XXI e os valores culturais presentes nas matérias. Neste sentido, o caderno *EU&Fim de Semana* reúne elementos ideais para estudar a questões acima-expostas, uma vez que se trata de veículo especializado em economia, direcionado a um público com interesses culturais voltados para produtos personalizados fora da padronização do gosto da classe média amplamente estimulado pela Indústria Cultural.

A justificativa para a realização deste trabalho reside no fato de que o exercício profissional no campo jornalístico, cujo grau ideológico é, normalmente, dissimulado na forma de entretenimento pela Indústria Cultural, pode submeter o autor aos interesses dominantes de forma a manter as forças hegemônicas, em vez de buscar o caráter libertário do tecido social. Portanto, pensar o jornalismo, sobretudo o Cultural, num papel crítico e emancipador e evitar que ele venha a ser uma das formas de alimentação da chamada fábrica do consenso é de fundamental importância.

Outro argumento sobre a importância de se estudar a temática é a própria produção dos cadernos culturais e revistas especializadas, que se desenvolve num ritmo peculiar, diferente das demais editoriais por obedecer aos processos culturais e não à factualidade. O respaldo a esta afirmação está no projeto de pesquisa de Faro [s.d.], que entende como foco principal do Jornalismo Cultural a construção de um sentido organizador da crítica conceitual como veiculadora de percepções que extrapolam o objeto cultural divulgado.

Se o jornalismo cultural constitui-se em um “espaço público de produção intelectual”, portanto pressupõe uma atividade que envolve tanto jornalistas como intelectuais, e se, o nível de sofisticação dos diferentes assuntos do caderno *EU&* é definido pelo perfil do público do jornal *Valor Econômico*, portanto envolve indivíduos pertencentes a uma determinada classe social, com determinada formação escolar, estilos e hábitos sofisticados, então o referencial teórico que melhor pode levar à compreensão dos fenômenos que envolvem o jornalismo praticado no suplemento é a abordagem da sociologia cultural em espaços e campos sociais de Pierre Bourdieu.

Para Bourdieu (1984), o *espaço social* é hierarquizado e conflituoso em decorrência da desigual distribuição de capital, tem características multidimensionais e nele os agentes se distribuem em função das posições definidas de acordo com o volume e espécie de capital acumulado. Segundo o autor, há quatro formas diferentes de capital que permitem estruturar o espaço social: *capital econômico*; *capital cultural*; *capital social* e *capital simbólico*. Na visão de Bourdieu o espaço social é constituído por três classes: dominante, pequena burguesia e classes populares. Pelo levantamento preliminar sobre o perfil do leitor do jornal *Valor Econômico*, é possível identificá-lo com a fração da *classe dominante*.

Segundo Bonnewitz (2003, p. 60), no fundamento da teoria dos campos de Bourdieu há a constatação de que “o mundo social é o lugar de um processo de diferenciação progressiva”, no qual aparecem universos, áreas (campos ou microcosmos no vocabulário de Bourdieu), produzidos pela divisão social do trabalho, que engloba toda a vida social.

Na sociedade altamente diferenciada, o cosmo social é constituído do conjunto desses microcosmos sociais relativamente autônomos, espaço de relações objetivas que são o lugar de uma lógica e de uma necessidade específicas e irreduzíveis às que regem outros campos. Por exemplo, o campo artístico, o campo religioso ou o campo econômico obedecem a lógicas diferentes¹. Bourdieu (apud. BONNEWITZ, 2003, p.60)

¹ Bourdieu, P. & Wacquant, L.J.D. (apud BONNEWITZ, 2003) *Réponses...Pour une anthropologie réflexive*. Paris: Lê Seuil, p.72

Como em cada campo os agentes se enfrentam para assegurar a acumulação desse capital (garantia de dominação naquele campo), a própria estrutura do campo, num dado momento, revela a relação de forças entre os agentes. Nesse sentido, também serão estudados os campos da cultura e do jornalismo, de acordo com suas especificidades, sob a perspectiva de Bourdieu, uma vez que mesmo tendo propriedades gerais, cada campo dispõe de um modo de disputa específico e história própria, que possibilitam apreender sua relativa autonomia em relação a outros campos.

Após essas breves considerações sobre a sociologia de Bourdieu, a linha racional deste trabalho percorre o seguinte trajeto: num primeiro momento, no Capítulo I, está uma reflexão sobre a concepção de cultura a partir das diversas conotações que o termo envolve para as diferentes áreas do conhecimento, sobre as relações de força neste campo específico, sobretudo, por meio da violência simbólica e da luta por distinção manifestada pelo *habitus* de classe na sociedade, bem como sobre a interface entre cultura e indústria cultural como esfera pública.

O capítulo II traz um breve histórico do Jornalismo Cultural vinculado ao surgimento dos suplementos até a visão contemporânea e faz a associação deste campo com a perspectiva teórica (teoria dos campos, *habitus* de classe e distinção de Pierre Bourdieu), bem como sua interface com o campo jornalístico, finalizando com uma tentativa de conceituação do Jornalismo Cultural.

A história da criação do *Valor Econômico* está no capítulo III, que apresenta o cenário e as negociações para a criação do jornal, a crise da mídia de 2003, a discussão sobre autonomia jornalística no processo produtivo do jornal e um breve perfil do leitor. O capítulo IV aborda o *EU&Fim de Semana* em si, características, linha editorial, critérios de noticiabilidade e valores-notícia, bem como o conceito de Jornalismo Cultural do suplemento, a partir de entrevistas com a equipe do suplemento.

A metodologia adotada é a análise de conteúdo (Laurence Bardin) complementada com a análise de discurso (Patrick Charaudeau), conforme detalhamento no capítulo V sobre os procedimentos metodológicos, no qual também se encontram o objetivo, a hipótese e a explicação sobre a constituição do *corpus*. A metodologia envolveu o estudo das matérias do tema principal da capa de 32 edições, que resultou em um *corpus* de 75 matérias. O recorte temporal considerou meses e semanas intercaladas em três períodos: 8 edições de 2000, ano em que o *Valor* foi criado; 12 edições de 2003, ano da crise da mídia e da reestruturação do *Valor*; e 12 edições de 2008, ano em que a ideia deste estudo surgiu.

O capítulo VI é o mais extenso e traz a análise propriamente dita, sobre o caráter cosmopolita, o refinamento da abordagem, a presença de debates e tensões sociais, os valores culturais e o conceito de Jornalismo Cultural adotados pelo suplemento.

Por fim, nas considerações finais encontra-se a contribuição desta pesquisa, com o princípio norteador de que há necessidade de ampliar a reflexão sobre prática do Jornalismo Cultural, sobretudo, quanto ao envolvimento do indivíduo na sociedade e à emancipação humana para a efetiva concretização da democracia, na qual o direito à informação de qualidade que independe da classe social, raça e credo, é inalienável.

CAPÍTULO I

CULTURA E SOCIEDADE

CAPÍTULO I

CULTURA E SOCIEDADE

*“Enquanto memória da trajetória do homem
ao longo da história, a cultura torna-se
parte constitutiva do seu vir a ser e, por
isso, direito inalienável de todos.”*
Pedro Goergen

1. Cultura e sociedade

1.1. Cultura: fundamentação teórica

Antes de definir o conceito de cultura, este estudo considera como premissa que os campos intelectual e artístico são organizados em conformidade com os espaços sociais em que seus representantes se destacam, uma vez que o referencial teórico adotado é o pensamento de Pierre Bourdieu. Para o autor (1992, p.99-100), esses campos são constituídos a partir das funções dos diferentes grupos de intelectuais e artistas, de acordo com as posições que ocupam no sistema de relativa autonomia das relações de produção de bens simbólicos, com tendência de se tornar os princípios de unificação e de geração dos diferentes sistemas culturais, e de sua transformação no decorrer do tempo. Dessa forma, são as posições ocupadas pelos artistas e intelectuais que compõem o campo da cultura.

Também é preciso considerar que o termo cultura tem sido empregado com várias conotações, entre outras, para designar as relações do homem com a natureza ou para representar erudição, bem como pelo fato de o significado ser utilizado para representar diferentes correntes de pensamento. A visão sociológica é a que dá sustentação ao conceito de cultura deste trabalho e foi construído a partir da contribuição fundamental de diversos autores. Um histórico do emprego desta palavra pode ser encontrado em Williams (2008, p.10-11), que cita estudos realizados desde 1784 e discute com propriedade a dificuldade de se definir o termo. A distinção entre as diversas significações da palavra cultura também foi abordada por Bonnewitz (2003, p.94-95) e está abaixo-citada de forma resumida:

a) o sentido antropológico – as maneiras de fazer, sentir e pensar, próprias de uma coletividade humana, cuja noção global é construída por oposição à de natureza: pertence à cultura tudo aquilo que é adquirido e transmitido, “tudo aquilo que faz dos homens seres

criadores de suas próprias condições de existência” e que “fundamenta a identidade coletiva de um vasto conjunto”.

b) o sentido corrente – designa “os conhecimentos científicos, artísticos, literários de um indivíduo” e opõe o homem culto ao indivíduo *inculto* (cultura erudita ou cultura ‘cultivada’), isto é, tratam-se das relações da cultura da elite intelectual com a cultura de massa (conhecimentos e valores veiculados pela mídia e outras empresas culturais, como as indústrias do cinema, fonográfica etc.).

c) sentido sociológico – conjunto dos valores, normas e práticas adquiridos e compartilhados por uma pluralidade de pessoas, mas sem a problemática natureza/cultura (uso antropológico); as pesquisas sociológicas, sobre as práticas culturais na França, definem cultura como, além dos bens e serviços ligados às obras de arte, os que se referem à comunicação (imprensa, rádio, televisão) e ao lazer (leituras, saídas para restaurante, teatro, ópera, prática de esporte, etc.). Essa concepção abarca a cultura erudita, mas não a reduz às práticas “nobres”, “intelectuais”, o que torna esta noção de uso delicado;

d) “culturas” (no plural) – remete à noção pluralismo cultural (numa mesma cultura, podem existir grupos que não compartilham as práticas e as representações dominantes): “Por oposição às sociedades tradicionais, as sociedades industriais se tornam complexas e a posição dos indivíduos na estrutura social não é idêntica. Daí decorre a existência de culturas diferentes”. Para o autor, “subcultura” designa os comportamentos e valores específicos a um grupo de uma sociedade global e “contracultura”, os grupos que se opõem à cultura dominante e procuram promover a instauração de novas normas culturais.

A sociologia da cultura se baseia na teoria da dominação cultural, na qual os valores e práticas constituem grupos culturais específicos em diversos níveis sem que os indivíduos tenham consciência desta dominação simbólica, uma vez que o arbítrio é dissimulado pelo próprio processo. Conforme Bonnewitz (2003, p.110), a cada posição na hierarquia social corresponde uma cultura: cultura elitista, média, de massa, respectivamente caracterizadas pela distinção, pela pretensão e pela privação: “P. Bourdieu comprova a importância das lutas simbólicas na luta de classes. Impor significações, fazendo esquecer o arbítrio contido nelas, essa é a lógica da violência e da dominação simbólicas”. Trata-se, portanto, da cultura como componente do campo da produção simbólica para o qual também contribuem outros campos, que produzem representações do mundo para difundir e impor valores e práticas sociais.

Segundo Williams (2008, p. 10-13), desde o final do século XVIII o termo foi empregado pela antropologia como o “espírito” para informar o modo de vida global de determinado povo, com ênfase no “espírito formador” do ideal religioso ou nacional e na

“cultura vivida” resultante dos processos sociais de ordem econômica e social. No uso mais geral, além do “estado mental desenvolvido” (pessoa culta), os “processos desse desenvolvimento” (interesses e atividades culturais) e os “meios desse processo” (artes e o trabalho intelectual) ampliaram o sentido de cultura. O autor valoriza o emprego de cultura “como resultado de formas precursoras de convergência de interesses” e identifica duas formas principais (um modo de vida global e uma ordem social global¹).

Entretanto, ainda segundo Williams (2008, p. 10-13), desde a metade do século XX, uma terceira forma tem se revelado e contém muitos elementos em comum com a ênfase na ordem social, com a diferença de que a prática e a produção cultural não apenas procedem de uma ordem social, mas são seus elementos constitutivos. Isto coincide com o pensamento de Bourdieu, que está mais detalhado no capítulo II, quanto ao *habitus* social não ter *estrutura estruturada* e sim *estrutura estruturante*. De acordo com esta terceira forma, além das práticas culturais serem *constitutivas* também resultam do “*sistema de significações* mediante o qual uma dada ordem social é comunicada, reproduzida, vivenciada e estudada”. Desse modo, a obra cultural sintetiza e abstrai valores e significações não isentos de tensões sociais, portanto é um sistema de significações que não ignora os conflitos.

Esse terreno conflituoso na área cultural decorre, assim como em outros campos, do jogo de interesses de seus agentes, pois, segundo Arendt (1988, p.254), “a sociedade começou a monopolizar a “cultura” em função de seus objetivos próprios, tais como posição social e *status*”. Bourdieu (1983b) utiliza o termo cultura de forma indistinta, como um capital simbólico resultante de num campo particular, portanto não só como acesso a patrimônio artístico e cultural, mas também como hierarquia dos valores e das práticas, a qual confere autonomia ao campo para estruturar as relações sociais seguindo a lógica do mercado.

Bourdieu (1983b, p.112-113) assinala que a cultura média é pensada em oposição à vulgaridade, mas que esta mal consegue proteger o pequeno burguês, obrigado a mostrar-se experiente, pois “Vítima das estratégias de distinção, ele está destinado a se fazer esnobar: ele sempre sabe demais ou muito pouco, à maneira dos heróis dos jogos televisionados cuja erudição mal-colocada torna ridículos aos olhos dos *espíritos cultos*”. São as cobranças sociais que moldam o comportamento e as atitudes do indivíduo, o que requer o domínio de regras, normas e valores. Portanto, se a vida social tem influência direta no comportamento do

¹ As duas formas de convergência de cultura para Raymond Williams (1992, p. 11-13) são: a) ênfase no *espírito formador de um modo de vida global* presente nas atividades sociais e mais evidentes em atividades culturais (linguagem, estilos de arte, tipos de trabalho intelectual); b) ênfase em *uma ordem social global* na qual uma cultura específica (estilos de arte e tipos de trabalho intelectual) resulta de uma ordem constituída por outras atividades sociais

indivíduo por ele ser obrigado a interiorizar normas, padrões e regras sociais como estratégia de bom convívio e sobrevivência naquele campo, é importante considerar-se também a forma como a cultura interfere na formação da visão de mundo, da estética, do nível intelectual, influenciando o *habitus* social. Este processo de interiorização da vida social encontra sustentação na definição de cultura de Edgar Morin (1990, p.15), para quem, cultura é um

corpo complexo de normas, símbolos, mitos e imagens que penetram o indivíduo em sua intimidade, estruturam os instintos, orientam as emoções. Esta penetração se efetua segundo trocas mentais de projeção e de intensificação polarizadas nos símbolos, mitos e imagens da cultura como nas personalidades míticas ou reais que encarnam os valores (os ancestrais, os heróis, os deuses). Uma cultura oferece pontos de apoio imaginários à vida prática, pontos de apoio práticos à vida imaginária; ela alimenta o ser semi-real, semi-imaginário, que cada um secreta no interior de si (sua alma), o ser semi-real, semi-imaginário que cada um secreta no exterior de si e no qual se envolve (sua personalidade). (grifos do autor)

É desse modo que os códigos simbólicos se estabelecem em sistemas culturais diferenciados de acordo com as “maneiras de ver, como a pintura, o cinema, a televisão, a publicidade; maneiras de sentir, como a produção e a difusão do romance ou da poesia; maneiras de raciocinar com a aprendizagem escolar da matemática, da arte do resumo de texto ou do comentário”, conforme aponta Bonnewitz (2003, p.96-97). Segundo o autor, para Bourdieu, a cultura não é apenas um conjunto de obras, mas uma forma particular de perceber, descrever e compreender o mundo, portanto, um conjunto de esquemas de percepção elaborados por indivíduos que têm capital cultural elevado e autoridade legítima reconhecida, como intelectuais consagrados, jornalistas importantes, dirigentes de movimentos representativos influentes (sindicatos, grupos de pressão).

É preciso registrar, ainda, que a cultura representa também a possibilidade de contestação social, por exemplo, conforme ocorreu com a arte moderna, que despertou o interesse da sociedade por novos valores culturais. Em síntese, por ser a cultura precursora da convergência de interesses de um grupo social, influenciar e ser influenciada pelos agentes sociais e ser os esquemas de percepção formulados por indivíduos que têm capital cultural elevado e autoridade legítima reconhecida, também pode ser compreendida como espaço de luta e de reivindicações para manutenção e/ou transformação da ordem social. É autônoma, mas não soberana e possibilita a reelaboração de caráter filosófico.

Assim, a proposta de conceito de cultura para esta pesquisa resulta das reflexões sobre as ideias dos autores citados e se traduz da seguinte forma: cultura é uma produção humana de caráter estético e filosófico, uma forma de perceber o mundo, portanto, implica um modo

de vida, com suas práticas e produções simbólicas comunicadas, reproduzidas, vivenciadas e estudadas a partir de uma ordem social que, ao mesmo tempo em que estrutura também é estruturada pelas demais atividades com significações próprias. A cultura reúne, assim, o conjunto de percepções estético-conceituais e ético-filosóficas dos indivíduos que têm capital cultural elevado e/ou autoridade reconhecida e se revela como direito de todos, num campo de conflitos e lutas pela autonomia para transformar e/ou manter a ordem social.

Ao se reconhecer que a pluralidade do termo cultura é essencial, é preciso citar a contribuição do crítico literário e ensaísta Alfredo Bosi (1992), que entende a cultura como “herança de valores e objetos compartilhada por um grupo humano relativamente coeso” e afirma existir uma *cultura erudita* brasileira, centralizada no sistema educacional (universitária) e uma *cultura popular*, (basicamente letrada). A essas duas, o autor diz ser possível acrescentar outras duas decorrentes do alargamento da sociedade urbano-capitalista: a) *cultura criadora* individualizada (escritores, compositores, artistas plásticos, dramaturgos, cineastas, enfim, intelectuais que não vivem dentro da universidade); b) *cultura de massas* (a ser discutida em item separado de forma mais específica), que pela imbricação com os sistemas de produção e mercado de bens de consumo, passou a ser chamada pelos intérpretes da Escola de Frankfurt de indústria cultural ou cultura de consumo.

Teríamos em registro analítico: cultura universitária, cultura criadora extra-universitária, indústria cultural e cultura popular. Do ponto de vista do sistema capitalista tecnoburocrático, um arranjo possível é colocar *do lado das instituições* a Universidade e os meios de comunicação de massa; e situar *fora das instituições* a cultura criadora e a cultura popular. (BOSI, 1992, p.309)

Bosi (1992, p.319-320) observa que a “vida cultural letrada” se faz dentro e no entorno da universidade e cita como exemplo as revistas e jornais, cujas “seções de cultura alimentam-se de artigos, entrevistas, resenhas e reportagens escritas pelos intelectuais, ou sobre intelectuais, das maiores universidades do país (Rio de Janeiro, São Paulo, Campinas, Brasília, PUC-Rio, PUC-São Paulo)”. Para ele, o que caracteriza a cultura extra-universitária é o “caráter difuso, mesclado intimamente com toda a vida psicológica e social do povo”, ao contrário da universitária, que é “concentrada e especializada” e se nutre de fórmulas substituíveis por outras novas, tem discurso temático marcado e abordagem de assuntos de modo programado, além de ser privilégio de uma minoria.

Como cultura popular, Bosi (1992, p.323) considera “um sem-número de fenômenos simbólicos pelos quais se exprime a vida brasileira”, cuja gênese está no imaginário do povo

e cujas manifestações, apesar de grupais e obedecerem a alguns cânones, “não dispõem da rede do poder econômico vinculante, nem de uma força ideológica expansiva como a Universidade e as empresas de comunicação”.

Entretanto é importante, para este estudo, indicar alguns pontos nas relações entre *cultura erudita* e *cultura de massa*, a fim de obter subsídios para a compreensão de como e se estas relações aparecem no suplemento cultural do jornal *Valor Econômico*, objeto desta pesquisa. Segundo Bosi (1992, p.326-328), alguns dos pontos em que a *cultura erudita* e a *cultura de massa* se tocam são: a) o profissional de nível universitário (técnico ou tecnocrata) se fascina com os produtos da indústria cultural; b) as letras e as artes também aproximam a formação universitária e o consumo, como o emprego das conquistas da eletrônica e do computador pelos escritores e cantores; c) nas ciências aplicadas (Engenharia e Economia) a cultura de massa é fonte de informação e de valores para quem não teve formação humanística (passa a ser a cultura média dos técnicos); d) pode ser o inverso: a *cultura de massa* lança mão da *cultura erudita* para ditar moda e consumo (divulgar palavras, gostos melodias etc. produzidos pela cultura superior); e) a universidade faz uma adaptação ao gosto médio para a *cultura de massa*, a pedido desta: a *indústria cultural*, nas faixas mais exigentes do consumo, virou divulgadora, diluidora ou exploradora do trabalho crítico criador. Bosi (1992, p.337) também destaca a *cultura criadora individualizada* que vive “a relação intelectual-sociedade, com todas as consequências do *desenraizamento* e *desencantamento* próprios dos sistemas de classes e do consumismo que marcam a vida de relação em nosso país”. O autor (1992, p.343) explica que a criação individualizada resulta de tensões muito fortes no interior do indivíduo criador, “tensões dentre as quais é modelo exemplar o compromisso (bem ou mal resolvido) entre as forças anímicas ansiosas por exprimirem-se e a tradição formal já historicizada que condiciona os modos da comunicação”.

Cabe ainda acrescentar, a diferença entre *cultura da elite econômica*, que na visão de Bourdieu (1992) pode ser explicada pelo *habitus* de classe (ver capítulo II) e *elite da cultura*, aqueles que produzem bens culturais para um público que também produz para produtores de bens culturais, ou seja, os intelectuais. Quanto aos intelectuais, é preciso não considerá-los como uma massa homogênea, uma vez que, conforme Bobbio (1997, p.11-12), as sociedades democráticas modernas são pluralistas e têm o poder ideológico fragmentado; assim como “na sociedade monocrática como foi a União Soviética, mesmo no poder ideológico jamais deixou de existir a veia do dissenso, manifesta pela constituição de redes não-oficiais, clandestinas, que tiveram grande eficácia, embora em um círculo restrito”.

Além disso, tanto no campo cultural quanto no campo intelectual existem hierarquias diferentes de acordo com a natureza da atividade de cada campo, sem, contudo, deixar de existirem muitos pontos comuns quanto às atitudes em função do tipo de trabalho e da forma de se comunicarem com os outros campos. Apesar de produzir reflexão específica sobre televisão, as quatro categorias do comportamento de intelectuais em relação às mídias, apontadas por Dominique Wolton (1996, p.214-216) podem ser parâmetros para outras mídias. As categorias estão abaixo resumidas:

1. O grupo dos *intelectuais midiáticos* e dos *tecnocratas midiáticos* - decidiram utilizar as mídias de maneira racional e sistemática, tanto o rádio e a imprensa escrita;
2. O grupo dos *intelectuais* e *estrategistas* é mais recente; reúne os intelectuais mais jovens que, criticam a televisão, dão a impressão de não se interessarem por ela, mas desejam encontrar nela o seu lugar –talvez a cada dia mais– não por amor à cultura média e à televisão, mas sim para aumentar a sua zona de influência;
3. O terceiro grupo é o dos *intelectuais usuários* das mídias que recorrem a ela quando a ocasião exige, conscientes do papel que a televisão ocupa no espaço público hoje em dia. Mas não fazem dela uma prioridade da sua atividade.
4. O quarto grupo, em que está a maior parte dos profissionais da cultura e da vida intelectual, é o dos *intelectuais anônimos* que ficam distantes da televisão porque os trabalhos que realizam não os colocam em cena, porque não lhes é solicitado nada, porque não ousam ou não se encontrem nesse espaço de comunicação e legitimidade.

Quanto às ciências sociais (economia, sociologia, psicologia), Wolton (1996, p.219) esclarece que não são muito procuradas pelas mídias devido ao discurso “quase sempre muito estreito, e à sua prudência em generalizar conclusões, que já parecem bastante parciais, é uma limitação real diante dos jornalistas que querem respostas simples para questões complicadas”. Outra explicação está no fato de terem, em geral, discurso “muito técnico, ‘internalista’ como se diria em filosofia das ciências, ilustrando a maior parte das vezes a crítica clássica que se faz aos intelectuais, de não serem capazes de falar com clareza”.

1.2. Cultura e relações de força na vida em sociedade

A cultura, de modo geral, é um campo tensionado pelos conflitos e lutas sociais, onde a hegemonia é exercida pela camada social que acumula não só bens econômicos, mas também bens simbólicos o que lhes confere certo poder para manter a hegemonia vigente. Segundo

Bourdieu, a legitimação da cultura dominante ocorre por meio dessa imposição da visão do mundo o que assegura a manutenção da ordem social instituída e significa que são os conflitos entre classes que legitimam culturalmente uma classe social. Bonnewitz (2003, p.99) assinala que, para Bourdieu, “a cultura dominante é a cultura da classe dominante que, por um longo trabalho de legitimação, fez esquecer toda parte do arbítrio que está na sua base” e, por meio do qual, tenta impor uma visão do mundo que contemple os próprios interesses e seja reconhecida e aceita como legítima. Esta visão decorre tanto da posição ocupada no espaço social quanto das representações que a classe dominante faz do mundo social:

Do lado objetivo, pode-se agir por ações de representações individuais ou coletivas, destinadas a fazer ver e valer certas realidades [...]. Do lado subjetivo, pode-se agir tentando mudar as categorias de percepção e de apreciação do mundo social, as estruturas cognitivas e de avaliação: as categorias de percepção, os sistemas de classificação [...]. (BOURDIEU, 2004, p.161)

Portanto, toda dominação social supõe a mobilização de um poder simbólico capaz de impor significações como legítimas e dissimular as relações de força, caracterizado pela violência simbólica, a qual, para Guimarães da Costa (2002, p.169), se manifesta por meio da técnica aplicada às representações: “a estética da violência, dado o avançado das forças produtivas do capitalismo, deve ser compreendida pela racionalidade técnica presente na conformação do formato das mercadorias simbólicas”. Esta constatação torna-se indiscutível mediante os avanços tecnológicos que configuram um cenário no qual a velocidade e o volume de informações transformaram o modo de produção de todos os campos.

Para Bourdieu & Wacquant (1992a, p. 143), no entanto, a violência simbólica está na imposição de categorias de percepção do mundo social, pois é a “forma de violência que se exerce sobre um agente social com sua cumplicidade”. Ou seja, a aceitação tácita de que a leitura do mundo deve ser de acordo com as categorias de percepção a ele impostas, incluindo a racionalidade técnica, e mais que isso, colabora para a eficácia desse sistema. Assim, a cumplicidade se dá por meio do seguinte processo:

É o fato de aceitar esse conjunto de pressupostos fundamentais, pré-reflexivos, que os agentes sociais avalizam, pelo simples fato de tomar o mundo como óbvio, isto é, como ele é e de achá-lo natural porque eles lhe aplicam as estruturas cognitivas que são originárias das próprias estruturas desse mundo. Por termos nascido num mundo social, aceitamos um certo número de axiomas, que são óbvios e não requerem condicionamento. É por isso que a análise da aceitação *dóxia* do mundo, em razão da concordância imediata das estruturas cognitivas, é o verdadeiro fundamento de uma teoria realista da dominação e da política. (BOURDIEU & WACQUANT, 1992a, p.143)

A dominação se consoma por meio do reconhecimento da posição pelos demais agentes, pois conforme Bourdieu (1996, p.59-60), as trocas simbólicas, além das práticas e dos valores, também vão depender da capacidade reconhecida de falar ou de interpretar. Mas, a dominação é dissimulada, entre outras coisas, também pelo consenso no domínio desta competência. Este consenso a respeito de uma determinada situação resulta da convivência entre os agentes sobre o que merece ou não ser levado em consideração e “se fundamenta no desconhecimento, pelos agentes, de que o mundo social é um espaço de conflito, de concorrência entre grupos com interesses distintos”. (BOURDIEU, 1983b, p.24)

As representações dominantes (a *doxa*²) para Bourdieu, segundo Bonnewitz (2003, p.100-104), só podem ser impostas após um processo de condicionamento, cuja difusão da crença decorre das instituições com poder de impor visões legítimas da realidade a agentes que lhes dão crédito antecipado para instituir sua visão de mundo: “As instituições se servem da autoridade que detêm para acreditar ou não as pretensões dos agentes à posse de tal ou tal propriedade”, assim, a desvalorização das crenças adversas coloca certos agentes em situação privilegiada por controlarem ou influenciarem os processos de socialização (escola, organizações religiosas e políticas, mídia) e passam a acumular (ou não) capital simbólico.

É desta forma que as práticas culturais resultam da lógica de distinção com base na cultura legitimada, num espaço de lutas pelo acúmulo de capital simbólico. O autor explica que para Bourdieu, o agente social, cuja identidade é reconhecida pelo nome de família, nacionalidade, profissão, religião ou classe social, procura ser reconhecido, ter visibilidade e aumentar a credibilidade por meio de uma “delegação de poder dos dominados em benefício do dominante”. A vontade de acumular capital simbólico explica as práticas culturais, mas é preciso considerar que o acesso a esses bens é desigual não apenas devido à desigualdade econômica, mas também por causa das estratégias de distinção na luta de classes no campo cultural, resultante da disputa pelas classificações sociais.

O que permite a classificação social, conforme Girardi Jr. (2007, p.202-212), é o *habitus*, com categorias referentes ao eu e ao outro, aos desejos, posições, expectativas, estilo de vida e destino: “A partir dessas percepções, certos tipos de censura, procedimentos, aproximações e distanciamentos entre os corpos, estratégias de movimentação e intervenção, tipos de ironias e piadas são produzidas e ganham ‘certos’ sentidos”. Este senso³ prático do mundo emerge da posição social e é o “sensor social de classificação, avaliação e decisão que

² Segundo Bonnewitz (2003, p.100), *doxa* é o conjunto das opiniões comuns, crenças estabelecidas, ideias preconcebidas, o que é óbvio e não é discutido

³ Girardi Jr. (2007, p.202-212) explica que senso é a faculdade de apreciar, julgar, entender, dar sentido e sensores são dispositivos de localização e de identificação.

não indica exatamente o tipo de jogada que será feita, mas as condições e o campo em que os agentes podem explorar e produzir suas jogadas, em jogos reconhecidos socialmente” nos quais os agentes são obrigados a colocar os próprios lances e suas marcas de distinção.

Portanto, a relação dos agentes sociais com a cultura se modifica de acordo com a classe social a que pertence cada agente. Bonnewitz (2003, p.105-110) explica que, para Bourdieu, o consumo cultural também depende da posição no espaço social, o que revela uma homologia entre a estrutura das classes e a estrutura dos gostos e das práticas e que estão expostas a seguir de forma resumida:

- a) *classe dominante procura manter a sua posição por uma estratégia de distinção* – define e impõe o “bom gosto”; a lógica da distinção consiste em manter distância entre as práticas: logo que uma prática se difunde, é substituída por outra, reservada as classes dominantes; estas também impõem significações novas, cujo uso dominam mais que as outras classes: detêm o monopólio da competência linguística legítima, isto é, de acordo com as regras gramaticais do estilo, o que garante a sua eficiência. Sua relação com a cultura se opera no registro do distanciamento, da facilidade, da leitura em segundo grau.
- b) *pequena burguesia se caracteriza por sua “boa vontade cultural”* – o *habitus* está nas práticas de respeito sistemático à cultura dominante, reconhecimento da cultura legítima e desejo de adquiri-la; imita as práticas nobres; esses traços são notáveis na burguesia ascendente; investe nas formas menores da produção cultural, adquire cultura em matéria de cinema ou de jazz, lê revistas de vulgarização científica ou histórica; mas, vive uma tensão contínua: o temor de “parecer vulgar”, isto é, popular, e a vontade de “parecer distinto”, isto é, burguês, a qual se manifesta, sobretudo na relação com a linguagem marcada pela hipercorreção linguística.
- c) *classes populares* – o *habitus* é marcado pela “escolha do necessário” e pela valorização da virilidade; possuem práticas culturais que recusam a pequena burguesia; assuntos que “parecem burgueses” (teatro, cinema) são banidos da conversação; não questiona a legitimidade cultural dos dominantes; Bourdieu (2008, p.369) afirma que, no sentido sociológico geral, não existe cultura popular, mas um conjunto de práticas e de representações que são apenas “fragmentos esparsos de uma cultura erudita mais ou menos antiga (como os saberes médicos), selecionados e reinterpretados segundo os princípios fundamentais do *habitus* de classe e integrados na visão dominante do mundo que esse *habitus* gera”, portanto, para ele não existe contracultura popular.

Para Bourdieu (1997b, p. 26), no espaço social, o campo de forças possibilita certos jogos, onde “as classes existem de algum modo em estado virtual” e onde a posição na estrutura

dos diferentes tipos de capital dirige as representações desse espaço e as tomadas de posição na luta para conservá-lo ou transformá-lo, numa cumplicidade tácita. É assim que o capital e o poder simbólico tanto dos produtores como dos consumidores culturais ganham força social:

(...) os agentes sociais e os próprios dominados estão unidos ao mundo social (até mesmo ao mais repugnante e revoltante) por uma relação de cumplicidade padecida que faz com que certos aspectos deste mundo estejam sempre além ou aquém do questionamento crítico. É por intermédio dessa relação obscura de adesão quase corporal que se exercem os efeitos do poder simbólico. (BOURDIEU, 2000, p. 60)

É importante destacar que tanto o consumo cultural quanto o valor atribuído aos objetos dependem de mercados simbólicos muito específicos. Segundo Girardi Jr. (2007, p.198), se os consumidores classificam e pensam o mundo por meio do consumo, esses agentes são socialmente “classificadores-classificados e os objetos e as práticas também o são”. Contudo, os diversos mercados simbólicos do espaço social, conforme mencionado foi dito, não estão abertos a todos de modo idêntico. Bonnewitz (2003, 105-110) explica que, para Bourdieu, contra essa ilusão do “comunismo cultural”, o acesso democrático a uma prática é marcado pela filiação de classe que produz um *habitus* específico.

Assim, o campo cultural funciona com uma hierarquia que vai do distinto ao vulgar e exclui os que não dominam os mesmos códigos, o que leva os agentes a disputar as estratégias de distinção em relação aos demais, inclusive em práticas como vestuário, decoração, turismo, lazer, esporte, gastronomia. “Como escreve P. Bourdieu em *La distinction*, os gostos também são desgostos: os gostos funcionam simultaneamente como fatores de integração, atestando a filiação a uma classe, mas também como fator de exclusão”.

Para assegurar sua filiação a uma determinada classe, o agente deverá produzir-consumir os bens simbólicos referentes àquele grupo social para internalizar as formas de perceber o mundo segundo a ótica daquele campo: “se o consumo é fundamental no entendimento das práticas simbólicas é porque, também ele, é o espaço de dominação e de constituição de sentido do mundo” (GIRARDI JR., 2007, p.198-208). Segundo o autor, a produção de sentido depende da relação dialética entre o *habitus* e o *mercado* em que o primeiro funciona como mediador.

Deste modo, aqueles que desfrutam do mercado cultural simbólico devem ser capazes reconhecer e exercer esse poder simbólico legitimado pelo arbítrio da classe dominante, em conformidade com o conceito de cultura aqui adotado. O agente para se manter numa determinada classe (no caso deste trabalho, *elite econômica*) precisa ter competência para

compreender e dominar certas percepções do mundo feitas por agentes com capital cultural elevado e autoridade legítima (no caso deste trabalho, *elite da cultura*), a partir da comunicação, reprodução, vivência e estudo da ordem social global, da qual decorrem outras atividades com sistema de significações próprio (normas, símbolos, mitos e imagens), num campo de lutas pela autonomia e como direito de todos.

Entretanto, conforme explica Ortiz (1991), no Brasil a hegemonia do mercado de bens culturais restritos ainda não se efetivou e a estratégia adotada pelos produtores culturais tem sido buscar a saída na produção ampliada de bens culturais (indústria cultural), o que leva a uma interface entre as duas esferas de produção. A produção de bens culturais em escala ampliada é tratada a seguir.

1.3. Indústria Cultural

A produção cultural erudita até o século XIX distanciava-se da indústria cultural devido aos espaços da produção, de circulação e de recepção. Deste modo, é necessário retomar a ideia de que, para Bourdieu, principal referência teórica deste trabalho, o sistema de produção e circulação de bens simbólicos define-se como

[...] sistema de relações objetivas entre diferentes instâncias definidas pela função que cumprem na divisão do trabalho de produção, de reprodução e de difusão de bens simbólicos. O campo de produção propriamente dito deriva sua estrutura específica da oposição [...] que se estabelece entre, de um lado, o campo da produção erudita enquanto sistema que pode produzir bens culturais [...] a um público de produtores de bens culturais que também produzem para produtores de bens culturais e, de outro, o campo da *indústria cultural* especificamente organizado com vistas à produção de bens culturais destinados a não produtores de bens culturais (o grande público) que podem ser recrutados tanto nas frações não-intelectuais de classes dominantes (o público cultivado) como nas demais classes sociais. (BOURDIEU, 1992, p.105)

Portanto, para compreender os fenômenos que permeiam as sociedades modernas, é preciso breve retrospectiva de sua configuração, a partir da Revolução Industrial com a ascensão do homem burguês, o desenvolvimento do capitalismo e o aparecimento de uma nova sociedade, a qual passou a privilegiar o entretenimento e o lazer em detrimento da valorização da cultura, conforme é possível confirmar em Arendt (1988, p.257): “A sociedade de massas, ao contrário [da sociedade anterior ao século XIX], não precisa de

cultura, mas de diversão, e os produtos oferecidos pela indústria de diversões são, com efeito, consumidos pela sociedade exatamente como quaisquer outros bens de consumo”.

Trata-se, então, da configuração de um novo cenário, no qual a cultura passou a atingir todas as camadas sociais seguindo a lógica do consumo e que ficou conhecida como *cultura de massa*. Para denominar essa transformação no modo de ver a cultura foi criada a expressão “indústria cultural”, em 1947, em Amsterdã, pelos filósofos da Escola de Frankfurt Theodor Adorno e Max Horkheimer, em “Dialética do Iluminismo” (*Dialektik der Aufklärung*). O livro, escrito após o fim da Segunda Guerra Mundial, traz as angústias de um período difícil, em que o rádio foi utilizado por Hitler para doutrinar a consciência das massas. Entre os efeitos indesejados da indústria cultural para Adorno e Horkheimer (1969, p.175) está o fato de que ela “continuamente priva seus consumidores do que continuamente lhes promete, (...) não sublima, mas reprime e sufoca”. Os autores apontam, ainda, que a indústria cultural tolhe a liberdade de julgar e de decidir, requisitos imprescindíveis para a sociedade democrática:

Ela impede a formação de indivíduos autônomos, independentes, capazes de julgar e de decidir conscientemente. Mas estes constituem, contudo, a condição prévia de uma sociedade democrática, que não se poderia salvar e desabrochar senão através de homens não tutelados. (ADORNO & HORKHEIMER, 1975, p.295)

As expressões cultura de massa e indústria cultural têm sido empregadas como sinônimo, mas Eclea Bosi (1972 p.57) esclarece que, para Adorno, a expressão *indústria cultural* é mais adequada do que *cultura de massa*, pois integra “domínios separados há já um milênio, a arte superior e a arte inferior”. Entretanto, é preciso registrar que o conceito de indústria cultural foi vítima de alguns equívocos de apreciação, nos quais a análise crítica se tornou um instrumento para se continuar a manter a distinção entre elite e massa. Também é criticada por ter sido considerada ferramenta de controle e de manipulação ideológica e comercial de um público passivo e por existir um erro de interpretação ao se supor que a “arte superior” sempre foi produzida desvinculada dos interesses econômicos:

Bourdieu demonstra que a criação intelectual sempre dependeu materialmente de algum tipo de sustentação que lhe era provida por igrejas ou por estados ou por mecenas até que, após a Segunda Revolução Industrial, começou a ter condições de se amparar em seus próprios consumidores, o que lhe garantiria, com o correr do tempo e o crescimento e consolidação do público, autonomia relativa, profissionalização e legitimidade. (LINS DA SILVA, 1985, p.20)

Além dos efeitos acima, Alfredo Bosi (1992, p.383) amplia a mensuração deste fenômeno ao afirmar que “dos meados do século XX em diante, passa a ser colonizada em escala planetária a alma de todas as classes sociais. Colonizar quer dizer agora massificar a partir de certas matrizes poderosas de imagens, opiniões e estereótipos”. Portanto, não há como negar que o componente ideológico é intrínseco à indústria cultural, uma vez que nas sociedades capitalistas a burguesia detém o controle político, econômico e cultural. Aí reside a explicação para o fato de que os bens simbólicos ao veicularem uma ideologia hegemonicamente de interesse burguês, como assinala Lins da Silva (1985, p.21) se tornam “o principal instrumento através do qual se reproduzem os valores culturais e ideológicos indispensáveis para a manutenção do poder da burguesia sobre as demais classes sociais”.

Entre as implicações da indústria cultural identificadas por Edgar Morin (1990, p.7-18) está a ampliação do campo cultural que invade a vida cotidiana (o lar, o casal, a família, a casa, o automóvel, as férias), o que possibilita ver as sociedades modernas não só como industriais, mas também como técnicas, burocráticas, capitalistas, de classes, burguesas, individualistas etc., com “uma concepção da cultura, da arte, que é achincalhada pela intervenção das técnicas industriais, pela determinação mercantil”, e na qual tudo parece opor “a cultura dos cultos à cultura de massa: qualidade à quantidade, criação à produção, espiritualidade ao materialismo, estética à mercadoria, elegância à grosseria, saber à ignorância” e que, por isso mesmo, é preciso perguntar “se os valores da alta cultura não são dogmáticos, formais, mitificados”.

Contudo, não é possível ignorar a dinâmica cultural entre as esferas de produção restrita e a ampliada, já que, conforme lembra Girardi Jr. (2007, p.96-97) a divisão do campo social depende das condições históricas do aparecimento do mercado de bens simbólicos (cultura erudita/indústria cultural) nas sociedades modernas. Isto porque, segundo o autor (2007, p.96-97) o poder da produção erudita ou da indústria cultural é definido pela capacidade dos agentes de instituir, com maior ou menor legitimidade, normas e critérios de avaliação da produção geral da cultura: “trata-se da capacidade de garantir os critérios de avaliação de seus produtos e estabelecer a submissão ou retradução de todas as outras demandas estéticas do campo à lógica do pólo dominante”, cujas estruturas de força simbólica refletem as posições dos autores e de suas obras na produção simbólica. Assim, as posições dos autores e de suas obras decorrem de uma determinada hierarquia destas últimas.

Tal estrutura inclui, entre outras, as seguintes relações: a) relações objetivas entre os produtores de bens simbólicos contemporâneos ou de épocas diferentes, cuja produção destina-se sobretudo a um público de produtores

ou a um público estranho ao corpo de produtores [...]; b) relações objetivas entre os produtores e as diferentes instâncias de legitimação que consistem em instituições específicas [...] capazes de consagrar por suas sanções simbólicas e, em especial, pela cooptação (princípio de todas as manifestações de reconhecimento) um gênero de obra e um tipo de homem cultivado [...]; c) relações objetivas entre estas diferentes instâncias de legitimação definidas, fundamentalmente, tanto em seu funcionamento como em sua função, por sua posição dominante ou dominada, na estrutura hierárquica do sistema [...]. (Bourdieu, 1992, p.118-119)

Quanto à produção da indústria cultural, ou seja, ao conteúdo para ampliar o comércio dos bens culturais, segundo Girardi Jr. (2007, p.97), a quantidade de consumidores (leitor / audiência) ganha relevância como forma de legitimação, mas tem riscos: “na luta por posições dominantes na estrutura das relações de força simbólica, essas instâncias de legitimação particulares podem ter a pretensão de transformarem-se em instância de legitimação geral do campo cultural”. Isto provoca no pólo erudito “uma considerável pressão no sentido do reposicionamento ou submissão de suas produções aos novos critérios de classificação e hierarquização dessa Indústria ou mercado de bens ampliados”. Cabe ressaltar que o agente reconhece a classificação e hierarquização, num processo tensionado por conflitos e contradições que, no final, legitima a visão de mundo da classe dominante e sem se dar conta do processo.

Além dos valores culturais, das relações sociais e das influências na vida dos indivíduos, é impossível negar também os aspectos econômicos que o mercado da cultura de massa envolve. Para Waar (1994, p.141) a indústria cultural está na base da formação dos indivíduos das sociedades modernas e, portanto, não deve ser percebida nem como “indústria”, nem como “cultura”, mas sim como um fenômeno decorrente do capitalismo avançado, pois “reflete os efeitos estruturais da produção capitalista sobre a formação dos indivíduos nas modernas sociedades de consumo”. Com a produção, a circulação e o consumo de bens simbólicos nos centros urbanos emerge um público diversificado de consumidores cosmopolitas, cujas relações com o mercado de bens simbólicos têm a finalidade de obter lucros e garantias de caráter econômico e simbólico, conforme comprova Vargas (2006):

Atualmente, cultura é um grande negócio; há investimentos que geram empregos, empresas que disputam um mercado e uma crescente profissionalização. [...] Em termos de demanda, determinado público com poder aquisitivo bem acima da média nacional consome, em relativa quantidade, produtos com alto valor simbólico agregado.

Outro aspecto importante a ser destacado, conforme explica Guimarães da Costa (2002, p.9), é que esse processo de padronização e nivelamento da obra de arte com

finalidade mercantil inviabiliza a participação do consumidor na criação porque, para Adorno e Horkheimer, a massa enquanto consumidora de bens simbólicos não dispõe de equipamentos técnicos e acesso aos meios. Em suma, a expressão *indústria cultural* significa “a mercantilização da cultura, a gestação de uma sociedade de consumo, que revela a perda de autonomia da produção cultural por parte da audiência dos veículos de comunicação”.

A relação entre indústria cultural e o público, conforme citado, ocorre dentro da lógica produção-consumo. Neste quadro, tanto para os produtores de bens simbólicos quanto para os consumidores desses bens, o conceito de *habitus* (ver capítulo II) de Bourdieu (1992) passa a ter fundamental importância, porque conforme a explicação de Friedman (1994, p.331-332), isto se deve à existência de uma conexão explícita entre a auto-identificação e o consumo:

A primeira [auto-identificação] pode ser um ato consciente, uma afirmação em torno da relação entre o eu e o mundo, ou pode ser um aspecto tido como certo na vida de cada dia, isto é uma identidade pré-definida. É deste ponto de partida que se torna possível encarar o consumo como um aspecto de uma estratégia mais generalizada ou um conjunto de criação dos intelectuais e das pessoas elegantes.

É desta forma que os produtos culturais constituem as identidades pessoal e social, pois segundo Bourdieu (1997a, p.165), “sob pena de se sentirem *deslocados*, os que penetram em um espaço devem cumprir as condições que ele exige tacitamente de seus ocupantes”, como, por exemplo, a posse de certo capital cultural. Conforme esclarece Friedman (1994, p.331), a diferenciação cultural se dá na definição da posição social a “qual um determinado *habitus* de uma ‘classe’ particular se distingue no mercado cultural, identificando-se com o conjunto de produtos e de atividades claramente definido, um estilo de vida”. O agrupamento em três estilos diferentes de vida, identificados na sociedade francesa contemporânea por Bonnewitz (2003, p.83-85), podem ser transpostos para outras sociedades capitalistas para explicar a questão do *habitus* de classe no pensamento de Bourdieu e se encontra abaixo resumido:

- a) *classe dominante - habitus* fundado na noção de distinção, o que implica parecer distinto pela *hexis* (boa apresentação corporal), pela linguagem (língua correta), pela escolha da mobília da casa (preferência pelos móveis antigos) ou do lugar onde se passam as férias. Mas nesta classe opõem-se dois estilos de vida: os indivíduos de capital econômico (detêm signos culturais legítimos como as viagens, a posse de obras de arte ou de carros de luxo) e os de capital cultural (leituras, amor à música clássica ou interesse pelo teatro). Assim, aos gostos de luxo dos primeiros se opõe o aristocratismo ascético dos segundos. Também o tempo de filiação à burguesia tem efeitos sobre o *habitus*: *burguesia antiga*,

moral austera da produção e da acumulação construtiva, fundada na abstinência, na sobriedade, na poupança, no cálculo; já a *nova burguesia* detém mais capital cultural, adere a uma moral hedonista do consumo baseada no crédito, na despesa, no gozo.

- b) *pequena burguesia* – *habitus* ligado à vontade de ascensão social ou ainda pela restrição por pretensão. Mas não é um grupo homogêneo quanto aos estilos de vida: a *pequena burguesia ascendente* apresenta *habitus* semelhante ao da *nova burguesia*, baseado no “dever de prazer” e pela *hexis* corporal baseada no corpo, no relaxamento, na alimentação saudável e equilibrada. A *pequena burguesia em declínio* tem preferências mais austeras, com valores como trabalho, ordem, rigor, minúcia.
- c) *classes populares* – *habitus* marcado pelo sentido da necessidade e da adaptação a essa necessidade, bem como pela valorização da força física como dimensão da virilidade. Desse modo, a submissão à urgência direciona os gostos ou as escolhas e não a estética, assim como a escolha de alimentos fortes ou a atração por exercícios de força comprovam a valorização da força física.

Como a cultura de massa resulta da dialética produção-consumo na qual, conforme Morin (1990, p.171), há a união íntima do imaginário e do real, procura adaptar-se aos já adaptados e adaptar os adaptáveis, isto é, busca integrar a vida social nos locais onde os desenvolvimentos econômicos e sociais encontram condições de prosperarem: “é bem no nível médio das sociedades ocidentais que funciona sua dialética circular, dando vida por procuração imaginária às necessidades da vida, mas atizando em troca essas necessidades no sentido da aspiração ao bem-estar e à felicidade”.

O estímulo a novas necessidades e novos *habitus* se revela inclusive na escolha de roupas e outros objetos, porque conforme Friedman (1994, p.331-334), o “vestuário é a expressão imediata do grau da força vital que a pessoa carrega dentro de si, e a força vital é sempre e em toda parte exterior. (...) O vestuário não é um símbolo da posição social, mas uma manifestação concreta desta mesma posição social”. Portanto, o consumo se transforma num gerador de conflitos internos dos agentes sociais, pois na explicação do autor “é uma luta de vida ou morte para a sobrevivência psíquica e social e consome a pessoa por inteiro”.

Além dos aspectos externos ao agente social, as afinidades culturais dele, as quais não são questionadas, representam o indicativo da posição que ele ocupa no espaço social. Segundo Loyola (2002, p.73), em “A Distinção”, Bourdieu trata do *gosto* como uma prerrogativa do indivíduo não passível de discussão para mostrar que as preferências ou julgamentos (em matérias de música, literatura, cozinha, esportes etc.) decorrem da posição do indivíduo no espaço social, de seu *habitus* como diferencial. Assim, se o *habitus* decorre

da filiação social, atua de forma a permitir que os agentes possam obter as regras do jogo e promover sua inserção nas relações sociais.

A relação entre o *habitus* e o campo é antes de tudo uma relação de condicionamento: o campo estrutura o *habitus*, que é o produto da incorporação da necessidade imanente desse campo ou de um conjunto de campos mais ou menos concordantes [...]. Mas também é uma relação de conhecimento ou de construção cognitiva: o *habitus* contribui para constituir o campo como mundo significativo, dotado de sentido e de valor, no qual vale a pena investir energia [...]. A realidade social existe, por assim dizer, duas vezes, nas coisas e nos cérebros, nos campos e nos *habitus*, no exterior e no interior dos agentes. (BOURDIEU & WACQUANT, 1992a, p.102-102)

A construção do mundo interiorizada pelo *habitus* de uma determinada realidade social interfere nas representações dessa realidade, uma vez que passam a adquirir conotação de verdade social. É dessa forma que o *habitus* de uma mesma classe tem relação similar. Bonnewitz (2003, p.80) assinala que o estilo pessoal ou a opção por uma marca específica dos produtos de um mesmo *habitus* é só um desvio em relação ao estilo próprio, a uma época ou a uma classe, pois a diferença entre o *habitus* dos indivíduos está nas trajetórias sociais. Assim, o *habitus* sintetiza as experiências comuns dos membros da mesma classe. O autor (2003, p.82-83) esclarece ainda que no *habitus*, o interesse econômico não determina a ação, pois há uma razão transcendente às práticas que explica o funcionamento da sociedade. Segundo Bonnewitz (2003), estilo de vida é definido como o conjunto de gostos, crenças e práticas sistemáticas de uma classe ou grupo e compreende as opiniões políticas, crenças filosóficas, convicções morais, preferência estética e também as práticas sexuais, alimentares, indumentárias, culturais, etc. Também se associa à noção de gênero ou de modo de vida, isto é, num mesmo nível social podem ser encontrados estilos de vida diferentes, ligados a *habitus* distintos, já que uma das funções do *habitus* é explicar a unidade de estilo:

O *habitus* é o princípio gerador e unificador que retraduz as características intrínsecas e relacionais de uma posição como estilo de vida unitário, isto é, como conjunto unitário de escolhas de pessoas, de bens, de práticas. Como as posições das quais são produto, os *habitus* são diferenciados; mas também são diferenciadores. Distintos, distinguidos, eles são também operadores de distinções: mobilizam princípios de diferenciação diferentes ou utilizam diferentemente os princípios de diferenciação comuns. Os *habitus* são princípios geradores de práticas distintas e distintivas [...]; mas são também esquemas classificatórios, princípios de classificação, princípios de visão e de divisão, gostos diferentes. (BOURDIEU, 1997b, p.23)

Em decorrência disso, do *habitus* decorrem práticas e representações diferenciadas e passíveis de classificação, uma vez que o gosto está objetivamente vinculado à condição social, por meio dos condicionamentos. Segundo Bourdieu (2004, p.159), “os agentes se autoclassificam, eles mesmos se expõem à classificação ao escolherem, em conformidade com seus gostos, diferentes atributos, roupas, alimentos, bebidas, esportes, amigos, que combinam entre si e combinam com eles”, ou que convêm à sua posição.

Deste modo, a indústria cultural utiliza o *habitus* como uma das estratégias para selecionar os assuntos compatíveis com seu público. Contudo, a natureza formativa e educativa da imprensa remete a discussão sobre os reais interesses da mídia e de determinados grupos em detrimento do interesse público que deve permear as matérias jornalísticas. Assim, uma reflexão sobre o jornalismo como espaço público está a seguir desenvolvida.

1.4. Indústria Cultural e a esfera pública

A configuração do campo midiático nas sociedades modernas conduz à reflexão sobre o papel dos meios de comunicação de massa e seus interesses, enquanto mediadores das trocas simbólicas para diversos públicos, o que remete diretamente à esfera pública e às noções de campo e de poder simbólico. O conceito de esfera pública, nesta pesquisa, refere-se às ideias de Jürgen Habermas, que popularizou o uso da expressão nas análises políticas a partir de 1970. A esfera pública para Habermas (2003, p.14-15) configura-se em uma zona de discurso com a possibilidade de debater ideias, cuja característica principal é a visão do bem comum e cujo sujeito é “o público enquanto portador de opinião pública”.

O autor assinala as diversas conotações da expressão como, por exemplo, o caráter público dos debates judiciais, ou, no âmbito das mídias, o “atributo que desperta a opinião pública” ou, ainda, os órgãos estatais ou as próprias mídias, que, “como a imprensa, servem para que o público se comunique”. De acordo com Habermas (2003, p.110-111) *opinion* significa “o modo de ver da multidão” e aponta que o sentido de *opinion publique*, no final do século XVIII, evoluiu para o “tirocínio de um público capaz de julgar” sem, entretanto, ter a conotação de “consenso”. Apesar de considerar que o consenso sobre algo é necessário para o interesse público e que também tem relação com a “opinião pública encenada” e explica:

consenso fabricado não tem a sério muito em comum com a opinião pública, [ou melhor] com a concordância final após um laborioso processo de recíproca ‘*Aufklärung*’ (esclarecimento), pois o ‘interesse geral’, à base do

qual é que somente seria possível chegar a uma concordância racional de opiniões em concordância aberta, desapareceu exatamente à medida que interesses privados a adotaram para si e a fim de se auto-representarem através da publicidade. (HABERMAS, 2003, p.228-229)

Apesar de Bourdieu não ter criado uma teoria da comunicação, construiu uma Economia das Trocas Simbólicas, na qual o processo comunicativo está relacionado à ação social. E é a visão da vida em sociedade formada por diversos campos, que conduz à necessidade de destacar o caráter simbólico da formação dos públicos. Segundo Esteves (2003, p.28), este caráter simbólico dos vários públicos resulta do papel da comunicação que lhes confere uma forma de sociabilidade: “a sua [dos públicos] espiritualidade é constituída por uma certa comunhão de ideias, cuja origem está num processo sistemático de comunicação: a troca discursiva realizada pelos membros do público sobre problemas e assuntos do seu interesse comum”, que se associam, não em termos físicos ou naturais, mas “por afinidades baseadas no reconhecimento das idiossincrasias próprias de seus elementos”.

O aparecimento do Estado do Bem-Estar Social (*Welfare State*), na visão de Habermas (2003, p.232-233), perverteu o mecanismo de concentração democrática e, apesar de a área de competência da esfera pública ter se ampliado, os interesses dos cidadãos ainda continuam subordinados aos interesses liberais da mesma esfera pública. Isto porque, a despeito de a esfera pública legitimar-se no bem comum, ela é insuficiente para satisfazê-lo e para escapar dele, uma vez que a “renegociação dos compromissos desloca-se para setores extra-parlamentares, seja formalmente mediante a delegação de competências de órgãos estatais para organizações sociais, seja informalmente mediante a transferência efetiva de competências fora da lei (ou contra a lei)”. Segundo o autor (2003, p.258), o grande problema resulta do fato de que um público desintegrado “é de tal maneira mediatizado por meios publicitários que, por um lado, pode ser chamado a legitimar acordos políticos sem que, por outro lado, ele seja capaz de participar de decisões efetivas”. Portanto, conforme Cortes (2002, p.19-29), isto justifica a necessidade de se discutir o papel da imprensa, pois o “consenso fabricado, essa visão unilateral do mundo, centrada na subjetividade de uns poucos, não tem nada a ver com uma base democrática”.

Na mesma direção, Wolton (2004, p.511-512) diz que o papel da esfera pública na democracia de massa é simbolizar ou a realidade de uma “democracia em ação” ou a “expressão contraditória das informações, das opiniões, dos interesses e das ideologias”, por representar o “laço político que liga milhões de cidadãos anônimos dando-lhes a sensação de participar efetivamente da política”. Desta forma, o autor entende que o espaço público

pressupõe a existência de indivíduos mais ou menos autônomos, inclusive em relação aos partidos políticos, capazes de formar a sua própria opinião e “não alienados aos discursos dominantes”, que acreditam nas ideias e na argumentação, e não apenas no confronto físico.

Assim, o poder democraticamente constituído para Habermas, segundo Esteves (2003, p.65), está sujeito a certa proteção institucional do Estado de Direito inquestionável, mas não exclusivamente, pois depende, sobretudo, de um amplo apoio das tradições culturais, dos modelos de socialização e de uma cultura política de populações habituadas à liberdade. Isto porque, segundo Habermas (2003, p.173-174), a relação entre a esfera pública, com sua promessa de acesso a todos, e a esfera privada, com sua concentração de poder nas trocas de mercadoria, reforça a “tendência dos economicamente mais fracos” de contrapor-se, por meios políticos, a quem for superior graças às posições do mercado.

Isto explica o fato de as intervenções do Estado, no século XIX, atenderem em parte “os interesses dos economicamente mais fracos, em parte também servem para repeli-los”. Além disso, segundo Esteves (2003, p.32-33), isto justifica a contraposição dos domínios público e privado, no sentido de cada um deles se definir como uma esfera própria, mas que, na modernidade passaram a ter uma estreita articulação: o público torna-se estritamente dependente dos seus membros e o privado só pode constituir-se plenamente quando se projeta numa experiência de vida comum. Entretanto, é preciso considerar que, segundo Girardi Jr. (2007, p.135) não se deve confundir essa produção de sentido como uma total autonomia do mundo, da vida, já que Habermas “alerta justamente para a sua falta de objetivação, o seu carácter difuso, impossível de ser avaliado de antemão, constituindo ‘esferas públicas periféricas, autorregulativas e não institucionalizadas’”.

Para Wolton (2004, 511-512), a esfera pública requer tempo, vocabulário, valores comuns e reconhecimento mútuo das legitimidades para se formar e configura-se como “espaço para debate de ideias dos agentes políticos, sociais, religiosos, culturais e intelectuais de uma sociedade, os quais desfrutam de relativa autonomia”. Segundo o autor (2004, p.513) o espaço público resultou do movimento de emancipação que valorizou a liberdade individual e o que é público, com dois movimentos: “um a favor da liberdade individual, portanto, de certa capacidade para mostrar publicamente aquilo que se é, e um movimento democrático que favorecia também a ideia de publicidade contra o secreto e o proibido”. Wolton (2004, p.224) diz que o “público” envolve três fatores: a) político ligado ao movimento pela democracia, que identifica a emancipação com a luta contra o espaço privado dominado pelos valores morais e religiosos; b) social associado aos movimentos sociais, como o êxodo rural, a urbanização e a transformação dos modos de vida que

modificaram as fronteiras entre essas duas categorias; c) cultural, em que se misturam a ideia de emancipação e a generalização da comunicação e que contribuiu para certa abertura.

A crescente socialização da vida pública, a multiplicação das políticas familiares e depois sanitárias, enfim o profundo movimento de libertação da mulher, acompanhado pela evolução das mídias, que contribuíram para que se possa “falar de tudo”, mexeram com as fronteiras público-privado, fizeram recuar os territórios do sigilo, forneceram a tomada da palavra e facilitaram essa realidade hoje banal, mas impensável há 50 anos: *fala-se de tudo na praça pública*. (WOLTON, 2004, p. 224)

Da relação entre público e privado na sociedade é importante destacar, ainda, o papel das identidades sociais que alterou os limites da privacidade. Nas sociedades de consumo e de domínio da mídia surgidas depois da Segunda Guerra Mundial, conforme Kellner (2001, p.297), a identidade tem sido cada vez mais vinculada ao modo de ser, à produção de uma imagem, à aparência pessoal. “É como se cada um tivesse de ter um jeito, um estilo e uma imagem particulares para ter identidade”, embora, paradoxalmente, muitos dos modelos de estilo e aparência provenham da cultura de consumo. De acordo com Giddens (1994, p.191-192), esta é a razão de o movimento das identidades sociais ter acrescentado, à discussão sobre as hipóteses de vida, questões relacionadas com o estilo de vida: “uma política de auto-realização num ambiente ordenado reflexivamente”, centrado em “debates e contestações que derivam de um projeto reflexivo do *self*”.

Segundo Esteves (2003, p.73-74), há um paradoxo no movimento das identidades que o discurso da pós-modernidade deixa no esquecimento. Para o autor, Habermas na linha da crítica da cultura iniciada pela Escola de Frankfurt, já havia reconhecido este paradoxo, isto é, a “desinteriorização da interioridade declarada”, a partir das transformações que as indústrias da cultura provocaram na vida social: “o modo como as pessoas ocupam os seus lares permite analisar esta ‘intimidade de projectores’ (sic) das novas esferas (sociais), bem como o processo de ‘desinteriorização’ da esfera íntima, a qual continua, no entanto a declarar-se como tal”. Portanto, no pensamento moderno, a questão da identidade assume valor estratégico como modo de distinção em relação ao passado e às sociedades tradicionais: “a identidade torna-se progressivamente mais instável, fragmentada, múltipla, permeável às mudanças que ocorrem quer ao nível dos sistemas de pensamento, quer das formas de sociabilidade e de organização da vida colectiva (sic) em geral” e passa a ser objeto de reflexão do pensamento.

Para Habermas (2003, p.237-238) a mudança estrutural da esfera pública resultou em perdas evidentes, pois como havia crescido a interdependência dos eventos politicamente relevantes: “com a sua base da comunidade, a esfera pública perdeu a sua localização; ela perdeu sua clara delimitação, por um lado, em relação à esfera privada e, por outro, em relação ao ‘cosmopolitismo’; perdeu a sua transparência e abrangência”. De qualquer forma, na esfera pública é impossível negar o duplo papel que as mídias desenvolvem, tanto como instrumentos de manipulação quanto como formas de resistência, o que será tratado no item a seguir.

1.5. Esfera pública e mídia

Em um mundo voltado para a produção em massa, mercadorias e consensos, onde a realização individual prevalece, a comunicação midiática desempenha função estratégica na difusão desses bens materiais e simbólicos. Esta é a razão, segundo a visão de Esteves (2003, p.87) para que “muitas marcas, empresas e até os chamados autores/artistas da mídia criem e ponham em circulação mensagens/produtos com padrões estéticos muito diferenciados ou mesmo, à primeira vista, até antagônicos”, o que não representa uma ruptura cultural propriamente dita, pois, segundo o autor, ocorre apenas o

aperfeiçoamento de determinadas técnicas de *marketing*, no sentido de sua maximização da sua eficácia e da rentabilidade dos produtos, sejam estes uma *griffe* (automóveis, vestuário, perfumes, etc.), um *sitcom*, um outro qualquer produto televisivo ou uma nova estrela de *showbiz*.

Nesse sentido, os estudos no campo da comunicação têm destacado como funções fundamentais, a importância e o poder da mídia na definição das temáticas, conforme esclarece Girardi Jr. (2007, p.127): “Segundo a hipótese da *agenda-setting*, desenvolvida nos anos 1970 por Maxwell McCombs e Donald Shaw (...), o poder dos meios de comunicação de massa não consistiria, propriamente, em nos dizer *o que* pensar, mas sim *em que* pensar”, portanto, o poder estaria na “capacidade de dar visibilidade a um assunto e fixar uma agenda temática (política, ideológica, cultural, econômica, social, ambiental)”.

Apesar de não se referir especificamente à *agenda setting*, Rubim (1994, p.68) explica que, em função da concorrência, os veículos de comunicação, ao serem obrigados a oferecer ao público assuntos considerados importantes e interessantes, revelam que a seleção do que será publicado ou não, se constitui em uma das formas de poder: “Publicizar ou não, eis então um dos momentos onde se instaura uma relação de poder: um dos poderes dos *media* para

além das mensagens”. E não é só a seleção dos assuntos um dos mecanismos de poder, mas também o tempo de permanência de determinados assuntos na pauta da mídia tem relevância.

A existência desta comunicação distorcida, para Esteves (2003, p.38), decorre da desigualdade, em termos de poder, criada e mantida entre os interlocutores: uns determinam sobre o que se fala e como se fala, outros conformam-se ao silêncio ou, quando muito, a falar por uma pauta que não é a sua, ou seja, a chamada *agenda setting*. Daí a responsabilidade da mídia, que “pelo seu poder simbólico, tem uma dupla dimensão cognitiva e valorativa: nos mostra o mundo, mas não apenas isto, coloca até o sentido em que este mundo será visto pelas pessoas, articulando aquilo que será problema no espaço público.” (CORTES, 2002, p.20)

A despeito de a *agenda setting* não delimitar o possível condicionamento da comunicação por parte da mídia, ela torna visível os mecanismos do poder. Segundo Girardi Jr. (2007, p.128), grande parte da luta política emerge do agendamento de certos temas ou do seu deslocamento da agenda, já que “a luta política é uma luta pelo poder de representação, pelo reconhecimento das formas de representação legítima e pelo controle simbólico do Agendamento”. Este poder simbólico, conforme Bourdieu (2000, p.61), é a luta pelo “poder de nomeação, de classificação e categorização (acusação pública) desses temas”, que, por sua vez, trata-se da capacidade de criar quadros de representação (*frames*) e do senso comum, ao lado de determinados agentes e seus interesses: “o poder simbólico é um poder (econômico, político, cultural ou outro) que está em condições de se fazer reconhecer (...) [e] exerce-se não no plano da força física, mas no plano do sentido e do conhecimento”.

Para Bourdieu os campos da política e o das mídias estabelecem um complexo jogo pela obtenção de reconhecimento e de legitimidade por meio do poder simbólico. Deste modo, com relação aos jornalistas, é indiscutível que a posição que ocupam no seu campo profissional lhes confira certa condição de poder, uma vez que são eles que controlam a comunicação pública em todas as etapas como, por exemplo, o gerenciamento das pautas, a seleção das matérias tematizadas, os conteúdos produzidos e o acesso à mídia.

Também é preciso considerar que é por meio da imprensa que certos temas deixam a condição privada e ganham relevância pública, o que torna a imprensa um poderoso mecanismo na transformação das estruturas do espaço público. Segundo Esteves (2003, p.56), a ação da imprensa “imprime não só uma diferenciação e complexidade a essas estruturas (ao nível das audiências, por exemplo), mas pode inclusive, de forma mais profunda, pôr mesmo em causa a autonomia do próprio Espaço Público enquanto tal”. E é por possibilitar a composição de novos sentidos por parte dos consumidores que a mídia gera

o que Girardi Jr. (2007, p.134) chama de “pontes hermenêuticas entre as estruturas de integração políticas e o mundo da vida”.

A análise de Bourdieu (1989, p.159), sobre o papel dos meios de comunicação e dos movimentos sociais na esfera pública, parte da visão de campo, mercados simbólicos, poder simbólico e ação do porta-voz, o qual “ao falar de um grupo em questão, institui este grupo pela operação de magia que é inerente a todo ato de nomeação”. Portanto, o porta-voz passa a configurar-se como agente social que coloca em circulação os fluxos comunicativos na esfera pública e isto explica a opção, neste trabalho, por Habermas. Para o autor (2003, p.213-214), no início, a imprensa compunha-se de pequenas empresas artesanais, cuja “atividade se limitava essencialmente à organização da circulação das notícias e a verificar essas próprias notícias” e, depois, viria a evoluir para uma imprensa de opinião e um jornalismo literário, provocando mudanças em sua função básica.

Os jornais passaram de meras instituições publicadoras de notícias para, além disso, serem porta-vozes e condutores da opinião pública, meios de luta da política partidária. Isso teve, para a organização interna da empresa jornalística, a consequência de que, entre a coleta de informações e a publicação de notícias, se inseriu um novo membro: a redação. Mas para o editor de jornal, teve o significado de que ele passou de vendedor de novas notícias a comerciante com opinião pública. (Bücher, apud HABERMAS, 2003, p.241)

Habermas (2003, p.215-216) explica que, nesta fase, as empresas jornalísticas resguardaram para as redações uma “espécie de liberdade” característica da comunicação para pessoas privadas, portanto, era uma imprensa transformada em instituição deste mesmo público, sobretudo, nos períodos revolucionários, como uma “espécie de mediador e potenciador, não mais apenas um mero órgão de transporte de informações e ainda não um instrumento da cultura consumista”. O autor diz que “só com o estabelecimento do Estado burguês de Direito e com a legalização de uma esfera pública politicamente ativa é que a imprensa crítica se alivia das pressões sobre a liberdade de opinião” e pode assumir as chances de lucro de uma empresa comercial.

Bücher (apud HABERMAS, 2003, p.217) assinala que, nesta fase, “o jornal assume o caráter de um empreendimento que produz espaço para anúncios como uma mercadoria que se torna vendável através da parte reservada da redação”, o que compõe o caráter de empresa privada destinada a gerar lucros. Habermas (2003, p.219-229) reconhece esta transformação e afirma que os aspectos sociológico-empresariais da mudança estrutural da imprensa não podem ser separados das tendências gerais à concentração e centralização, pois o desenvolvimento

técnico dos meios de transmissão de notícias acelerou, em parte, a “unificação organizacional e a cartelização econômica da imprensa”. Para o autor, com a circunscrição do público a pessoas privadas burguesas também se rompe a velha base da convergência de opiniões: “a crítica competente quando há questões publicamente discutidas cede lugar a um mudo conformismo, com pessoas ou personificações publicamente presentificadas”.

É por esta razão que, nos estudos sobre esfera pública e poder da mídia na seleção dos assuntos jornalísticos, é preciso considerar também a ação do porta-voz enquanto fonte de informação e o seu papel na definição das agendas temáticas já que, para Habermas (2003), os movimentos sociais e a luta pela participação na esfera pública formam fluxos comunicativos no cotidiano. Segundo Girardi Jr. (2007, p.131-133), são obrigados a adotar “diversas estratégias de representação discursiva, a posicionarem-se em verdadeiras lutas simbólicas pela representação, colocando muitas vezes em jogo os próprios critérios de legitimação e reconhecimento que esses mercados (políticos) produzem”. Para o autor, estes “mecanismos de ação comunicativa devem ser reconhecidos e legitimados através de processos de entendimento dinâmicos, já que estes movimentos do mundo da vida, pela sua sensibilidade, são capazes de reinventar o real”.

Entretanto, não obstante todas as considerações acima, os meios de comunicação assumem um papel fundamental ao ampliar a circulação das formas simbólicas nas sociedades democráticas, sobretudo porque segundo Bell (apud WOLTON, 1996, 208) “uma democracia autêntica não é apenas uma democracia política, mas também uma democracia cultural”. Ademais, a produção jornalística, segundo Guimarães da Costa (2002, p.12), passou a representar um “capital cultural de interesse ampliado, cotidiano e fundamental nas relações entre pessoas, grupos sociais, culturas e civilizações. Sua prática, nessa sociedade na qual a cultura se encontra mundializada, acarreta mudanças no estatuto da percepção e inteligibilidade”, uma vez que afeta as condições de mediação entre o homem e as sociedades e possibilita “a compreensão de realidades longínquas, reelaboradas pelas condições de produção da narrativa e dos recursos técnicos”.

CAPÍTULO II

JORNALISMO CULTURAL

CAPÍTULO II

JORNALISMO CULTURAL

*“Não há verdadeira democracia
sem verdadeiro contra-poder crítico.
O intelectual é um contra-poder,
e de primeira grandeza.”
Pierre Bourdieu*

1. Jornalismo Cultural

1.1. Breve histórico do Jornalismo Cultural

Antes de conceituar Jornalismo Cultural, um breve histórico deste campo mostra que seu início remonta ao século XVIII, na França com os panfletos literários e revistas específicas para o público feminino e com a crítica de arte na imprensa, da qual Denis Diderot (1713-1784) é importante precursor. Entretanto, a contribuição mais relevante para a cobertura jornalística da cultura se deve a Èmile de Girardin, em 1836, com a introdução de um “rodapé” na primeira página do jornal, para aumentar a venda dos exemplares e que originou o folhetim, onde segundo Barbeiro (2001, p.183), “iam parar as ‘variedades’, as críticas literárias, as resenhas teatrais, junto com anúncios e receitas culinárias, e não raro com notícias que metiam a política em disfarce de literatura”.

A iniciativa transformou-se em um espaço para a publicação em série de romances em doses diárias e deu origem ao folhetim-romance (os romances existentes foram fragmentados e adaptados para o jornal) que evoluiu para o romance-folhetim (passou-se a criar histórias já no formato do folhetim, posteriormente condensadas em obras específicas). De acordo com Brandão (2009), há estreita relação entre esse gênero e o momento histórico, pois foi “a articulação de interesses entre autores-editores-leitores” a responsável para êxito do folhetim no período. “Assim, comunicava-se (sic) os valores de maneira mais ampla, valores esses que [até então] só eram transmitidos por meio dos romances às esferas sociais específicas”. De acordo com Meyer (1996), a importância do *folhetim* pode ser atribuída a uma função de complemento do jornal, para, entre outras estratégias, ampliar a venda de exemplares. Contudo, este recurso foi gradativamente abandonado nas últimas décadas do século XIX e início do século XX.

O consagrado escritor francês Honoré de Balzac (1799-1850) foi o primeiro a produzir um folhetim-romance, publicado em capítulos no jornal e boa parte de *A Comédia Humana* saiu primeiro nesse formato. Além dele, outros autores aderiram ao gênero: Eugène Sue (1804-1857), autor de “Os Mistérios de Paris”; Alexandre Dumas (1802-1870), autor de clássicos da literatura de capa-e-espada, um gênero literário que tinha surgido na Espanha do século XVII; Charles John Huffam Dickens (1812–1870) o mais popular dos romancistas da era vitoriana; e Machado de Assis (1839-1908), considerado o maior escritor do Brasil, que teve papel preponderante no Jornalismo Cultural, com a carreira de crítico de teatro e literário, escreveu ensaios e resenhas, sobretudo dos romances de Eça de Queiroz.

Já segundo Habermas (2003, p.192-193), a origem do Jornalismo Cultural está relacionada às “revistas de poesia, cuja tradição, na Alemanha, começou em 1770 com os almanaques de Leipzig e de Göttinger”, quando o “conjunto de experiências da esfera íntima da pequena família permite compreender, além do desenvolvimento da esfera pública literária, certas condições de sua decadência”. Na época, o ideal burguês previa que “a partir de uma esfera íntima bem fundada na subjetividade correlata ao público, se cristalizasse uma esfera pública literária”. Entretanto, quando a família perde a sua coesão literária, o “salão” burguês fica fora de moda, pois “a discussão em sociedade entre indivíduos já não cabe mais no modelo: cede lugar a atividades de grupo mais ou menos obrigatórias”.

Independente das referências utilizadas pelos dois autores para detectar os primórdios do Jornalismo Cultural europeu, não é possível ignorar que a vida intelectual naquele continente, assim como em outras partes do mundo, sempre esteve atrelada ao comando da aristocracia e da Igreja, cujo processo de libertação, conforme Bourdieu (1992, p.99-100), ocorreu em meio a uma série de transformações que estão citadas a seguir:

a) a constituição de um público de consumidores virtuais cada vez mais extenso, socialmente mais diversificado (...); b) a constituição de um corpo cada vez mais numeroso e diferenciado de produtores e empresários de bens simbólicos cuja profissionalização faz com que passem a reconhecer exclusivamente um certo tipo de determinações (...) c) a multiplicação e a diversificação das instâncias de consagração competindo pela legitimidade cultural (...) e das instâncias de difusão cujas operações de seleção são investidas por uma legitimidade propriamente cultural.

Assim também, se faz necessário registrar que, no final do século XIX, o Jornalismo Cultural tanto na Inglaterra quanto na França passou a incluir a crítica cultural e social. Na Inglaterra, um importante nome a ser citado é George Bernard Shaw (1856-1950), prêmio Nobel de Literatura em 1925, que além da crítica literária, teatral e musical, destacou-se na

defesa do socialismo, na elaboração de panfletos e ensaios sobre assuntos políticos, econômicos e sociais, e que utilizava a análise estética com observações sociais, as quais influenciaram o Jornalismo Cultural de outros países.

Na França, o destaque é para Émile Zola (1840-1902) que teve participação decisiva no caso Dreyfus, ao publicar diversos artigos em jornais e revistas em defesa da inocência do tenente judeu Dreyfus acusado de traição. Com o famoso artigo “*J’accuse*”, dirigido ao Presidente da França, Zola conseguiu a revisão do processo e, posteriormente (1906, após sua morte), que o tenente fosse reabilitado oficialmente. Por causa do artigo, Zola foi processado por difamação e condenado a um ano de prisão. Foi esta a causa do exílio dele na Inglaterra de onde regressou 11 meses depois¹, quando publicou outra série de artigos sobre o caso.

No Brasil, não há informações exatas sobre a data em que surgiu a cobertura de cultura nos jornais, mas é inegável que o contexto socio-econômico-cultural sofreu enormes transformações com a chegada da Família Real portuguesa, em 1808, ao país. No início, os folhetins brasileiros (*rodapés*) misturavam crítica literária, divulgação de eventos culturais e os romances em capítulos, que também apareciam em outras seções. Há quem afirme, ainda, que no *Correio Braziliense* (ou *Armazém Literário*), criado em 1808 e editado por Hipólito José da Costa em Londres, já constava uma seção específica destinada à Literatura e Ciências, com informações referentes às novas publicações na Inglaterra e em Portugal, bem como transcrições de obras científicas ou literárias, com respectivos comentários.

Segundo Lorenzotti (2007), o *folhetim* ou os textos das seções de crítica literária dos jornais brasileiros tinham origem acadêmica ou nos cursos de Direito. No Rio de Janeiro os seguintes jornais mantinham essas seções culturais: o *Jornal do Commercio* (1838), *Correio Mercantil* (1843-1863) e *Diário do Rio de Janeiro* (1821-1878). Em São Paulo, muitas publicações traziam informações culturais. Entre elas, a autora cita as seguintes:

Revista da Sociedade Filomática (1833), *Revista Mensal de Ensaio Filosófico Paulistano* (1851-1864), *Ensaio Literários do Ateneu Paulistano* (1852-1860), *Revista da Academia de São Paulo* (1859), *Revista da Associação Recreio Instrutivo* (1861-1862), *Revista Mensal do Instituto Científico* (1862-1863), - e várias publicações em Recife e Porto Alegre. (LORENZOTTI, 2007, p.14)

Merecem destaque também os jornais cariocas *Gazeta de Notícias* (1875-1942) e *Correio da Manhã* (1901-1974). O primeiro, fundado por Manuel Carneiro, Ferreira de

¹ ESCRITOR francês Émile Zola. UOL Educação. Da página 3 Pedagogia & Cominação. Disponível: <<http://educacao.uol.com.br/biografias/ult1789u480.jhtm>>. Acesso: 25.01.2009.

Araújo e Elísio Mendes, por ter aberto espaço para a literatura no *folhetim*, debater os grandes temas nacionais, ser anti-monarquista e abolicionista e no qual escreveram José do Patrocínio, Machado de Assis, Capistrano de Abreu e os portugueses Eça de Queiroz e Ramalho Ortigão, entre outros. O segundo, fundado por Edmundo e Paulo Bittencourt, testemunhou um acelerado processo de industrialização, enfatizava a informação em detrimento da opinião e fazia oposição a quase todos os presidentes brasileiros no período, razão pela qual foi perseguido e fechado em diversas ocasiões com os proprietários e dirigentes, presos. Trabalharam no *Correio da Manhã*, entre outros, Otto Maria Carpeaux, Ledo Ivo, Renard Perez, Antônio Callado, Carlos Drummond de Andrade, Márcio Moreira Alves, Holoassy Lins de Albuquerque, Graciliano Ramos e o influente crítico Antônio Moniz Vianna.

Até o final do século XIX, o jornalismo era exercido pelos principais escritores e influenciado de forma marcante pela da literatura. Conforme Costa (2005, p.41), “grandes escritores como José de Alencar, Machado de Assis e Olavo Bilac, embrenharam-se nas redações. Mas o jornalismo que faziam estava muito mais próximo da crônica e dos editoriais de hoje”. Segundo a autora, era uma prática que seguia o modelo francês e privilegiava a análise e o comentário, e não a informação. Só no início do século XX, o Jornalismo Cultural brasileiro passaria a incluir a reportagem e a entrevista, a partir, entre outras coisas, da contribuição do jornalista Paulo Barreto, mais conhecido como João do Rio (1881-1921). O jornalista, que transitava sem dificuldades no meio literário e jornalístico, transformou a crônica em reportagem e gerou muita polêmica com as famosas séries de reportagens cariocas, nas quais descrevia ambientes e fatos e utilizava recursos literários.

Embora ainda não se configurasse como produto de consumo, o Jornalismo Cultural começou então a se profissionalizar e passou a fazer crítica de arte menos profunda do que a de Machado de Assis (1839-1908) e José Veríssimo (1857-1916). Contudo, Gadini (2009) lembra que “em termos urbanos e públicos, só vai ser possível falar em consumo e crítica cultural, boas décadas mais tarde. Ou, para ser mais exato, a partir das últimas décadas daquele século. E, de modo mais significativo, a partir dos anos 1930”.

Lorenzotti (2007, p.14-15) cita ainda as revistas *Kosmos* (1904-1909) e *Renascença* (1904-1906), ambas no Rio de Janeiro como específicas de cultura. Em São Paulo, a autora menciona as seguintes publicações: *Revista do Brasil* (1916 – lançada por Julio Mesquita), a *Panoplia* (1917-1918, dirigida por Guilherme de Almeida, Cassiano Ricardo e Di Cavalcanti), a *Novela Semanal* (1921-contos e novelas), a *Klaxon* (criada pelos “modernos de 1922”, com apenas oito números), a *Revista Nova* (1931, de Paulo Prado e Antônio Alcântara, com apenas quatro números), a *Arcádia* (1936, dos estudantes de Letras da Universidade de São Paulo) e a

Revista do Arquivo Muicipal (1935, do Departamento de Cultura de São Paulo), além da *Revista Clima* (de maio de 1941 a novembro de 1943, fundada por um grupo de jovens egressos da Universidade de São Paulo que, posteriormente, criaria um dos marcos do Jornalismo Cultural brasileiro o *Suplemento Literário* do jornal *O Estado de S. Paulo*).

Na década de 1950, quando a meta no país era desenvolvimento econômico e industrialização, os processos de urbanização e de adoção de novas tecnologias se incorporavam à vida social brasileira. As empresas jornalísticas passaram por transformações profundas com equipamentos mais complexos e com a introdução de novas técnicas de redação como o *lead*. Foi neste cenário que surgiram vários suplementos literários nos principais jornais brasileiros influenciados pelo clima modernizante das empresas jornalísticas e pela intensa produção intelectual com a inserção das questões políticas na esfera cultural.

Conforme explica Abreu (1996, p.13), a produção intelectual do período foi “profundamente marcada pelo debate de ideias políticas, pelo anticomunismo, pela elaboração de projetos de desenvolvimento e pela ideologia do nacional desenvolvimentismo, que não só permeou as décadas de 50 e 60, como chegou até os dias atuais”. Segundo Lorenzotti (2007, p. 38), na época, os intelectuais e artistas jovens de esquerda se propuseram a levar cultura ao povo, com destaque para as campanhas de alabetização de adultos pelo método Paulo Freire. A autora utiliza uma citação de Walnice Galvão para explicar que as atividades culturais eram vistas como “um dever político de participação, e não, a exemplo do que ocorrerá subsequentemente, como algo voltado com exclusividade para a profissionalização individual”. Segundo Silva (1998, p.43-44) no Brasil existia a crença de que as seções e os suplementos culturais seriam capazes de proporcionar cultura, de levar conhecimento através de suas páginas, pois acreditava-se que só pelo fato de se falar “nas Artes e nas Letras já se estaria contribuindo para a formação intelectual do indivíduo ou para lhe proporcionar ‘cultura elevada’. As seções de cultura, portanto, vinham como uma complementação à contribuição dos jornais para o enobrecimento do saber”.

1.2. Os suplementos culturais

O primeiro suplemento cultural brasileiro a ter esse nome foi criado em 1909 pela *Gazeta de Notícias*, mas somente nos anos 50, quando ocorreram grandes transformações no jornalismo brasileiro com inovações técnicas e de redação importadas da imprensa norte-americana e que substituíram a influência francesa, houve a proliferação desses cadernos em

vários jornais, como o *Diário Carioca*, *Última Hora* e *Jornal do Brasil*. O *Suplemento Dominical do Jornal do Brasil* (SDJB, 1956-1961) surgiu com a proposta de levar ao público textos críticos com características teórico-científicas e com a publicação de textos literários, como poesias e prosas. Conforme Mauad, (2002), o suplemento, “em 1957, se engajou ao movimento concreto e depois mais ainda, ao movimento neoconcreto”. Ainda segundo a autora, “o SDJB foi responsável por uma revolução conceitual e gráfica dos suplementos, da qual a criação do Caderno B seria cúmplice histórica”. Mais tarde, criticado pelo conteúdo intelectual excessivo, iria sofrer alterações e se tornar o *Caderno B*. Hoje é considerado o marco dos suplementos culturais no Brasil.

Outras publicações também criaram seus suplementos, como *Correio da Manhã*, *Diário de Notícias* e o *Suplemento Literário*, do jornal *O Estado de S. Paulo*. Publicado em 6 de outubro de 1956, o *Suplemento Literário* foi editado por Décio de Almeida Prado até o número 508, em 1966 e, em seguida, por Nilo Scalzo. Conforme Lorenzotti (2007, p.40), “viria a ser considerado, décadas depois, o modelo de todos os cadernos culturais que o sucederam”. Segundo a pesquisadora, o projeto do “*Suplemento de Letras e Artes para O Estado de S. Paulo* que foi feito [por Antonio Cândido] em 25 de abril de 1956, dirigido aos ‘prezados amigos Julio de Mesquita Neto e Ruy Mesquita’”, já trazia as diretrizes sobre como deveriam ser tratados os assuntos. Nas considerações preliminares destacava a preocupação em dosar a abordagem das informações :

O suplemento deve evitar dois extremos: o tom excessivamente jornalístico e o excessivamente erudito. O primeiro caso (mais ou menos o da Folha da Manhã, pode representar um êxito jornalístico pela variedade e facilidade de leitura; mas não pesa na opinião, não contribui para formar hábitos intelectuais, não põe o leitor em contato com o pensamento literário. O segundo caso (mais ou menos como o *Jornal do Comércio*) abafa o leitor com artigos longos, indiscriminadamente justapostos, de leitura penosa e lenta. O suplemento deve ficar ao meio caminho, sendo bastante flexível para chegar ao leitor médio e ao leitor de nível elevado.” (LORENZOTTI, 2007, p.40)

De acordo com o projeto de Candido, reproduzido por Lorenzotti (2007, p.98-120), a proposta era circular o suplemento aos sábados e “conciliar as exigências de informação jornalística e as de bom nível cultural, visando ser como ideal, uma pequena revista de cultura”. Reservava uma porcentagem para “matéria leve, curta e informativa, que permite incluir, em compensação, matéria de mais peso” de forma a atender “os interesses tanto do leitor comum quanto do leitor culto, devendo-se evitar que o Suplemento se dirija exclusivamente a um ou outro”. Mantinha independência em relação ao restante da redação e,

para manter “uma atmosfera de objetividade e larguesa (sic) intelectual”, rejeitava “os preconceitos literários e artísticos”. Tinha tamanho *standard*, quatro páginas e previsão de acréscimo de mais duas para publicação de “contos e [para] ampliar a colaboração poética”.

Quanto ao conteúdo estava distribuído em dois setores: o artístico e o literário divididos em seções fixas com 60% do espaço (porcentagem que podia ser alterada conforme a situação) para garantir o planejamento e a orientação em cada edição. A parte fixa do setor literário, com cerca de 30 laudas semanais, tinha as seguintes seções: *Rodapé crítico*, *Resenha bibliográfica*, *Letras estrangeiras*, *Letras dos Estados*, *Literatura brasileira*, *Atualidade literária*, *Revista das Revistas*, *Figuras e problemas do nosso tempo*, *Concurso literário*. A parte variável se constituía de artigos livres (de 4 a 6 laudas) produzidos por colaboradores e permitia a publicação seriada em até quatro números. Quanto à parte fixa do setor artístico era composta por quatro artigos (de 3 a 5 laudas) semanais sobre artes plásticas, música, teatro e cinema. A parte variável reunia artigos, notas, informações sobre cada uma das áreas citadas.

O projeto também previa mais dois elementos complementares: a) ilustração das matérias com fotos e desenhos e b) publicidade restrita a livros, objetos de arte, exposições, vendas de livros e objetos de arte. Continha ainda previsão de funções do pessoal, informações sobre as relações com a redação do jornal, recrutamento e pagamento de colaboradores, aquisições bibliográficas, diretrizes para as seções, sugestões de literatura estrangeira, sugestões para a colaboração poética, instrução aos resenhadores, nomes de colaboradores, plano dos primeiros quatro números e perspectivas de desenvolvimento.

Outro importante suplemento cultural brasileiro a registrar é o *Folhetim* (1977-1989), publicado pelo jornal *Folha de S. Paulo*, que segundo Polacow (2007, p.8-9) foi “um termômetro da movimentação da sociedade civil em sua busca pelo restabelecimento da democracia e refletiu o anseio público gerado pelas transformações sociais desencadeadas pela abertura política”. De acordo com a pesquisadora, caracterizou-se por três períodos: o primeiro (1977-1979) teve como criador e editor o jornalista Tarso Castro, um dos fundadores de *O Pasquim*, cujo desafio era criar “o primeiro caderno cultural ‘alternativo’ dentro da grande imprensa no Brasil, recheado de humor, irreverência e uma certa ‘marginalidade’ ”. No segundo período (1979-1982) três editores, nesta ordem, assumiram o suplemento: Oswaldo Mendes, Jaime Klintowitz e Maria Carneiro da Cunha com a “primeira mudança na linha editorial do caderno” e uma “gradual aproximação com a academia e o empenho de servir de arena para o debate social e político”. O terceiro período (1982-1989), o *Folhetim* editado por Mario Sergio Conti seguido de Rodrigo Naves, João Moura, Marília Pacheco

Fiorillo e Nelson Acher, nesta ordem, teve como principal característica o abandono do “caráter social acadêmico” para optar “por uma apreensão mais refinada da cultura”.

Com o aparecimento da informatização nos anos 1980, o ritmo das redações em geral se acelerou e a dinâmica do trabalho sobrecarregou de tensões os jornalistas obrigados a acumular algumas funções e a extinguir outras, com a consequente apuração frágil de muitas matérias e com menos aprofundamento nas abordagens. Isto porque a nova tecnologia, em muitos casos, passou a ser utilizada, não para facilitar a vida do jornalista, mas para servir aos interesses econômicos na maior parte das empresas. A prática da cobertura jornalística cultural incluiu, em parte das publicações, a superficialidade e a padronização das abordagens restritas a roteiros de eventos culturais e artísticos, com pouco espaço para textos reflexivos.

A partir dos anos 1990 e até hoje, surgiu um novo fenômeno no Jornalismo Cultural: a incorporação de alguns assuntos como moda e gastronomia, o que, conforme Piza (2004, p.57-58), tem contribuído para a acusação de que ocorre uma perda cultural por afastar o leitor de abordagens consideradas erroneamente muito sérias ou críticas. Segundo o autor, esses assuntos podem coexistir, pois temas eruditos têm a possibilidade de serem tratados com leveza e sem populismo e o entretenimento com sutileza e sem elitismo.

É importante registrar também que a cobertura de cultura nas seções e cadernos diários tem como característica uma abordagem mais superficial do que a utilizada nos suplementos e cadernos culturais semanais, cujo tratamento é mais requintado. Esses suplementos viriam a formar no decorrer do século XX, segundo Faro (2006, p.158-159), um público qualificado na produção artístico-reflexiva. Isto porque além de produzir um Jornalismo Cultural de serviço, também veiculam “interpretações” críticas de natureza bastante variada, configurando a identificação da produção cultural como “território de conflito entre forças sociais ao redor das quais gravita a atividade profissional da imprensa, entendido aqui como um 'ator social no espaço público contemporâneo’”. Para o autor, no “Jornalismo Cultural, ocorreria, portanto, um trânsito orgânico em torno da avaliação e da análise da produção simbólica representada pelos eventos de natureza artístico-interpretativa do mundo social”.

1. 3. Questões contemporâneas

Atualmente, algumas das reflexões sobre o Jornalismo Cultural esbarram na ausência de aprofundamento epistemológico e na escassez de publicações teóricas que abordem a complexidade dessa atividade profissional, pois a maioria limita-se a relatar experiências e

dificuldades profissionais da área ou ainda fica restrita a descrever as revistas e os cadernos culturais dos jornais diários.

Um dos trabalhos que se revela em boa tentativa de aprofundar a discussão é o artigo “Nem tudo que reluz é ouro” de José Salvador Faro (2006), no qual o autor comprova a importância do Jornalismo Cultural para a sociedade contemporânea, entre outras coisas, pela existência de grande quantidade de publicações especializadas nos diversos setores de produção de bens culturais. Para o autor (2006, p.150), a fragilidade da maioria dos estudos nesta área decorre, entre outras coisas, da “afirmação óbvia, tantas vezes repetida, segundo a qual ‘todo jornalismo é cultural’[...]. Equivaleria dizer mais ou menos que ‘todo homem é um ser social’ ou ‘todo homem é um ser político’ [...]”. A observação do autor tem pertinência uma vez que, se for considerada a atividade com função primordial de promover mudanças e despertar a consciência crítica do homem, nem todas as informações jornalísticas podem ser incluídas nessa categoria, por dependerem, além da intenção do jornalista/veículo (linha editorial), do nível de aprofundamento e de qualidade da informação ali publicada.

Outra explicação para o pouco aprofundamento dos trabalhos sobre Jornalismo Cultural, segundo Faro (2006, p.147), é a “recorrente dose de descrença no papel do Jornalismo Cultural”, muitas vezes abordado apenas como “espaço de mercado, de vaidades, de despreparo dos editores, de oportunismo etc.” e por ser visto como mero prestador de serviços de pouca qualidade que oculta uma operação de natureza econômica. Entretanto, apesar de ainda ser considerada por alguns jornalistas de outras editorias como atividade de menor importância, o Jornalismo Cultural requer dos profissionais dessa área uma bagagem cultural abrangente que abarca o esforço de atualização constante e amplo universo de conhecimento para compreender, interpretar e relatar informações de forma contextualizada sobre os fenômenos culturais da sociedade.

Outro complicador que leva a estudos esvaziados sobre a área, apontado por Faro (2006, p.147), é o “desempenho profissional hegemonicamente dominado pelas pressões das assessorias de imprensa, pelas relações de poder estabelecidas pelas empresas jornalísticas e pelo oportunismo publicitário”. Cabe incluir aqui, também o enxugamento dos quadros funcionais das empresas jornalísticas que optam por empregar um número reduzido de jornalistas, especialmente nas editorias de cultura, o que leva a uma sobrecarga de trabalho e à consequente adoção do material recebido das assessorias de imprensa, algumas vezes, até sem a devida reelaboração. Entretanto, o pesquisador ressalta que na área acadêmica alguns estudos eventuais “exploram variáveis mais complexas que atuam sobre a produção do Jornalismo Cultural, mesmo quando visto sob o prisma do sentido geral da mercantilização que estaria

dominando as atividades da imprensa em todas as editorias”. Entre eles, cita o trabalho de Herom Vargas, intitulado “Reflexões sobre o Jornalismo Cultural Contemporâneo”, publicado na revista *Estudos de Jornalismo e Relações Públicas* publicação da Universidade Metodista de São Paulo, como exemplo de uma concepção mais refinada: “alguns dos sintomas do estado atual do Jornalismo Cultural (que Vargas considera em crise) têm a ver com sua permanente sujeição aos ditames da lógica mercantil no capitalismo, visível na incorporação da dinâmica da publicidade e no consumo/leitura imediata” (FARO, 2006, P.147-148).

1.4. Jornalismo Cultural e a teoria dos campos

Quanto ao conceito de Jornalismo Cultural nesse trabalho, trata-se, de forma simplificada e discutida mais adiante neste capítulo, da junção de dois campos (jornalismo e cultura) que resulta num terceiro para atender às expectativas de um leitor cosmopolita. Deste modo, o referencial teórico adotado para tentar compreender esses fenômenos são as ideias do sociólogo Pierre Bourdieu, uma vez que sua obra permite tripla leitura: a das práticas sociais, a de análise da produção de ideias e bens simbólicos ou a dos mecanismos de dominação.

O argumento de que as formulações de Bourdieu são importantes para estudar a comunicação está em dois fatores: a relevância que o sociólogo passou a ter ao possibilitar enfoque teórico novo e interdisciplinar sobre os intelectuais, sobre a indústria cultural e sobre a produção cultural; e porque as pesquisas no campo da Comunicação devem transgredir as fronteiras das disciplinas e debater o assunto sobre vários prismas.

[...] Por meio da Economia das Trocas Simbólicas proposta por Bourdieu, a comunicação retoma seu “lugar” na Sociologia e a sociologia encontra seu papel nos estudos de Comunicação. A eficiência do trabalho interdisciplinar, daí resultante, deve ocorrer muito mais pela formulação de problemas, cientificamente relevantes, do que pela agregação institucional de várias áreas do conhecimento. (GIRARDI JR., 2007, p.19)

Além disso, segundo Murdock (2009, p. 53), a abordagem “mais promissora de mapear as formações da classe, no momento atual é (...)trabalhar em direção a uma nova síntese das análises marxistas de produção e exploração e discussões weberianas de capacidades do mercado”. Assim, antes de desenvolver as reflexões sobre a teoria de Bourdieu é importante destacar que o contexto histórico em que a proposta dele foi formulada, abrangeu o fim do stalinismo (anos 50), a Guerra Fria entre capitalismo e socialismo e a ascensão das contestações (anos 60) numa época de prosperidade econômica e aburguesamento da classe operária

francesa. No período, predominavam a fenomenologia, o essencialismo, o estruturalismo e o marxismo². Bourdieu, ao mesmo tempo em que extrai contribuições destas vertentes, também confronta e reformula as ideias dos seus fundadores. Segundo Miceli (1992, p.VIII), para Bourdieu o que limita a visão dos herdeiros de Kant (Cassirer, Sapir, Durkheim e Lévi-Strauss) é o fato de tratarem a *cultura* como *estrutura estruturada* e não como *estrutura estruturante*³. Abaixo o que o autor entendia pro estruturalismo e construtivismo:

Por estruturalismo ou estruturalista, quero dizer que existem, no próprio mundo social e não apenas nos sistemas simbólicos [...] estruturas objetivas, independentes da consciência e da vontade dos agentes, as quais são capazes de orientar ou coagir suas práticas e representações. Por construtivismo, quero dizer que há, de um lado, uma gênese social dos esquemas de percepção, pensamento e ação que são constitutivos do que chamo de *habitus* e, de outro, das estruturas sociais, em particular o que chamo de campos e grupos, e particularmente do que se costuma chamar classes sociais. (BOURDIEU, 2004, p. 149)

A formulação teórica de Bourdieu também sofre a influência de Marx, Weber e Durkheim. A aproximação com o marxismo é notada no paradigma da dominação e na impossibilidade de compreender o espaço social sem os antagonismos de classe. Ele reformula as teses de marxistas⁴ por meio da crítica da cultura, da escola, da democracia liberal e de seus mitos. A divergência de Bourdieu com Durkheim⁵, segundo Miceli (1992, p.XV-XVII), ocorre porque ele entende “o sistema simbólico como a representação alegórica do mundo natural e social dividido em termos de classes antagônicas e, cumprindo, portanto, sua função político-pedagógica” e também a organização do mundo e a fixação de consenso a

² a) Fenomenologia– o fenômeno é o que aparece na consciência do indivíduo, como única realidade cognoscível; b) Essencialismo– a representação do mundo social ocorre em termos de essências, de naturezas eternas e de conteúdos imutáveis; c) Estruturalismo– conjunto de elementos interdependentes de um sistema organizado, no qual a modificação de um deles acarreta a transformação de todos os outros; são realidades objetivas que impõem sua lógica, do exterior, aos agentes sociais; d) Marxismo– presente no “marxismo existencialista” de Sartre (a existência precede a essência); e em Althusser, ao defender o marxismo estruturalista, para demonstrar o caráter científico da obra de Marx (Ver BONNEWITZ, 2003, p.12-13).

³ Miceli (1992, p. IX) explica que “por esse motivo, [essa tendência] não consegue deixar de ser uma teoria da integração lógica e social de ‘representações coletivas’ cujo paradigma é a obra de Durkheim”.

⁴ Para Karl Marx (1818-1883) o modo de produção capitalista se funda nas relações de produção caracterizadas pela luta de classes, que opõem a burguesia, proprietária dos meios de produção, ao proletariado, que tem apenas a força de trabalho para vender. “A primeira explora a segunda, extorquindo a mais-valia ou sobrevalia. Ela exerce a real dominação econômica, política, social e também ideológica sobre o proletariado. A ideologia componente da superestrutura é concebida como um reflexo invertido, deformado do real, a serviço dos interesses da burguesia. Ela resulta numa ‘falsa consciência’ [...]” (Ver BONNEWITZ, 2003, p.19)

⁵ Para Durkheim, o sistema de classificação configura uma “ordem lógica que recobre [...] a ordem social, impondo-se sobre o agente e regulando não apenas a apropriação dos símbolos, mas também fornecendo as regras e os materiais significantes com que os grupos dão sentido às suas práticas”. Para ele, a teoria do consenso se preocupa em “mostrar que as divisões internas por que passam os diversos grupos são recuperadas numa situação de equilíbrio”. (Ver MICELI, 1992, p. XV-XVII)

seu respeito como “função lógica necessária que permite à cultura dominante (...) cumprir sua função político-ideológica de legitimar e sancionar um determinado regime de dominação”.

A influência de Max Weber em Bourdieu (2004, p.193) está nas relações de dominação, que só ocorrem com a renovação constante de estratégias, pois “a dominação já não tem necessidade de ser exercida de maneira direta e pessoal quando está implicada na posse dos meios (capital econômico e cultural) de se apropriar dos mecanismos do campo de produção econômica e do campo de produção cultural”. Em diversas passagens, conforme Miceli (1992, p.L1), o pensamento de Weber reaparece, até mesmo na noção genérica de poder⁶ de Bourdieu, cujo “tema central diz respeito, portanto, às relações entre sistemas simbólicos –como por exemplo, as crenças religiosas, ou então, a indústria cultural– e o sistema de classes e grupos de *status*, e a estrutura de poder daí resultante”. Assim,

existem apenas duas maneiras – que, afinal de contas formam uma só – de *segurar alguém* de forma duradoura: a dádiva e a dívida, as obrigações abertamente econômicas da dívida ou as obrigações morais e afetivas criadas e mantidas pela troca; enfim, a violência aberta (física ou econômica) ou a violência simbólica como *violência censurada e eufemizada*, isto é, irreconhecível e reconhecida. (BOURDIEU, 2004a, p.204)

Os conceitos de *espaço social*, *campos* e de *habitus* desenvolvidos por Bourdieu, abordados a seguir, oferecem bons mecanismos para a análise das relações entre espaço social, gosto e estilo de vida na dinâmica de produção e de consumo de bens culturais, sobretudo para compreender como essas relações resultam na sofisticação das matérias culturais, num espaço social desigual, paradoxal e de conflitos. Para o autor, isto ocorre porque o momento e as condições da produção de bens simbólicos pressupõem o momento e as condições de seu consumo, segundo a lógica de mercado. Daí a adequação desse referencial para tentar entender os fenômenos inerentes à proposta desta pesquisa.

1.4.1. Bourdieu e o espaço social

Antes de estabelecer a definição de Jornalismo Cultural neste trabalho é de fundamental importância aprofundar a discussão sobre a proposta da nova noção de sociedade em termos de espaço e de campo sociais, feita por Bourdieu que difere das abordagens

⁶ Segundo Miceli (1992, p.LI), Max Weber entende que, na luta pelo poder, “a violência e a força constituem a última *ratio* do sistema de dominação, o que não impede a ênfase concedida por ambos à problemática do simbolismo de que se reveste toda e qualquer dominação”.

sociológicas tradicionais⁷. Segundo o autor, a sociedade não forma uma totalidade única, mas apresenta espaços sociais multidimensionais e conflituosos devido à desigual distribuição de capital. Cada um desses espaços constitui um campo (econômico, cultural, jornalístico etc.) que impõe sua lógica aos seus agentes com jogos próprios relativamente autônomos, pois uma classe social não pode se definir isoladamente. Portanto, no espaço social toda

posição atual pode ser definida em função de um sistema multidimensional de coordenadas, cujos valores correspondem aos valores de diferentes variáveis pertinentes. Assim, os agentes se distribuem nele, na primeira dimensão, segundo o volume global do capital que possuem e, na segunda, segundo a composição de seu capital – isto é, segundo o peso relativo das diferentes espécies no conjunto de suas possessões. (BOURDIEU, 1984, p.3)

A acumulação de capital, responsável por definir a posição a ser ocupada dentro de cada campo, é feita de quatro formas resumidas a seguir, segundo Bonnewitz (2003, p.53-54):

- *capital econômico* – constituído pelos diferentes fatores de produção (terras, fábricas, trabalho) e pelo conjunto de bens econômicos: renda, patrimônio, bens materiais;
- *capital cultural* – qualificações intelectuais produzidas pelo sistema escolar ou transmitidas pela família e que pode existir de três formas: em estado incorporado, como disposição duradoura do corpo (por exemplo, a facilidade de expressão em público); em estado objetivo, como bem cultural (a posse de quadros, de obras); em estado institucionalizado (como os títulos acadêmicos).
- *capital social* – relações sociais de um indivíduo ou grupo para manutenção das relações, isto é, um trabalho de sociabilidade: convites recíprocos, lazer em comum, etc.
- *capital simbólico* – conjunto de rituais (como as boas maneiras ou o protocolo) ligados à honra e ao reconhecimento de posse das três outras formas de capital. Permite compreender que o código de honra e as regras de boa conduta são mais que exigências do controle social: são constitutivas de vantagens sociais com consequências efetivas.

Murdock (2009, p.39) pondera que em alguns pontos da obra de Bourdieu, o conceito de *capital cultural* se associa a uma definição igualada ao *capital* informacional:

Em outras partes ele o identifica com o conhecimento subscrito por qualificações profissionais ou acadêmicas. Mas frequentemente, o define em termos de familiaridade com um conjunto específico de práticas culturais, principalmente aqueles que adquiriram o que ele chama de *capital simbólico*,

⁷ Duas concepções sociológicas tradicionais explicam as desigualdades entre grupos sociais: a marxista considera a sociedade dividida em classes antagônicas a partir economia; outra, baseada em Weber, analisa a sociedade em termos de estratos constituídos a partir de três princípios de classificação: poder, prestígio e riqueza (Ver BONNEWITZ, 2003, 51)

em virtude de ser classificado por importantes instituições culturais, como escolas e museus digno de ser desejado e possuído.

Para Bourdieu, o espaço social resulta de dois modos de constituir capital familiar, conforme Girardi Jr. (2007, p.199): “um deles é o volume do capital que as famílias dispõem, (a quantidade de capital econômico e cultural – alto, médio, baixo. O outro é a estrutura do capital familiar, a combinação desses volumes de capital”. Segundo o autor, Bourdieu destaca ainda, outro critério importante na construção desse espaço social: a trajetória dos agentes, a qual possibilita “entender a evolução do volume e da estrutura desses capitais e as suas conseqüências no gosto e nos estilos de vida desses agentes”.

Bonnewitz (2003, p.54-55) complementa que a definição da posição no espaço das classes obedece a uma dupla lógica: a) *hierarquização vertical* dos grupos sociais, na qual se opõem os agentes fortemente dotados de capital econômico e cultural, aos agentes fracamente dotados. Esta visão situa os patrões, os profissionais liberais e os professores universitários no topo da hierarquia, e os mais desprovidos de capital econômico e cultural, os operários e assalariados agrícolas, no ponto mais baixo; b) *estrutura do capital*, isto é, a importância das duas espécies de capital na constituição do total do capital, na qual se opõem os agentes com mais capital econômico contra os que tem mais capital cultural. Sob este ângulo, os patrões da indústria e do comércio (com mais capital econômico em relação ao capital cultural) se opõem aos professores (com mais capital cultural em comparação ao capital econômico).

A análise de uma sociedade estratificada, segundo Bourdieu (1992, p.3) deve considerar as relações entre as classes, pois pelo fato de ocupar uma posição numa estrutura social e estar afetada pelas relações com as outras partes de sua estrutura, cada classe possui propriedades específicas, como por exemplo, um tipo de prática profissional. Segundo Bonnewitz (2003, p.57-59), Bourdieu recorta o espaço social em três classes: dominantes, pequena burguesia e as classes populares, cuja explicação resumida está a seguir:

- a) *classe dominante* – elevada dotação de capital e acúmulo de diferentes tipos de capital, defende a cultura legítima e utiliza a distinção para afirmar uma identidade própria e a impõe a todos, legitimando-a; mas segundo a estrutura do capital possuído, é possível distinguir duas frações opostas: a *burguesia antiga* – é a fração dominante da classe dominante (patrões das grandes empresas); e a *burguesia nova* (engenheiros, professores, as profissões intelectuais, executivos superiores do setor privado, a maioria originária das grandes escolas de gestão econômica e comercial); a fração dominada da classe dominante é mais provida de capital cultural do que de capital econômico.

- b) *pequena burguesia* – unidade na vontade de ascensão social; ocupa posição média no espaço social (assalariados, trabalhadores independentes ou empregadores); é uma classe desprovida de autonomia cultural, em relação à burguesia, respeita a ordem social e manifesta uma “boa vontade cultural”, que reside na imitação da cultura da classe dominante; distinguem-se três frações: 1) *pequena burguesia em declínio ou pequena burguesia tradicional* (artesãos e comerciantes); 2) *pequena burguesia de execução* (funcionários, executivos médios das empresas privadas, técnicos, professores primários, que ocupam posição central em relação à estrutura do capital); 3) a *pequena burguesia nova* (agentes com forte capital cultural e carência de capital social para tirar plenamente proveito do seu capital cultural, agentes oriundos da burguesia desprovidos de distinção escolar para se manterem na classe dominante); o ponto comum dos pequenos burgueses é a luta para aumentar o *status* simbólico das profissões e para modificar a percepção destas por parte de outros agentes sociais (profissões artísticas, intelectuais, de assessoria e as de apresentações e representações, como os animadores de rádio e de televisão de fraca notoriedade, recepcionistas, guias turísticos, adidos de imprensa, etc).
- c) *classes populares* – quase ausência de capital de qualquer forma, pela aceitação da dominação, são condenadas à “escolha do necessário” e o valor que funda a unidade do grupo é a virilidade: muitas práticas e representações encontram o seu sentido nesta noção. Uma distinção secundária pode ser identificada entre os operários e os pequenos agricultores, e os pequenos assalariados (pessoal de serviço e assalariados agrícolas).

1.4.2. Bourdieu e o campo social

A teoria dos campos de Bourdieu baseia-se na ideia de que o mundo social é um espaço de conflitos e de concorrência, num processo de diferenciação progressiva, com relações em movimento, devido a regras específicas oriundas da estrutura interna, e que, conforme Loyola (2002, p.67), “como um prisma [...] refrata as forças externas” e no interior do qual estão universos produzidos pela divisão social do trabalho, que engloba toda a vida social. Nas palavras de Bourdieu, campo é uma “rede ou uma configuração de relações objetivas entre posições”, na qual, segundo o autor, as

posições são definidas objetivamente em sua existência e nas determinações que elas impõem aos seus ocupantes, agentes ou instituições, por sua situação (*situs*) atual e potencial na estrutura da distribuição das diferentes espécies de poder (ou de capital), cuja posse comanda o acesso aos lucros

específicos que estão em jogo no campo e, ao mesmo tempo, por suas relações objetivas com as outras posições (dominação, subordinação, homologia, etc.). Na sociedade altamente diferenciada, o cosmo social é constituído do conjunto desses microcosmos sociais relativamente autônomos, espaço de relações objetivas que são o lugar de uma lógica e de uma necessidade específicas e irredutíveis às que regem outros campos. Por exemplo, o campo artístico, o campo religioso ou o campo econômico obedecem a lógicas diferentes. (BOURDIEU & WACQUANT, 1992a, p.72)

Como em cada campo estão ou pretendem estar agentes possuidores de bens específicos, que competem para assegurar a acumulação desse capital e a dominação interna, a própria estrutura é um campo de forças opostas e de lutas entre os agentes, que mobilizam estratégias para serem reconhecidos, legitimados, conservados ou transformados. Para Bourdieu (1988) os campos sociais só podem funcionar na medida em que seus agentes invistam nele, que lhes destinem recursos, persigam os objetivos e contribuam, pelo próprio antagonismo, para conservar-lhes as estruturas, ou para transformá-los.

Para explicar o comportamento dos agentes sociais no campo, segundo Bonnewitz (2003, p.61-62), apesar de o campo não ser resultado de uma criação deliberada e de obedecer a regularidades implícitas não-codificadas, Bourdieu utiliza a analogia de um jogo, portanto há competição entre os jogadores e disposição para investir. O autor explica que, de acordo com o sociólogo, os agentes se envolvem (*illusio*), familiarizam-se para participar e, ao mesmo tempo, opõem-se por causa da crença (*doxa*), não questionada, no jogo (*ludus*) ou no resultado deste. Bourdieu (2004, p.83) assinala que “o jogo é o lugar de uma necessidade imanente, que é ao mesmo tempo uma lógica imanente. Nele não se faz qualquer coisa impunemente”. A força dos agentes varia com o jogo, da mesma forma que varia a hierarquia nas diversas espécies de capital (econômico, cultural, social, simbólico) de cada campo.

Essas representações e/ou práticas sociais de autonomia relativa dependem do contexto estrutural de cada campo e das forças que nele atuam. Segundo Girardi Jr. (2007, p.26), em alguns casos, o público é formado de profissionais que compartilham códigos, reflexões deontológicas e discurso complexo incorporado no decorrer da experiência profissional e que, em outros, trata-se de público leigo, não preocupado em entender as condições de produção das representações e do conhecimento. Contudo, cabe registrar que, independente do destinatário, no campo da Ciência da Cultura, conforme destaca Weber (1977, p.62), “todo conhecimento da realidade cultural é sempre um conhecimento subordinado a pontos de vista especificamente particulares”.

Os agentes sociais definem as estratégias para conservar e/ou acumular o máximo de capital, de acordo com o volume e a estrutura do capital e com as regras do jogo, sem, muitas

vezes, questionarem-se se o jogo é compensador, conforme afirma Bourdieu (1996, p.142): “O que é vivido como evidência na *illusio* parece ilusório para quem não participa dessa evidência, já que não participa do jogo [...]. Os agentes bem ajustados ao jogo são possuídos por ele e tanto mais, sem dúvida, quanto melhor o compreendem”. A *illusio* gera as condições para que o campo exista e garanta eficácia simbólica de suas práticas e representações, assegurando, assim, a manutenção das forças em jogo nesses campos. Esse envolvimento dos agentes nas e pelas regras do jogo se dá de forma inconsciente, como é possível constatar no documentário *The Corporation*, dirigido por Mark Achbar, Jennifer Abbot e Joel Bakan, pelo depoimento do empresário Ray Anderson⁸ ao afirmar que nunca tinha se dado conta dos danos que a empresa provocava no meio ambiente e passou a repensar a atividade:

“Fiquei assombrado ao saber o quanto a terra precisa produzir para gerar US\$ 1 de lucro para nossa empresa. Quando soube fiquei espantado! Estamos deixando um terrível legado de veneno e ruína ao ambiente para os netos de nossos netos, gerações ainda não nascidas. Alguns chamam isso de tirania intergeracional, uma forma de imposto sem representação, arrecadado de gerações futuras. É a coisa errada a fazer! (...) Por 21 anos jamais pensei no que tirávamos da terra ou fazíamos a ela ao produzir nossos produtos”.

Deste modo, é compreensível a opção dos indivíduos em posição dominante pelas estratégias de conservação, embora os jogadores dominados possam modificar as regras, ao adotarem estratégias de subversão. Mas essas relações não ocorrem de forma tranquila, pois conforme foi dito e é reforçado por Loyola (2002, p.67), um campo é também um espaço de conflitos e de concorrência, no qual os concorrentes lutam para estabelecer o monopólio sobre a espécie específica do capital pertinente ao campo (a autoridade cultural, no campo artístico; a científica, no campo científico etc.). Portanto, cada campo mesmo tendo propriedades gerais dispõe de um modo de disputa e de história próprios, com autonomia relativa quanto aos demais campos e sem fronteiras delimitadas. Assim, a posição dos agentes sociais depende do lugar deles no espaço social e, embora cada campo tenha a própria lógica e autonomia relativa, apresenta variações similares às das lutas de classes:

[...]Podemos observar toda uma gama de homologias estruturais e funcionais entre o campo da filosofia, o campo da política, o campo literário, etc., e a estrutura do espaço social. Cada um deles tem seus dominantes e seus dominados, suas lutas pela conservação ou pela subversão, seus mecanismos de reprodução, etc. (BOURDIEU & WACQUANT, 1992a, p.81-82)

⁸ Ray Anderson - CEO da Interface, maior fabricante mundial de tapetes comerciais

Seguindo esta lógica, tanto no campo jornalístico quanto nos campos em que atuam os leitores de um jornal, a luta de forças está presente: na produção do jornal estão as posições sociais ocupadas por seus agentes, tanto na hierarquia interna da empresa jornalística, como em relação aos veículos concorrentes com o objetivo de acumular mais capital simbólico e cultural para manter a dominação. De forma similar, o leitor no campo do trabalho enfrenta competição acirrada e estar bem informado e possuir, além do capital econômico e social, bom volume de capital cultural e simbólico é imprescindível para manter e/ou ampliar as posições em cargos diretivos, tanto na hierarquia das corporações, quanto na disputa com os concorrentes pelo domínio do mercado. As posições ocupadas pelos agentes sociais de cada campo obedecem, portanto, às regras específicas desse campo. Bourdieu explica como é a lógica da competição dos produtores de bens simbólicos:

Os produtores são levados por uma lógica da competição com outros produtores e pelos interesses específicos ligados a sua posição no campo da produção [...] para produzir produtos diferentes, que encontram diferentes interesses culturais dos consumidores devido à sua condição e posição, oferecendo-lhes, portanto, a real possibilidade de estarem satisfeitos. (BOURDIEU, 2008, p.20)

Assim, a produção de bens simbólicos supõe algumas mediações que envolvem esquemas de seleção e de interpretação em função, também, dos significados conferidos pelo próprio consumidor a que esses bens são destinados, em decorrência da posição que ele ocupa no campo social e do cargo exercido no campo do trabalho. Entretanto, o sistema de significados resulta da interação social, na qual a influência da recepção na produção de sentido é indiscutível. Isto porque a recepção depende da interpretação dos agentes no consumo e no uso desses bens simbólicos. Para a movimentação dos agentes é fundamental uma codificação no sentido de minimizar as falhas nas interações.

1.4.3. Bourdieu e o *habitus* de classe

O *habitus* é fundamental para tentar compreender o porquê de o Jornalismo Cultural ser do jeito que é, ou dito de outra forma: é fundamental entender que o Jornalismo Cultural tem determinadas características por estar direcionado a um público cujo *habitus* de classe demanda certas exigências. Também é central para a teoria dos campos porque é por meio dos conhecimentos práticos adquiridos ao longo de trajetória dos agentes que a coerência entre a

sociedade e o agente individual é assegurada, portanto o *habitus* faz a mediação entre o individual e o coletivo com lógicas próprias. Pelo processo de socialização, o dono de um capital específico ao incorporar o *habitus* de classe é considerado integrante daquela classe.

O conceito de *habitus* possibilita entender como o homem se torna um ser social ao obter prestígio e ser reconhecido, por meio da socialização em cada grupo social. Socialização corresponde, segundo Bonnewitz (2003, p.76), ao “conjunto dos mecanismos pelos quais os indivíduos realizam a aprendizagem das relações sociais entre homens e assimilam as normas, os valores e as crenças de uma sociedade ou uma coletividade”. O autor esclarece que as normas são as regras e os usos que caracterizam as práticas de um grupo específico, como a linguagem, regras de polidez, comportamentos corporais, etc. E os valores são coisas ou maneiras respeitadas pela coletividade que orientam as ações e os comportamentos daquele grupo social, como a honra, a justiça, o patriotismo e o amor ao próximo.

Para Bourdieu (1992), as práticas sociais não se limitam à execução das normas explícitas, mas envolvem o sentido do jogo conforme o campo e a situação, nos quais o agente está inserido de maneira inconsciente e automática, o que difere das visões tradicionais⁹. Assim, o processo de socialização se caracteriza pelo *habitus*, conceito que Bourdieu (1992, p.191) define da seguinte maneira:

sistemas das disposições socialmente constituídas que, enquanto estruturas estruturadas e estruturantes, constituem o princípio gerador e unificador do conjunto de práticas e das ideologias características de um grupo de agentes. Tais práticas e ideologias poderão atualizar-se em ocasiões mais ou menos favoráveis que lhes propiciam uma posição e uma trajetória determinadas no interior de um campo [...] que, por sua vez, ocupa uma posição determinada na estrutura da classe dominante.

As disposições são as atitudes e as inclinações para perceber, sentir, fazer e pensar internalizadas pelos indivíduos de forma inconsciente e que permitem ao agente agir sem se lembrar das regras. O sistema de disposições ao mesmo tempo em que estrutura é estruturado pelo conjunto das práticas e das ideologias de cada grupo. Segundo Bourdieu (2004, p.24), o *habitus* “mantém com o mundo social que o produz uma autêntica cumplicidade ontológica, origem de um conhecimento sem consciência, de uma intencionalidade sem intenção e de um domínio prático das regularidades do mundo, que permite antecipar o seu futuro”. Bonnewitz

⁹ Segundo Bonnewitz (2003, p.81), as duas teorias da socialização são: a) abordagem holística – indivíduo é apenas um receptáculo de normas e valores impostos, através do condicionamento (sociedade coage os indivíduos que são agentes passivos); b) individualismo metodológico -normas e valores são apenas possibilidades para os indivíduos, com uma certa margem de liberdade

(2003, p.77) explica que, para Bourdieu, há dois elementos básicos do *habitus*: o *ethos*¹⁰, que regula a conduta cotidiana inconsciente; e a *hexis* corporal, interiorizada inconscientemente pelo indivíduo no decorrer de sua história, como as posturas e as relações do corpo. É por meio do *habitus* que a realidade e o agente social são percebidos e avaliados, pois define a personalidade de um indivíduo e, ao mesmo tempo, resulta da posição e da trajetória social dos demais indivíduos, cuja filiação social produz um *habitus* de classe:

As representações dos agentes variam segundo sua posição (e os interesses associados a ela) e segundo seu *habitus*, como sistema de esquemas de percepção e apreciação, como estruturas cognitivas e avaliatórias, que eles adquirem através da experiência durável de uma posição do mundo social. O *habitus* é ao mesmo tempo um sistema de esquemas de percepção e apreciação das práticas. E, nos dois casos, suas operações exprimem a posição social em que foi construído. (BOURDIEU, 2004, p.158)

Assim, a tendência de agir de maneira regular não surge da regra porque, para Bourdieu (2004, p.98), o *habitus* “é um fundamento objetivo de condutas regulares” e “faz com que os agentes que o possuem comportem-se de uma determinada maneira em determinadas circunstâncias”. É, assim, que o todo social está presente no indivíduo: na forma de *habitus*. Loyola (2002, p.70) esclarece que, para Bourdieu, a oposição entre indivíduo e sociedade é falsa, pois pelo “*habitus*, não somente o indivíduo está situado num universo social particular, mas o universo social está inscrito nele”. Segundo a autora, é dessa forma que o *habitus* interioriza a exterioridade e aquilo que foi interiorizado condiciona outras aquisições, o que significa que as práticas e as representações não são livres, mas estão limitadas à estrutura de cada campo. O *habitus*, conforme Loyola (2002, p.69), é um “operador de racionalidade, mas de uma racionalidade prática, inerente a um sistema histórico de relações sociais; assim, transcende o indivíduo”.

É ele que permite exteriorizar os esquemas inconscientes de pensamento, de percepção e de ação. Para Bourdieu, conforme assinala Bonnewitz (2003, p.88-89), o *habitus* possibilita um conjunto de comportamentos e atitudes compatíveis com as regularidades objetivas e produz a *exteriorização da interiorização* e torna possível prever o comportamento de seus agentes e é assim que as relações entre classes se perpetuam. É importante destacar que, por estar na base da reprodução da ordem social como princípio de conservação, o *habitus*, segundo o autor, também pode ser um mecanismo de mudança social quando ocorrerem desajustes entre as condições de produção do *habitus* e as condições nas quais ele funciona.

¹⁰ O *ethos* se opõe à ética, que é a forma teórica, argumentada, explicitada e codificada da moral. (ver BONNEWITZ, 2003, p.77)

Por outro lado, ele se reestrutura segundo a trajetória social percorrida pelo agente, isto é, pela experiência vivida e interiorizada da ascensão, da estagnação ou do declínio social, portanto, é preciso estudar não só a posição dos agentes, mas também a trajetória da posição ocupada.

Para Bourdieu, segundo Loyola (2002, p.83), o *habitus* é um operador, uma matriz de percepção e não uma identidade ou uma subjetividade fixa. A autora cita as próprias palavras de Bourdieu para explicar que “sendo um produto da história, o *habitus* é um sistema de disposições aberto, permanentemente afrontando as experiências novas e permanentemente afetado por elas. Ele é durável, mas não imutável”.

Por fim, Bonnewitz (2003, p. 86-87) explica que para Bourdieu há campos fundados sobre *habitus* com propriedades muito particulares, como os da produção dos bens simbólicos (campos religiosos e artísticos), nos quais a lógica implica o desinteresse, tais como o *habitus* do artista surgiu da relação dele com um campo que considerava o sucesso comercial secundário, pois o capital a acumular era o simbólico. É assim que o *habitus* garante a regulação social e se torna um fator de reprodução social, pois cada agente portador do mesmo *habitus*, ao obedecer a um gosto pessoal e realizar um projeto individual, concorda espontaneamente e sem saber com milhares de outros que pensam, sentem e escolhem como ele, dando a impressão de uma harmonia preestabelecida.

De qualquer forma, tanto o campo quanto a sociedade têm a mesma lógica de funcionamento baseada na hierarquia das classes e por ser um conjunto diversificado. A hierarquia em classes se caracteriza pelas trajetórias sociais de seus agentes e pelas posições sociais associadas à desigual distribuição dos capitais. O conjunto diversificado se deve ao fato de ser constituído por muitos campos com estruturas similares a do espaço social, cuja dinâmica envolve os jogos dos agentes com certos *habitus* como forma de distinção.

1.4.4. O campo do jornalismo - produção simbólica

Não é possível ignorar as contradições no campo do jornalismo, pois são características intrínsecas da indústria cultural. As principais reflexões de Bourdieu sobre o universo do jornalismo estão contidas no “manifesto” sobre a televisão (1997), no qual retoma algumas das observações sobre a indústria cultural feitas anteriormente, por ele, em outros livros. Neste manifesto, o autor assinala o risco de a televisão influenciar os demais campos da produção cultural e aponta a guerra pela audiência, na qual reside o que considera a “violência simbólica”, como uma das principais consequências. Para Bourdieu (1997, p.101) não se trata

de analisar o poder do jornalista, mas sim a influência que os mecanismos deste campo podem exercer sobre ele e sobre os diferentes campos de produção cultural, como o jurídico, literário, artístico e científico “afetando o que aí se faz e o que aí se produz e exercendo efeitos muito semelhantes nesses universos fenomenicamente muito diferentes”.

Pelo fato de o jornalista muitas vezes ficar à mercê de forças poderosas, Kovach e Rosentiel (2004, p.14) alertam para a suscetibilidade à que ele fica sujeito durante a produção de seus textos: “em vez de monitorar instituições poderosas, a imprensa fica em posição vulnerável e pode se tornar uma ferramenta. É necessário ter muito cuidado”. Esta mesma preocupação está presente também nas ponderações de Bourdieu (1997, p.17) quando o autor argumenta que o jornalista sofre muitas das restrições a que é obrigado impor e que é preciso alertá-lo para buscar meios de superar as ameaças de instrumentalização.

Diante destas e de outras pressões externas, segundo Wolton (2004, 288) os jornalistas desenvolveram uma espécie de cultura interna de desconfiança para protegerem-se dos múltiplos *lobbies* e evitar que o jornalismo seja uma forma de alimentação da chamada fábrica do consenso. Pertence, ainda, a esta cultura interna a tendência de simplificar fenômenos mais complexos em função do interesse do público. Segundo Bourdieu (1997, p.134), ao justificarem, o que ele chama de “simplificação demagógica” para atender a expectativa do público, alguns jornalistas apenas projetam sua própria visão, principalmente quando a preocupação de não entediar prioriza o combate sobre o debate, a polêmica sobre a dialética e “privilegiam o enfrentamento entre as pessoas (os políticos, sobretudo) em detrimento do confronto entre seus argumentos”.

O universo jornalístico é tensionado constantemente, tanto por forças internas quanto advindas dos demais campos, em relação aos quais goza de relativa autonomia. A maior angústia do jornalista, segundo Wolton (2004, p.288), é saber se os colegas escolheram “os mesmos fatos, e se têm a mesma compreensão deles”, pois se vários jornalistas, pertencendo a diferentes veículos constatarem que reagiram da mesma maneira diante de certo “fato nacional ou internacional, tendem a concluir que, apesar de sua diversidade, viram o *essencial* do acontecimento”. Bourdieu (1997, p.55-57) também reconhece essa cultura interna do jornalismo ao defini-lo como um “microcosmo com leis próprias e cuja posição no mundo global é definida pelas atrações e repulsões que sofre da parte dos outros microcosmos”.

Como todo campo social, o jornalismo também é constituído por dominantes e dominados, além de relações de desigualdade em seu interior, numa luta constante para transformar ou conservar esse campo de forças. Portanto, não se pode ignorar os conflitos e as contradições do jornalismo na produção de bens simbólicos, especialmente por se tratar de

indústria cultural no sistema capitalista. Também é importante ressaltar que as formas de organização dos trabalhadores se modificaram no decorrer desses últimos 20 anos. Nas empresas de comunicação, esse processo se acentuou após a crise da virada do século XXI. A relação entre empregado-empregador, no quesito contrato de trabalho, é explicada pela constatação de Costa (2005, p.190), quando a autora afirma que “terceirizar, cortar encargos trabalhistas, contratando pessoas jurídicas ou estagiários e não funcionários, foi uma forma que alguns órgãos de imprensa em crise encontraram para diminuir seus custos” e que, ao mesmo tempo, “o jornalista vê na terceirização uma forma de driblar os altos impostos cobrados dos assalariados, aumentando sua renda indiretamente, na falta de um aumento real”, apesar de perder as garantias trabalhistas.

Para Bourdieu (1997, p.117), “desvelar as restrições ocultas aos jornalistas e que eles impõem por sua vez sobre todos os produtores culturais” não é apontar culpados, mas possibilitar a libertação pela tomada de consciência quanto à influência desses mecanismos e propor uma possível “ação combinada entre os artistas, os escritores, os cientistas e os jornalistas, detentores do (quase) monopólio dos instrumentos de difusão”. Segundo o autor, “somente tal colaboração permitiria trabalhar eficazmente na divulgação das contribuições mais universais da pesquisa e também, em parte, na universalização prática das condições de acesso ao universal”.

Girardi Jr. (2007, p.140) esclarece que para Bourdieu existe o risco de que “a lógica da televisão passe a imperar” nos demais campos da esfera cultural, impondo a eles “suas instâncias de legitimação, seus próprios critérios de legitimidade e ritmos de produção”. Isto, segundo Bourdieu (1997, p.102-103), decorre de um conjunto de efeitos da própria estrutura que o campo jornalístico impõe sobre os campos de produção cultural e que resultam da distribuição dos diferentes jornais e jornalistas quanto à autonomia com relação às forças externas do mercado publicitário: “O grau de autonomia de um órgão de difusão se mede sem dúvida pela parcela de suas receitas que provém da publicidade e da ajuda no Estado (...) e também pelo grau de concentração dos anunciantes”, cuja estratégia comercial se pauta pelo grau de penetração conquistado por meio da credibilidade junto ao público.

A credibilidade emerge da relação de confiança entre o jornalista e o leitor quanto à veracidade e exatidão das informações nos textos jornalísticos. Este é um ponto de tensão permanente na rotina dos jornalistas, pois conforme explica Wolton (2004, p.279), a confiança do público é a *pedra angular* que dá legitimidade jornalística. “É porque eles têm a confiança do público (...) que os jornalistas podem cumprir seu papel essencial de contrapoder (...). Se ela se desmanchar, acabará, com o tempo, a autonomia deles em relação aos

diferentes poderes”. Bourdieu (1997, p.107-108) explica que essa autonomia do jornalista depende primeiro, do grau de concentração das empresas jornalísticas (insegurança do emprego); da posição ocupada pelo jornal no espaço dos jornais (mais ou menos perto do pólo “intelectual” ou do pólo “comercial”); da posição ocupada pelo jornalista no órgão de imprensa (efetivo, *free-lancer* etc.), que determina as garantias estatutárias (notoriedade) e salariais; e da capacidade de produção autônoma da informação (certos jornalistas, como os vulgarizadores científicos ou os jornalistas econômicos são mais dependentes).

Assim, no campo jornalístico, no qual a lógica se orienta para a produção de um bem perecível, a concorrência é pelas notícias mais novas (o furo), cujos efeitos são um paradoxo que pouco favorece a afirmação da autonomia individual ou coletiva, porque

...a concorrência incita a exercer uma vigilância permanente (que pode chegar à espionagem mútua) sobre as atividades dos concorrentes, a fim de tirar proveito de seus fracassos, evitando os seus erros, e de contrapor-se a seus sucessos, tentando tomar emprestados os supostos instrumentos de seus êxitos, temas de números especiais que jornalistas se sentem obrigados a retomar, livros resenhados por outros e dos quais “não se pode deixar de falar”, convidados que é preciso ter, assuntos que se devem “cobrir” porque os outros descobriram e mesmo jornalistas que são disputados, tanto para impedir os concorrentes de tê-los quanto por desejo real de os possuir. BOURDIEU (1997, p.107-108)

Duas estratégias são possíveis diante do risco de aquisições decorrentes da autonomia de um campo, segundo Bourdieu (1997, p.112-113): marcar firmemente os limites do campo e tentar restaurar as fronteiras ameaçadas pela intrusão do modo jornalístico de pensamento e de ação devido às sanções do mercado; ou sair de seu hermetismo, ao que o autor chama de “retiro da torre de marfim” (como o caso Dreyfus, já citado) para “impor os valores oriundos do retiro da torre de marfim e servir-se de todos os meios disponíveis, [...] e no interior do próprio campo jornalístico, para tentar impor no exterior as contribuições e as conquistas possibilitadas pela autonomia”. Contudo, as contribuições e conquistas decorrentes da autonomia também levam em consideração a avaliação feita por concorrentes ou por outros campos. Girardi Jr. (2007, p.152) explica que para Bourdieu, “a credibilidade de um jornal é sempre uma credibilidade perante os concorrentes, ou indiretamente perante outros campos (político, religioso, acadêmico)” e que “os prêmios (*Esso*, *Pulitzer World Photo Press* etc.) são uma espécie de lucro simbólico”, uma espécie de “rituais de consagração”.

Wolton (2004 302-305) identifica três crises no jornalismo atual, cujas causas não são as mesmas, mas se reforçam, as quais estão a seguir de forma resumida:

- a) *Os problemas econômicos*: os jornalistas ocidentais lutam pela liberdade política como se essa estivesse ameaçada, enquanto a lógica econômica é pelo menos tão ameaçadora para a liberdade da imprensa quanto à repressão política;
- b) *Os problemas técnicos*: aparentemente, trata-se menos de problemas do que de facilidades; as técnicas afetam estruturalmente o trabalho jornalístico, especialmente porque a concorrência leva a encurtar o intervalo entre acontecimento e informação;
- c) *Os problemas políticos*: a relação de força continua insuperável entre jornalistas e atores políticos apesar da liberdade política ter sido conquistada; na maior parte do tempo, não são mais os jornalistas que estão nas mãos dos políticos, mas o contrário.

O mesmo autor (2004, 305-316) identifica dez itens para melhorar as condições da atividade jornalística em função da evolução na área da informação tão diametralmente oposta aos valores da verdade e do conhecimento e que estão a seguir resumidas:

- a) Quebrar a aparente unidade do grupo de jornalistas representada por um grupo minoritário de líderes sem respeitar às especificidades de cada veículo;
- b) Relativizar as imagens mitológicas da profissão, isto é, a distância entre as figuras imaginárias da profissão e a realidade da vida profissional;
- c) Reencontrar a confiança do público, pois os jornalistas têm pouca curiosidade relativa indiferença a respeito do público;
- d) Informar a respeito das armadilhas da hipermediatização, pois as facilidades técnicas e a pressão da concorrência levam a uma escalada da dramatização;
- e) Valorizar a função de mediador generalista, pois é por ser capaz de compreender, graças à informação recebida, os problemas do momento que o cidadão pode exercer sua soberania.
- f) Revalorizar a investigação, pois investigar significa não se contentar com os discursos oficiais e favorece uma reflexão sobre a especificidade da informação-imprensa.
- g) Reconstruir uma hierarquia da informação, isto é reexaminar o peso respectivo das sessões temáticas nas mídias.
- h) Criticar a ideologia da transparência e da imediatez, pois mostrar e dizer tudo não é mais sinônimo de verdade, o que obriga a retrabalhar o estatuto da imagem, os limites do “ao vivo” e o papel da autocensura.
- i) Informar é menos perigoso nas democracias do que nas ditaduras, isto é, não só diferenciar os papéis e responsabilidades, mas também garantir mais solidariedade aos que vivem as dificuldades de sua profissão.
- j) Aprender a resistir às indústrias da informação e da comunicação, pois os capitães da indústria desestabilizam tudo: compram, vendem, demitem e mudam as linhas editoriais.

Mesmo assim, a influência da lógica capitalista nos campos jornalístico e político não pode ser menosprezada. Bourdieu (1997, p.114) entende que a distância entre os produtores profissionais e os consumidores (leitores, ouvintes, espectadores e também eleitores), é “mais ou menos grande, mais ou menos difícil de superar e mais ou menos inaceitável, do ponto de vista dos princípios democráticos”, mesmo que os agentes desses dois campos estejam em “uma relação de concorrência e de luta permanentes”, pois ambos os campos estão “situados sob a influência da sanção do mercado e do plebiscito”.

Conforme Girardi Jr. (2007, p.153) “não há, aparentemente, nada de novo no manifesto proposto por Bourdieu a não ser o capital simbólico que o seu nome representa”. De qualquer forma, Bourdieu (1997, p.65) reconhece que o campo jornalístico deve sua importância por ter o monopólio real dos instrumentos de produção e de difusão em grande escala da informação e do acesso dos simples cidadãos, “mas também dos outros produtores culturais, cientistas, artistas, escritores, ao que se chama por vezes de ‘espaço público’, isto é, à grande difusão”. No sentido de o jornalismo ser o detentor do monopólio real dos instrumentos de produção e de difusão em escala ampliada, o Jornalismo Cultural passa a ter responsabilidade formativa e educativa potencializada pelo debate ideológico publicizado nas suas representações simbólicas, o que remete à discussão que tem lugar a seguir.

1.5. Jornalismo Cultural – uma tentativa de conceituação

De acordo com o referencial teórico adotado, o conceito de Jornalismo Cultural aqui proposto resulta da junção dos dois campos (jornalismo – exposto no item anterior; e cultura – discutido no capítulo I) da qual decorre um terceiro (Jornalismo Cultural) para atender às expectativas de um leitor cosmopolita, tem funcionamento complexo, relativa autonomia e estruturas objetivas, normas, regras e *habitus* específicos. Apesar de seguir a lógica do mercado, é também arena de debate sobre questões humanísticas, pois busca em autores consagrados e estudiosos, tanto do passado quanto contemporâneos, elementos para ajudar o indivíduo a compreender a sociedade atual, a formar opinião crítica, a integrar-se socialmente no grupo ao qual pertence (ou quer pertencer) e a se emancipar enquanto ser humano.

Essa concepção está alicerçada nas ideias de vários autores e tem também estreita afinidade com a definição adotada por Faro (2006, p.150) de que “o Jornalismo Cultural constitui-se em um território de práticas jornalísticas que tanto reiteram os signos, valores e procedimentos da cultura de massa quanto discursos que revelam tensões contra-hegemônicas

características de conjunturas históricas específicas”. Segundo o autor, o papel revelador de tensões contra-hegemônicas é que explica “a forte presença autoral, opinativa e analítica que extrapola a mera cobertura noticiosa, identificando-se com movimentos estético-conceituais e ideológicos que se situam fora do campo das atividades da imprensa”, no Jornalismo Cultural, o que lhe confere a conotação de espaço público da produção intelectual.

A origem da junção desses dois campos (jornalístico e cultura) é histórica e remonta à passagem do século XIX para o XX, quando o campo literário começou a se entrelaçar ao campo do jornalismo e quando, conforme Costa (2005). Segundo a autora, foram estas relações que, ao longo da história da imprensa brasileira, transformaram o Jornalismo Cultural em segmento de reflexão pública representada, no início, pela crítica literária e que, ao longo do tempo, consagrou-se como esfera pública da reflexão intelectual em geral.

Outro elemento da contemporaneidade pode ser agregado a esse processo histórico, também decorrente das transformações sociais associadas à evolução tecnológica e à mudança de paradigma para o mercado como regulador da atividade jornalística é a racionalidade técnica e que só reafirma a importância do articulista, analista e comentarista quanto à interpretação da realidade em meio a uma avalanche de informações. Conforme Dines (1996, p.90), antes mesmo do quadro acima estar configurado, já em 1974, quando da primeira edição do seu livro “O Papel do Jornal”, que continua válido,

o leitor de hoje não quer apenas saber o que acontece à sua volta, mas assegurar-se da sua situação dentro dos acontecimentos. Isto só se consegue com o engrandecimento da informação a tal ponto que ela contenha os seguintes elementos: a dimensão comparada, a remissão ao passado, a interligação com outros fatos, a incorporação do fato a uma tendência e a sua projeção para o futuro.

Isso ganha novas dimensões quando se trata do leitor do século XXI e, em especial, se pertencente a um público específico (profissionais que ocupam cargos diretivos com poder de decisão), que se vê refém da falta de tempo em um mundo globalizado econômica e culturalmente e que devido à característica cosmopolita, precisa constantemente aprimorar-se pessoal e profissionalmente. Assim, ele encontra na interpretação jornalística os componentes que facilitam a compreensão da complexidade do mundo, cada vez mais dinâmico e cada vez mais inundado de informações.

Por cosmopolita entende-se aqui o envolvimento do homem com a pluralidade de culturas em nível internacional como mecanismo de aproximação com os círculos intelectuais norte-americanos e europeus e com os de outras culturas consideradas avançadas. Uma

definição que reflete a ideia de cosmopolitismo é a de Hannerz (1994, p.253): “É uma posição intelectual e estética de abertura para experiências culturais divergentes, uma busca de contrastes em lugar da uniformidade. Familiarizar-se com outras culturas é transformar-se num *aficionado* (fã), considerá-las como obras de arte” (grifo do autor). Segundo Hannerz (2007, p.256-261), os cosmopolitas querem ser participantes, mas não identificados com uma multidão de participantes, pois eles constituem “uma ‘nova classe’, pessoas com credenciais, [com] um capital cultural descontextualizado, que pode ser recontextualizado prontamente numa série de cenários diferentes”. No Brasil, o cosmopolitismo se revela especialmente na tecnocracia formada por profissionais egressos de instituições escolares com excelente nível de ensino, exercendo altos cargos em empresas públicas e privadas e que buscam se sintonizar com o que há de mais atual em todos os campos, sobretudo, nos campos cultural e intelectual como forma de distinção no mundo globalizado. Esse anseio do cosmopolita em se distinguir é explicado também no pensamento de Bourdieu (apud FRIEDMAN, 1994, p.331):

Cada condição é definida, inseparavelmente, por suas propriedades relacionais que ela deve à sua posição dentro do sistema das condições, que, por sua vez, é também um *sistema de diferenças*, de posições diferenciais, isto é, por tudo aquilo que a distingue de tudo quanto ela não é e em particular de tudo aquilo a que ela se opõe: a identidade social se define e se afirma na diferença. (grifos do autor)

A afirmação da identidade social pela diferença conduz à hierarquização social dentro do mesmo grupo de forma a promover a distinção do eu. Segundo Hannerz (1994, p.254), “em seu interesse pelo Outro, o cosmopolitismo se torna uma questão de variedades e de níveis. Os cosmopolitas podem ser tanto diletantes¹¹, como peritos, e muitas vezes são ambas as coisas, em tempos diferentes”. Entretanto, a vontade de se envolver com o outro e a preocupação de conhecer outras culturas estão relacionadas com o próprio eu. Para o autor, (1994, 254). “o cosmopolitismo a maioria das vezes possui um filão narcisista; o eu é arquitetado no espaço onde as culturas se refletem entre si (...). A compreensão da pessoa se amplia: um pouco mais do mundo de certa forma está sob controle do indivíduo”.

Pelo fato de no mundo contemporâneo existir ampla diversidade cultural potencializada pelo uso da internet, destacam-se a independência e as viagens constantes em todo o planeta sem grandes dificuldades de adaptação no cenário estrangeiro. Além da internet, há uma tendência de ampliação do cosmopolitismo por meio da influência da mídia

¹¹ Hannerz (1994, p.254) entende por diletante “aquele que se delicia”; alguém cuja curiosidade o leva um pouco mais além do conhecimento comum, embora de forma cavalheiresca ele se abstenha de se tornar um especialista.

como instrumento de difusão dos padrões da indústria cultural para disseminar, entre os signos e padrões, tanto o cosmopolitismo quanto o consumo. Segundo Hannerz (1994, p.264), “além dos encontros diretos existe a mídia – ambos se destinam ao consumo local, embora falem daquilo que está longe, e daquelas coisas que realmente fazem parte de outras culturas, como os livros e os filmes estrangeiros”. É desta forma que o autor entende que há tendência de ampliação do cosmopolitismo: “O que McLuhan descreveu certa vez como força explosiva da mídia pode tornar quase todo mundo um pouco mais cosmopolita”.

A formulação de Bourdieu (1992, p.191) exposta neste capítulo sobre *habitus* (“sistema de disposições socialmente constituídas que, enquanto estruturas estruturadas e estruturantes, constituem o princípio gerador e unificador do conjunto de práticas e das ideologias características de um grupo de agentes”) permite compreender como a concepção de Jornalismo Cultural deste estudo, abarca a ideia dos vários tipos de cultura, como a “cultura universitária” e a da “criação individualizada”, propostos por Alfredo Bosi (1992). Dito de outra forma, se um determinado campo social tem seu *habitus* constituído por estruturas que são ao mesmo tempo elementos estruturantes e estruturados, então todas as práticas e normas, todas as representações simbólicas resultantes das relações sociais desse grupo configuram o conceito de cultura. Assim, o conceito de Jornalismo Cultural também não pode ignorar, além das culturas erudita, popular e de massa, os fenômenos que envolvem e dizem respeito ao homem, quanto aos aspectos ideológicos, religiosos, econômicos, políticos, filosóficos, de sociabilidade, literários etc., inerentes aos interesses e valores daquela comunidade, o que leva a uma ampliação do conceito de cultura.

O alargamento da definição de cultura se apóia em Williams (2008, p.13) que a vê como “um sistema de significações” onde uma ordem social é “comunicada, reproduzida, vivenciada e estudada” e no qual as atividades artísticas e intelectuais são definidas de maneira muito mais ampla “de modo a incluir não só as artes e as formas de produção intelectuais tradicionais, mas também as ‘práticas significativas’ (...) que agora constituem esse campo complexo”. Assim, o Jornalismo Cultural deve incluir as “práticas significativas” além das produções culturais tradicionais. Portanto, conforme Faro (2006, p.153-154), a visão de Williams sobre cultura permite tratá-la também como “instrumento de comunicação, de reprodução e de estudo das atividades e valores” e indica que o registro de informação cultural desenvolve-se no interior de um sistema que intui sobre ela.

Também é possível sustentar a ampliação do conceito em Miranda (2005 p.79-83), por afirmar que o Jornalismo Cultural é influenciado por todos os momentos políticos e econômicos do país, expressa uma visão crítica para discutir questões em pauta na atualidade

e, ao mesmo tempo, traz opiniões e conteúdos tradicionalmente identificados com o modo de ser das sociedades onde emerge. Para a autora, o Jornalismo Cultural é consequência histórica da ocupação da esfera pública pela produção de cultura que “sedimentou uma concepção especializada do noticiário de relevância no campo da literatura, do teatro e das artes em geral” e é um espaço que tanto sumariza as manifestações culturais amplificadas pela própria indústria cultural quanto está subordinado à rotina produtiva das empresas.

A subordinação da atividade jornalística à indústria cultural é inegável, conforme afirmação de Faro (2006, p.148-149) quanto à não ser possível “desconsiderar essa dimensão empresarial do jornalismo e a racionalidade que ela imprime aos veículos” por causa da concorrência no mercado de bens simbólicos. Segundo o autor, parte das pautas se origina de critérios *feitichizados* agregados às coberturas jornalísticas pela indústria cultural, o que é amplificado “pela vinculação quase imediata entre seus ícones (no cinema, no teatro, na literatura etc.) e o sentido espetacular que eles adquirem em todo o complexo midiático”. Entretanto, e aqui está a mensagem principal do artigo “Nem tudo que reluz é ouro”: é preciso “relativizar a assertiva que concebe o Jornalismo Cultural como uma prática estruturada exclusivamente por variáveis externas à matéria-prima com a qual se trabalha” de forma a se evitar uma reflexão teórica insuficiente para abordar a complexidade deste campo, ou seja, é importante se evitar uma “visão teórico-conceitual divorciada do plano empírico”.

A complexidade da produção jornalística cultural neste cenário apontada anteriormente também é ratificada por Kellner (2001, p.123), para quem os textos de cultura na mídia não são simples veículos da ideologia dominante nem entretenimento puro, mas “têm cunho perfeitamente ideológico e vinculam-se à retórica, a lutas, a programas e a ações políticas” e não são “intrinsecamente ‘conservadores’ ou ‘liberais’”. Ao contrário, muitos textos tentam enveredar por ambas as vias para cativar o maior público possível”. Segundo o autor, os textos culturais são produções que incorporam discursos sociais e políticos, cuja análise e interpretação exigem métodos de leitura e crítica capazes de articular sua inserção na economia política, nas relações sociais e no meio político em que são produzidos, veiculados e recebidos.

De certa forma essas observações também estão presentes na argumentação de Faro (2006, p.156), quando ele se refere ao fato de a identidade epistemológica do Jornalismo Cultural ser um terreno, além de complexo, contraditório, e que, a despeito da influência da indústria cultural, abre espaço para produções e reflexões contra-hegemônicas:

de um lado, trata-se de uma instância de produção jornalística reiterativa dos signos da cultura de massa, espaço em que se torna possível sua verificação como produto mercadológico e disseminador dos padrões da indústria

cultural; de outro, como uma outra instância, a do trânsito de produção e reflexão contra-hegemônica, cuja identificação escapa à lógica linear das relações discursivas consagradas nos demais setores da produção jornalística e cuja incidência reflete os contextos político-ideológicos que cercam, em cada situação histórica, a prática dos profissionais da imprensa.

Nesse sentido, Piza (2004, p.116-117) assinala que o Jornalismo Cultural além de orientar, tem o papel simultâneo de “incomodar, de trazer novos ângulos para a mentalidade do leitor-cidadão” e que o trabalho de alguns jornalistas culturais consagrados têm espaço assegurado nesses cadernos semanais: “a imprensa não vive sem autores que sejam capazes de informar e interpretar, isto é, formar as pessoas de modo que elas sejam desafiadas a ter opinião própria, a ter uma curiosidade consequente, a dar valor às armas do espírito”. Alves (2006) complementa que do jornalista cultural é exigido conhecimento e domínio de diferentes áreas em territórios amplos, pois envolve a cobertura, a análise e o relato dos principais expoentes da produção cultural, na dança, nas artes plásticas, no teatro, na música ou no cinema em diferentes regiões do país e do planeta. Embora o autor não entre em detalhes, é fácil perceber que só para cumprir cada uma das três atividades citadas, “cobrir, analisar e relatar”, é imprescindível que o jornalista, mais que o domínio das especificidades da produção, aborde conteúdos de boa qualidade aprofundados e com narrativas refinadas.

A relevância do Jornalismo Cultural como espaço para reflexão contra-hegemônica encontra respaldo também nas afirmações de Lins da Silva (1982) ao tratar da importância da contra-informação nos meios de comunicação e que, apesar de elaboradas na década de 80, continuam aplicáveis. Diz o autor (1982, p.18) que, os meios de comunicação de massa são os aparelhos mais eficientes para manter a hegemonia burguesa e, por isso, o papel da contra-informação nesses meios é fundamental: “a hegemonia significa a manutenção da coesão e da direção da sociedade através da ação ideológico-cultural, é evidente que nenhum conjunto de forças sociais a deterá na sociedade contemporânea sem ter acesso aos mais eficazes instrumentos de difusão ideológico-cultural”. Entretanto, é preciso ressaltar que

na hegemonia cultural não existe uma totalidade homogênea de valores e crenças de uma classe social. Há espaço para a representação de valores das classes que não são hegemônicas. E a proporção desses valores muda de acordo com a correlação de forças que há na luta de classes em cada sociedade e em cada momento histórico. (LINS DA SILVA, 1985, p. 53)

Portanto, é no elo entre o jornalista crítico dos produtos culturais e o cidadão cosmopolita que se encontra também a relevância do Jornalismo Cultural, como uma das estratégias para se acumular capital cultural. Para tanto, um dos mais importantes desafios do

jornalista é a necessidade de desenvolver um olhar multiperspectívico, com a adoção de várias estilos textuais e críticas para interpretar, analisar e desconstruir as produções culturais. Essa leitura plural se fundamenta no conceito de *perspectivismo* de Nietzsche (apud KELLNER, 2001, p.129), para quem toda interpretação é mediada pela visão plural de quem a faz com valores, preconceitos e limitações: “Só há visão em perspectiva, só ‘saber’ em perspectiva; quanto *mais* sentimentos deixarmos que falem sobre uma coisa, mais completos serão o nosso conceito’ dessa coisa e a nossa ‘objetividade’ ”. (grifos do autor) Desse modo, quanto mais perspectivas de interpretação forem utilizadas pelo jornalista numa produção cultural, mais abrangente será a leitura que ele proporcionará ao público, com a possibilidade de ampliar o conhecimento do leitor sobre a sociedade e sobre si próprio a partir de conteúdo crítico.

Para Bourdieu (1997, p.25), os jornalistas têm “óculos” especiais que lhes permitem ver “certas coisas e não outras”, por meio da seleção e da construção do que é selecionado, obedecendo ao princípio da “busca do sensacional, do espetacular”. Segundo Girardi Jr. (2007, p.148), a noção de óculos especiais pode ser associada aos valores-notícia, cuja maior relevância, para os jornalistas, reside nos fatos “relacionados à importância social de um acontecimento e ao interesse que ele, possivelmente, despertaria no leitor”, o que, segundo Wolf (2005, p. 196), indica que “a noticiabilidade está estreitamente ligada aos processos que padronizam e tornam rotineiras as práticas de produção”. A explicação de Bourdieu (1997, p.77) para a ocorrência dessa dinâmica se deve ao fato de o universo do jornalismo ser um campo que está sob a pressão do campo econômico por meio dos índices de audiência. “E esse campo muito heterônomo, muito fortemente sujeito às pressões comerciais, exerce, ele próprio, uma pressão sobre os outros campos, enquanto estrutura”.

Ao se considerar que existem dois tipos de revolução a material e a simbólica, esta última com o poder de mudar as maneiras de ver e de pensar do público, a responsabilidade jornalística, sobretudo, a do profissional da área da cultura, ganha novas dimensões. Para desempenhar esse papel conscientizador/emancipador, o Jornalismo Cultural não pode prescindir de uma das mais importantes características que a atividade requer: a credibilidade, que, por sua vez, envolve o bom exercício profissional, a produção jornalística capaz de comprovar sua exatidão com argumentação convincente e ao mesmo tempo contribuir para a formação cultural crítica do leitor. Não basta um bom texto. É preciso ter, além de conteúdo de boa qualidade, abordagem contextualizada, enfoques diferenciados dos assuntos como atrativo e fontes/autores respeitados e credenciados teórica e/ou profissionalmente para analisar/opinar/comentar certos fenômenos a fim de subsidiar o leitor na formação da opinião crítica.

CAPÍTULO III

HISTÓRIA DO VALOR *ECONÔMICO*

CAPÍTULO III

HISTÓRIA DO VALOR ECONÔMICO

“Por muitas razões, fáceis de referir e de demonstrar, a história da imprensa é a própria história do desenvolvimento da sociedade capitalista.”
Nelson Werneck Sodré

1. Globalização e neoliberalismo

A proposta editorial do *Valor Econômico* tem raízes no fenômeno que emergiu, na década de 1970, quando o pensamento do economista britânico John Maynard Keynes, que atribuía ao Estado o papel de corrigir as deficiências do mercado e induzir os países ao desenvolvimento, perdeu força. Ocorre, então na área da comunicação, a mercantilização da informação: “Com a desregulamentação dos mercados financeiros, um claro incentivo ao lucro privado, a informação transforma-se em uma mercadoria com valor negociado; o jornalismo econômico volta a exercer o papel de prestar serviços às finanças e negócios individuais”. (PARK, 2002, p.56)

Portanto, o contexto em que o jornal foi criado está fortemente marcado pela visão neoliberal, que, conforme Ianni (1995, p.139), pautou-se pela luta contra o estatismo e contra o socialismo “em defesa da economia de mercado, da liberdade econômica concebida como fundamento da liberdade política, condição de prosperidade coletiva e individual”. Este movimento surgiu para defender as liberdades individuais e, justamente por isso, gerou o individualismo como principal característica.

É preciso destacar também que a influência do neoliberalismo associada à globalização provocou uma ruptura entre o mundo econômico e as realidades sociais, gerando o que Bauman (1999, p.67) chama de a nova e desconfortável percepção das “coisas fugindo ao controle”. Portanto, é um fenômeno que requer dos agentes sociais atualização constante e, mais que isso, torna-se imprescindível estar sintonizado com o mundo globalizado, uma vez que concorrência se dá na esfera mundial. Bourdieu (1998, p.54) alerta que entre os efeitos

nocivos da globalização, está não apenas a homogeneização, mas “a extensão do domínio de um pequeno número de nações dominantes sobre o conjunto das praças financeiras nacionais”, supremacia esta reafirmada por Giddens:

A globalização – que é um processo de desenvolvimento desigual que tanto fragmenta quanto coordena – introduz novas formas de interdependência mundial, nas quais, mais uma vez, não há “outros”. Estas por sua vez, criam novas formas de risco e perigo ao mesmo tempo em que promovem possibilidades de longo alcance de segurança global. (GIDDENS 1991, p.173)

É nesta configuração histórica marcada pelo desenvolvimento desigual que se apoia Bourdieu (1998, p.54-58) para explicar o que chamou de neodarwinismo¹ social, onde triunfam os melhores e os mais brilhantes, pois, por trás da visão mundializada internacional dos dominantes “há uma filosofia da competência, segundo a qual são os mais competentes que governam e que têm trabalho, o que implica que aqueles que não têm trabalho não são competentes: há os *winner*s (vencedores) e os *loser*s (perdedores)”. O autor exemplifica com um estudo inglês sobre casais de executivos, que “correm o mundo, pulam de um avião para outro, têm salários alucinantes que nem conseguem sonhar em gastar durante quatro vidas etc.” e a existência de “uma massa de pessoas destinadas aos empregos precários ou ao desemprego”.

Isso posto, é preciso destacar que as reflexões sobre a repercussão cultural das ideias neoliberais no ambiente empresarial e a própria globalização, assim como outras, ficam sujeitas ao arbítrio das análises dos intelectuais e dos jornalistas, autores das mensagens veiculadas pelos jornais, revistas, emissoras de rádio e de televisão. Seguindo este raciocínio, tudo leva a crer que boa parte dos produtos veiculados na mídia tem por finalidade reafirmar as estruturas vigentes, em vez de ampliar o debate de forma crítica para construção da democracia. A afirmação novamente se encontra amparada em Bourdieu (1998, p.15-17):

A opinião de todo o mundo é a opinião de quem? Das pessoas que escrevem nos jornais, dos intelectuais que pregam “menos Estado” e que enterram depressa demais o público e o interesse do público pelo público ... [...] Não há verdadeira democracia sem verdadeiro contra-poder crítico. O intelectual é um contra-poder, e de primeira grandeza.

¹ Bourdieu, (1998, p. 58) explica que Gary Stanley Becker (1930), chefe da Escola Econômica de Chicago, desenvolveu a ideia de que o darwinismo é o fundamento da aptidão para o cálculo racional atribuído aos agentes econômicos. Becker ganhou o prêmio Nobel de 1992, "por ter estendido o domínio da análise microeconômica para uma escala de comportamento humano e interações, incluindo comportamento extra-mercado". Ver também: <http://www.nobelpris.org/portugues/wirtschaft/becker.htm>, Acesso: 10/ jun/2008

O desencanto devido à ruptura entre o ser humano e sua realidade, sobretudo, pelo processo de desterritorialização provocado pela globalização se amplia e se generaliza, conforme é possível constatar em Ianni (1995, p. 100): “[...] a solidão do indivíduo lança-se em dimensões talvez jamais alcançadas, devido à revolução dos quadros de referência herdados da história e inteligência da sociedade nacional, uma revolução das noções de espaço e tempo em que o indivíduo se formou” e que passa a constituir a sociedade global². Para Bourdieu (1998, p.43), esse processo é inevitável, sobretudo, pela divulgação em pequenas doses diárias na mídia: “Essa espécie de gota a gota simbólico, para o qual os jornais escritos e televisados contribuem muito fortemente – em grande parte inconscientemente porque a maioria das pessoas que repetem essas declarações o fazem de boa fé –, produz efeitos muito profundos”. Ele complementa informando que há um conjunto de pressupostos impostos como óbvios:

[...] o crescimento máximo, e logo a produtividade e a competitividade, é o fim último e único das ações humanas [...]. Ou ainda o pressuposto que fundamenta todos os pressupostos da economia, faz-se um corte radical entre o econômico e o social [...]. Outro pressuposto importante é o léxico comum que nos invade, que absorvemos logo que abrimos o jornal, logo que escutamos o rádio, e que é composto, no essencial de eufemismos. [...] Há também todo um jogo com as conotações e a associação de palavras³ como flexibilidade, maleabilidade, desregulamentação, que tendem a fazer crer que a mensagem neoliberal é uma mensagem universal de libertação.” (BOURDIEU, 1998, p. 44)

Apesar do desgaste do termo neoliberalismo com o rótulo de natureza política e panfletária, o caráter individualista emergente também originou um ambiente com peculiaridades culturais específicas, cujo domínio se tornou requisito para empresários e executivos se manterem integrados a um grupo social, no qual as novas regras incluem dominar os bens simbólicos e culturais. Isto significa que o comportamento deles para defender o patrimônio e o lucro mudou substancialmente atribuindo valores específicos ao acúmulo de capital cultural.

Desse modo, o hiper-individualismo decorrente da onda neoliberal, neste trabalho, diz mais respeito a uma ambiência cultural do que propriamente à área econômica. O interesse nesse arcabouço de justificativas de natureza política, ideológica e cultural é uma das

² Ianni (1995, p. 43) explica que “aos poucos, a morfologia da sociedade global envolve direitos humanos, narcotráfico, proteção do meio ambiente, dívida externa, saúde, educação, meios de comunicação de massa, satélites e outros itens. Assuntos sociais, econômicos, políticos e culturais que sempre pareceram nacionais, internos, logo se revelam internacionais, externos, relativos à harmonia da sociedade global”.

³ Bourdieu (1998, p.44) explica que há um código próprio no neoliberalismo. Ex: *flexibilidade* significa “trabalho noturno ou nos fins de semana”, *patronato*, “forças vivas da nação” e *demissões*, “cortar gorduras”

especificidades do processo de sociabilidade moderna atual, que chegou ao Brasil em 1996-1997, durante o governo de Fernando Henrique Cardoso, exatamente no período em que o *Valor* começava a ser gerado e onde reside uma contradição: é concebido no auge da euforia neoliberal e começou a circular no início da depressão do mundo globalizado. Contudo, é preciso registrar que não se trata aqui de uma influência direta dos valores neoliberais sobre o jornalismo praticado pelo *Valor*, conforme explica Lins da Silva⁴ (Anexo 1): “com o neoliberalismo ou sem o neoliberalismo teria sido o mesmo posicionamento, um posicionamento editorial evidentemente a favor do livre mercado, da democracia, da ética empresarial, da ética nos negócios”. Segundo o jornalista, não houve qualquer influência da onda neoliberal sobre a linha editorial e sobre a maneira como o jornal se comportava.

Também é importante considerar que a globalização provocou profundas modificações nas condições de vida e de trabalho no mundo todo e no qual, conforme identificou Giddens (1991, p.69-70), as estratégias de incorporação de empresas dão lugar aos conglomerados transnacionais como uma imensa “fábrica global”. Esse cenário globalizante configura-se como o que, de forma simplificada, é para Giddens e Pierson (2000, p.73) a modernidade: “sinônimo de sociedade moderna ou civilização industrial”⁵, no qual o sistema de vida do executivo contemporâneo foge ao convencional, precisa de informação de qualidade, requer novos padrões de comportamento com desafios profissionais, pessoais e consumo de produtos, de bens simbólicos e de serviços elitizados. Seriam estes mecanismos sociais responsáveis pelo direcionamento do tipo de produção jornalística e pela inclusão de temas diversificados não restritos ao Jornalismo Cultural?

O levantamento histórico e as características editoriais *Valor* foram desenvolvidos a partir de pesquisa bibliográfica e de entrevistas realizadas com os principais envolvidos na criação do jornal: Carlos Eduardo Lins da Silva (Anexo 1), Célia Gouveia Franco (Anexo 2), Otavio Frias Filho (Anexo 3), Paulo Totti (Anexo 4), Robinson Borges (Anexo 5) e Vera Brandimarte (Anexo 6). Não foram ouvidos o principal idealizador do *Valor Econômico*, Celso Pinto por questões de saúde, Carlos Haag, o primeiro editor do caderno *EU&Fim de Semana* e Cyro Andrade (co-editor atual do *EU&*), devido à falta de espaço na agenda deles apesar das várias tentativas realizadas. Os trechos selecionados foram editados, apenas para eliminação dos vícios de linguagem, repetições de expressão e de indicadores de fluxo de

⁴ Entrevista com Lins da Silva ex-diretor Adjunto do *Valor*, dia 1º/out/2009, na *Folha de S. Paulo* (Anexo 1)

⁵ Giddens e Pierson (2000, p.73) afirmam que a modernidade está associada ao: “a) conjunto de atitudes perante o mundo, como a ideia de que o mundo é passível de transformação pela intervenção humana; b) complexo de instituições econômicas, em especial a produção industrial e a economia de mercado; c) toda uma gama de instituições políticas, como o Estado nacional e a democracia de massa.”

conversa, a fim de deixar os depoimentos mais claros, entretanto respeitando fielmente, o conteúdo e o contexto das informações obtidas.

2. Contexto da criação

Conforme citado, o *Valor* foi concebido no final da década de 90, no auge da onda neoliberal no Brasil. O cenário mundial foi permeado por ameaças ecológicas, tais como a destruição da camada de ozônio, o efeito estufa, reciclagem e biodegradáveis, alimentos geneticamente modificados, entre outros, e por protestos de organizações não governamentais e ambientalistas em todo o planeta. A Europa Oriental praticamente se desintegrou e com o desmembramento da URSS, os Estados Unidos passaram a ser a única superpotência mundial. Na área da saúde, a epidemia de aids assolou o mundo, na genética, a ovelha *Dolly* foi clonada e os movimentos fundamentalistas eclodiram em diversas regiões do mundo.

Além disso, revelando os aspectos sombrios das sociedades industriais, surgiram conflitos etnoreligiosos em escala mundial, violência nos centros urbanos, decadência cultural e crise de valores. Na economia foi criada a Organização Mundial do Comércio (1995), o acordo Nafta entre EUA, México e Canadá para reduzir as barreiras comerciais e o Mercosul, com a mesma proposta, entre Brasil, Argentina, Paraguai e Uruguai. No final da década, a Ásia viveu violenta crise financeira depois de certo desenvolvimento econômico e surgiram os protestos antiglobalização.

No âmbito interno, o Brasil começou a década com quadro econômico já difícil pela dívida com o FMI (Fundo Monetário Internacional), agravado com o confisco da poupança determinado pelo ex-presidente Fernando Collor de Mello, que culminou com o *impeachment* dele em 1992. No governo que se seguiu, o vice de Collor, Itamar Franco, assumiu a Presidência do Brasil e o país passou a viver uma fase de estabilidade econômica com a criação do Plano Real, em 1994. Fernando Henrique Cardoso, considerado autor do Plano Real, foi eleito por duas vezes consecutivas como presidente do Brasil antes do fim da década de 90. No campo cultural, o cinema nacional ressurgiu e os músicos brasileiros marcaram presença no exterior.

Quanto à mídia brasileira, a partir da segunda metade da década de 90 até a virada do milênio, o setor viveu grande expansão impulsionado pela estabilização da moeda e iniciou a implantação do padrão tecnológico de informação com o fortalecimento da mentalidade

quanto à diversificação das atividades empresariais na área de comunicação com ampliação dos negócios para outras esferas, conforme explica Frias Filho⁶.

Os veículos investiram, por exemplo, em telefonia celular, foi o caso do nosso concorrente, o jornal *O Estado de S. Paulo*, a própria *Globo*, a *Editora Abril*, que na época também estava investindo em TV a cabo. Havia uma mentalidade, de que era preciso diversificar as atividades e aproveitar as que estavam surgindo nesse ambiente de expansão da mídia. A estabilização econômica, a partir de 94, também ajudou esse cenário de expansão: ficou mais fácil planejar a vida das empresas, [por causa da] paridade entre o real e o dólar que vigiu durante alguns anos e que tornava atraente contrair empréstimos. Então, houve uma grande expansão no setor de mídia.

3. O Valor Econômico

O jornal *Valor* surgiu de uma *joint-venture*⁷ entre as empresas editoras do jornal *O Globo* (a *InfoGlobo*) e da *Folha de S. Paulo* (*Folha da Manhã*), em 5 de maio de 2000, em que cada uma participa com 50%, cujo aporte inicial não foi informado. O novo jornal foi criado para atender às necessidades de informações econômicas de um público composto por empresários e executivos, portanto, é direcionado aos leitores pertencentes às classes A/B, que ocupam cargos estratégicos tanto em corporações quanto em empresas públicas e buscam informações mais específicas do que as oferecidas pelos jornais de interesse geral.

O objetivo do *Valor*, segundo Park (2002, p.5), é oferecer um panorama fidedigno do que ocorre na esfera produtiva, para auxiliar na tomada de decisões dos agentes econômicos, além de motivar os empreendedores e a população brasileira a investir no mercado de capitais. Pereira (2005, p.67) confirma essa informação, ao mencionar que a preocupação básica constante no editorial da primeira edição do jornal é a de zelar por “informações confiáveis, opiniões relevantes e análises esclarecedoras, que contribuam para a tomada de decisões públicas, empresariais e individuais mais bem embasadas e mais eficientes”.

Da perspectiva empresarial, as atividades do *Grupo Folha* estão divididas informalmente entre os dois irmãos, Otavio Frias Filho e Luís Frias: um cuida das questões editoriais e o outro da parte empresarial, respectivamente. Segundo Frias Filho, a criação do *Valor* veio preencher uma lacuna empresarial existente no mercado, na década de 1990 e,

⁶ Entrevista com Otavio Frias Filho, sócio do *Valor*, 06/out/2009, nas instalações da *Folha de S. Paulo* (Anexo 3)

⁷ *Joint-venture* – Associação ente empresas ou entre países, sob a forma de capital, trabalho ou recursos naturais. Disponível <http://dicionario-de-economia.portalmidis.com.br/j/o-que-e-joint-venture.htm>, Acesso:16/04/ 2008

sobretudo, porque a *Folha* buscava na diversificação de suas atividades, desenvolver produtos específicos: “nós já tínhamos um jornal de informação geral que é a *Folha*, um jornal de perfil mais popular que seria o jornal *Agora* [lançado em 1999] e, na nossa equação, fazia todo sentido que esse tripé fosse completado com um jornal de informação econômica”.

Quanto à definição da linha editorial do *Valor*, ficou claro, pelo menos aparentemente, desde o início, que os sócios queriam uma publicação com características próprias e compatíveis com os interesses do público destinatário, inclusive com diretriz ideológica equilibrada e independente e com atenção especial aos aspectos culturais do empresário ou do executivo enquanto consumidor de bens materiais e simbólicos. Portanto,

deveria ser um jornal liberal em economia, liberal em política, como não poderia deixar de ser um jornal deste tipo; deveria ser um jornal que tivesse uma cobertura intensiva de empresas, sólida na área de finanças e um elenco de colunistas respeitados. E, dentro de um diapasão mais ou menos simplista, digamos, pessoas de posição, sei lá, mais de centro-direita, outras de posição mais de centro-esquerda talvez. E que deveria haver também uma dedicação, uma atenção, um investimento editorial no empresário enquanto consumidor de produtos materiais e simbólicos. Talvez aí entre mais a esfera do caderno *EU&* [*Fim de Semana*]. (FRIAS FILHO)

O discurso do presidente do Grupo *Folha*, Luis Frias (apud PARK, 2002, p.106), durante a festa de lançamento do *Valor* reafirma a proposta de independência editorial da publicação: “O novo jornal deverá pautar-se por uma atitude de independência em face do governo e grupos políticos ou econômicos, procurando orientar-se de acordo com o melhor interesse público. Será pluralista, aberto às diversas correntes de pensamento econômico e social e será apartidário”.

3.1. Cenário e negociações

O interesse de entrar no nicho do mercado da informação econômica do Grupo *Folha* data da década de 80, quando houve a tentativa de aquisição da *Gazeta Mercantil*⁸, segundo informa Frias Filho: “Meu pai estava aqui, estava atuante, e ele tentou, num determinado momento nos anos 80, comprar o controle do *Jornal do Brasil* e também tentou, ou pelo menos autorizou gestões que poderiam levar à compra do controle da *Gazeta Mercantil*. Mas

⁸ *Gazeta Mercantil* - fundado em 1920, era o mais tradicional jornal de economia do país e parou de circular pela primeira vez em 2003, depois de 90 anos, por causa do embate entre o Nelson Tanure, que adquiriu os direitos sobre a marca, e o proprietário anterior, Luiz Fernando Levy, e por estar mergulhado em dívidas. Disponível: <http://www.fenaj.org.br/materia.php?id=2611>, acesso: 10/out/2009.

estas gestões nunca evoluíram”. A ideia da constituição da sociedade entre as duas empresas (*Infoglobo* e *Folha da Manhã*) surgiu a partir de negociações sobre a implantação do portal G1, pela *Globo*, conforme esclarece Frias Filho:

Na época, nos anos 1990, a *Globo* estava interessada em lançar o que viria a ser o portal G1 e nós já tínhamos o desenvolvimento inicial da UOL acontecendo. As conversas, pelo que eu me lembro, começaram um pouco mais por essa seara digital: a possibilidade de haver uma parceria, um entendimento na área da plataforma eletrônica digital. Isso acabou não ocorrendo, mas, enfim, um produto importante dessas conversas foi a parceria para fazer um jornal impresso econômico, que recebeu o nome de *Valor Econômico*.

Apesar da configuração de expansão empresarial da mídia brasileira no período, as dificuldades financeiras enfrentadas pelo jornal mais tradicional de economia no país favoreceram a solidificação da proposta de criação do *Valor*. Depoimento a Park (2002, p.112), feito por um dos criadores e primeiro diretor de redação do *Valor*, Celso Pinto⁹, com a autoridade de quem trabalhou por 20 anos na *Gazeta Mercantil* e chegou ao cargo de redator-chefe, confirma a situação crítica vivida pela empresa: “Eu trabalhava lá como correspondente em 1991, cheguei a ter três meses de atraso de salário. Atraso de salário na *Gazeta* é uma coisa que tem pelo menos 11 anos de idade; em meados de 80 já tinha atraso de salários (...); eles estão se arrastando com problemas financeiros há muito tempo”. Segundo o jornalista (apud PARK, 2002, p.112), “o *Valor* jamais seguirá estratégias que não *fechem* do ponto de vista financeiro e de negócios, principalmente porque envolve dois grandes grupos interessados na lucratividade e na oportunidade de negócios”. (grifo meu)

Mesmo com cenário propício à geração de novos negócios na área de comunicação na segunda metade da década de 90, esta visão empresarial voltada à lucratividade e a novas oportunidades dos dois interessados na nova publicação, levou-os a fundamentar a decisão, em estudos de mercados. Assim, a proposta avançou a partir de sondagem mercadológica que apontava a viabilidade de um negócio lucrativo, conforme explica Frias Filho:

Havia um diagnóstico de que a *Gazeta Mercantil* vivia uma crise e que, provavelmente, essa crise não teria remissão. Nesse sentido, então, se vislumbrou a possibilidade de lançar um jornal que fizesse concorrência à *Gazeta Mercantil* e que topasse, pelo menos, dividir esse mercado com ela. (...) Na época, as *Organizações Globo* estavam com um raciocínio semelhante e houve negociações e dessas negociações resultou o lançamento do jornal *Valor*, em maio de 2000.

⁹ Todas as citações de Celso Pinto são por “apud” devido ao fato de o jornalista se encontrar incapacitado de dar entrevistas em decorrência de sequelas provocadas por parada cardiorrespiratória em 2003.

As duas empresas, a *Folha da Manhã* e a *InfoGlobo*, fizeram o aporte financeiro inicial e estruturaram a parceria na proporção de 50% para cada uma. Desta forma, desde então, assumiu-se que os dois sócios deveriam estar de acordo quanto às decisões estratégicas fundamentais e quanto à escolha dos dois principais gestores: o presidente da empresa e o diretor de redação. De acordo com Frias Filho, a administração do *Valor* não tem gerado grandes discrepâncias quanto à condução dos negócios, ao contrário, tem tido convivência harmoniosa: “Não sou capaz de me lembrar de alguma desavença mais importante que tenha havido nesse período. E já há, o quê? Nove anos?” Para o jornalista, hoje [outubro de 2009], o *Valor* é um jornal que desde o segundo ano, passou a ter autonomia econômico-financeira e não depende mais de aporte dos sócios. Informação confirmada por Brandimarte¹⁰

O *Valor* é um jornal sem dívida desde o início, porque no começo os acionistas sustentaram a impressão e a distribuição e a parte de folha, o jornal se pagou. Então, na verdade, depois da crise [da mídia em 2003] a gente passou a assumir os custos também da produção e distribuição. E então, junto com isso a publicidade foi andando de lado.

Quanto à gestão editorial, embora as duas empresas *Folha* e *InfoGlobo* tenham definido os parâmetros do tipo de veículo que elas gostariam de criar, a constituição do quadro de pessoal e a alma do jornal foram atribuições delegadas a Celso Pinto, jornalista de renome no meio profissional, que se responsabilizou pela construção do jornal. Frias Filho conta que o nome dele se impôs de forma consensual entre os dois sócios.

A criação do jornal, no sentido de reunir a equipe inicial de editores, contratar pessoas, a própria concepção anatômica, morfológica, embora nós tivéssemos contratado um escritório *design* britânico que ajudou a conceber o *layout*, mas todo esse espírito do jornal, eu diria que foi em grande medida uma criação pessoal do Celso Pinto ... [muda o tom de voz e hesita entristecido]. É realmente uma pena, em todos os sentidos, o acidente vascular que o deixou incapacitado porque ele lançou as bases de um projeto que está aí até hoje, sobrevive, claro, sem o trabalho dele, mas ninguém tem condições de avaliar o quanto ele faz ou fez falta nesses últimos anos.

De acordo com Lins da Silva, o objetivo do *Valor* “era fazer um jornal de economia e negócios de altíssima qualidade, tendo como modelo o *Financial Times*, ganhar o mercado desse segmento de comunicação, tomar o mercado da *Gazeta Mercantil* e se tornar o líder”. E este o processo de consolidação de uma publicação é bastante complexo, pois segundo Celso

¹⁰ Entrevista com Vera Brandimarte, diretora de Redação do *Valor*, dia 13/out/2009, na sala dela (Anexo 6)

Pinto (apud PARK, 2002, p.115) “mesmo que exista um espaço teórico no mercado, que as pesquisas indiquem isso, indícios mostrem isso, você tem uma tarefa que é ocupar [o espaço] que não é simples, é sempre um desafio enorme, ainda mais um jornal que ocupe um lugar nacional”. Segundo Lins da Silva, o *Valor* conseguiu atingir o objetivo proposto: “Em dois anos a *Gazeta* e nós [*Valor*] já éramos iguais no faturamento e em circulação. Depois, [*Valor*] abriu distância e a *Gazeta* fechou”. Para o jornalista, o sucesso empresarial da nova publicação se deve a três fatores:

Primeiro à qualidade gerencial e empresarial do projeto. Porque tanto a *Folha* quanto a *Globo* são empresas muito profissionais e que levam os negócios de uma forma muito séria, muito ponderada, muito cautelosa, muito responsável. Segundo, há o projeto editorial, que era muito sólido baseado em qualidade, acima de tudo qualidade. Então, por exemplo, sempre foi uma política da redação que a gente deveria ter menos pessoas mais qualificadas. Realmente nós pegamos os melhores profissionais disponíveis, pagando o que fosse necessário e, em troca, para poder tornar viável o negócio, o número de pessoas era pequeno. E terceiro, acho que são esses os três motivos: o completo destempero da *Gazeta Mercantil* que cometeu quase um suicídio empresarial, mesmo. Então, embora o *Valor* tenha todos os méritos por ter conquistado o espaço e a liderança, sua tarefa foi muito facilitada pela maneira totalmente irresponsável com que a *Gazeta* terminou.

Para Celso Pinto (apud PARK, 2002, p.111), uma das vantagens que *Valor* teve em relação à *Gazeta Mercantil* foi o fato de poder contar com as redes de distribuição de *O Globo* e da *Folha*: “Nós temos uma capilaridade, nós penetramos mais, por exemplo, no interior de São Paulo, norte do Paraná, sul de Minas, graças à distribuição da *Folha* mais do que a *Gazeta*, ou seja, temos mais capilaridade, nós chegamos a mais cidades, nós entramos com o caminhão junto com a *Folha*”.

3.2. A criação

A equipe embrionária do *Valor* foi composta por Celso Pinto, Carlos Eduardo Lins da Silva e Vera Brandimarte. Segundo Lins da Silva, duas possibilidades de nomes para o novo produto foram muito debatidas: um era *Valor Econômico* e outro, *Jornal da Economia*. “Foram os dois nomes a que nós chegamos, fizemos logotipo, vários estudos com os dois. E acabou-se resolvendo pelo *Valor Econômico*: os acionistas escolheram *Valor Econômico*”.

Além disso, conforme explica Franco¹¹ “tinha aquela coisa do *valor* das coisas, [que] permitia também fazer uma reflexão um pouco mais profunda”.

Os autores do projeto foram buscar inspiração no *Financial Times* e, inclusive, compraram os direitos de exclusividade sobre o material no Brasil, especialmente no que diz respeito à seriedade com que a publicação britânica tratava as informações jornalísticas da área econômica e pelo fato de ter um caderno cultural. Conforme explica Lins da Silva, os pontos em que o *Valor* e o *Financial Times* se identificam são:

Primeiro, a maneira de encarar a notícia, de conceber o que é notícia. Depois, por exemplo, o caderno de cultura que o *Financial Times* tinha, o *The Wall Street Journal* não tinha e não tem ainda. E a gente fez também um caderno de cultura. Uma coisa mais pessoal do *Financial Times* era o *Você S/A* para o executivo, para o empresário, mas era, principalmente, a maneira de encarar a notícia que o *Financial Times* tinha, a sobriedade.

O jornalista, entretanto, esclarece que a equipe buscava apenas inspiração no *Financial Times*, “mas não copiava porque aqui é outro país, é outra sociedade, outra realidade, começando pelo tamanho: a Inglaterra é menor do que o Piauí. Então é totalmente diferente. Era uma inspiração, não era uma cópia”. Para Frias Filho, não há muita diferença entre os jornais empresarias de forma geral e ressalta que apesar de não conhecer muitos desta área, apenas e de modo superficial o *The Wall Street Journal*, o *Financial Times* e o *Diário Ambito Financeiro*, da Argentina, diz que “a margem de controvérsia na definição da linha editorial de um jornal voltado para empresários é pequena, é muito menor que na definição da linha editorial de um jornal de informação geral, que tem um público muito mais heterogêneo, maior, muito mais complexo, inclusive”.

O primeiro número do *Valor*, além dos nove cadernos, teve um suplemento especial sobre os “500 Anos de Economia”. Neste número, a direção afirmou que as páginas do *Valor* “estarão sempre abertas ao debate e ao livre curso das ideias, independentemente de suas próprias posições editoriais” e assumiu o compromisso de “denunciar a injustiça, a corrupção, a violência, a arbitrariedade, a incompetência no trato dos assuntos públicos e qualquer outra prática que ameace a democracia ou não esteja de acordo com ela”. Além disso, no campo econômico, se propôs “a enaltecer sempre a figura do empreendedor e das organizações com capacidade de inovar e competir numa sociedade de economia de mercado aberta”.

O editorial da primeira edição apregoa que a democracia possibilita “maior liberdade das atividades econômicas, as inovações, a criatividade e a competitividade numa economia de

¹¹ Entrevista com Célia de Gouveia Franco, secretária de Redação, dia 30/abr/2009, na sede do *Valor* (Anexo 2)

mercado” e que “a livre circulação de ideias proporciona condições do pleno exercício da cidadania e que é indispensável para a geração de riqueza material”. Apesar de ser um veículo especializado em economia, o editorial manifesta preocupação com os aspectos humanos da sociedade: “Não há progresso econômico que justifique atrasos ou desvios na promoção dos direitos humanos em geral e dos econômicos em particular, especialmente num país, como este, em que eles ainda são desrespeitados de modo tão sistemático”.

3.3. A crise da mídia de 2003

O ano de 2000, registrou o maior índice de circulação média diária dos jornais brasileiros com 7,883 milhões de exemplares, segundo Sant’Anna (2008, p.43), alguns deles impulsionados por agressivas políticas de concessão de brindes, que ficaram conhecidos como ‘anabolizantes’. Nos dois primeiros anos da década de 2000, conforme Sant’Anna (2008), os três principais jornais brasileiros –*O Globo*, *O Estado de S. Paulo* e *Folha de S. Paulo*– sofreram expressivas quedas na circulação e a situação destes três jornais espelha uma tendência tanto no âmbito nacional quanto no internacional, pois a circulação total dos jornais brasileiros também caiu entre 2000 e 2004. Segundo dados da ANJ utilizados por Sant’Anna (2008, p.43), a circulação média diária dos jornais brasileiros caiu de 7,670 milhões de exemplares em 2001 para 6,470 milhões de exemplares em 2003, isto é, uma redução de 1,8 milhão de exemplares diários. O jornalista explica que a queda da circulação e o aumento da concorrência ocorreram no momento em que as três mais importantes empresas de comunicação do país (as *Organizações Globo*, o *Grupo Estado* e a *Empresa Folha da Manhã*) atravessavam dificuldades financeiras, decorrentes de dívidas contraídas na década de 1990:

No caso da *Globo*, o investimento de bilhões de reais na criação da infraestrutura de TV a cabo; no do *Estado*, a participação na companhia de telefonia celular BCP, com uma fatia de cerca de 120 milhões de dólares; e, no da *Folha*, a criação do portal de Internet UOL, em resumo, foram estes investimentos que não tiveram a rentabilidade esperada, e os compromissos financeiros, feitos em dólar, tornaram-se um peso praticamente insustentável a partir da desvalorização do Real, em 1999. (SANT’ANNA, 2008)

Lobato (2004) informa que só no ano de 2002, as empresas de comunicação amargaram um prejuízo de R\$ 7 bilhões, “dos quais R\$ 5 bilhões foram registrados pela *Globopar* – holding das *Organizações Globo*. A receita líquida do setor naquele ano foi 20% menor, em valores reais (descontada a inflação), do que a de 2000”. A reportagem explica que

“as empresas apostaram no crescimento da economia e na estabilidade da moeda, na segunda metade dos anos 90, e se endividaram em dólar para diversificar os negócios e aumentar a capacidade de produção”. A jornalista cita dados do relatório do próprio setor enviado ao BNDES (Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social), de outubro de 2003, no qual constava que “80% das dívidas são em dólar, e 83,5% tem vencimento em curto prazo”. Frias Filho compartilha desta explicação:

As empresas se endividaram muito para alcançar esses novos produtos e entrar nesses novos nichos de mercado, de tal forma que, se a segunda metade dos anos 90 foi um período de muito investimento, de diversificação e de expansão da mídia, na primeira metade da década em curso atualmente, foi o contrário: um período de contração porque as empresas se viram diante da necessidade de pagar dívidas com juros que eram muito altos. Então, a partir do ano 2000-2001, as empresas passaram a focar na sua rentabilidade com o objetivo de gerar excedente que permitisse pagar os compromissos financeiros que haviam sido assumidos previamente.

Como em toda crise, o principal efeito foram os cortes nos gastos com papel e as demissões. A reportagem “Onde falta pão...”, de Safatle (2003), informa que o número de demissões de jornalistas nos anos de 2001 e 2002 era assustador:

Em 2001, foram demitidos 6.877 jornalistas em todo o Brasil, segundo dados divulgados pela Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj). No ano passado [2002], o quadro se repetiu com 2.726 dispensas computadas até junho. Neste ano, novas demissões, atrasos de salários e acordos para adiamento no pagamento de dissídio coletivo.

Segundo Frias Filho, o *Valor* “sofreu um pouco com a crise, mas ele logo se recuperou. Ele é um jornal que vive pelas próprias pernas, quer dizer, o aporte inicial dos sócios não teve que se repetir outras vezes”. O sócio do jornal diz que “houve um enxugamento da estrutura, como costuma acontecer, [pois] no primeiro projeto a estrutura é sempre super-dimensionada, então (...) houve cortes, redução no tamanho da estrutura. Mas nada, assim, especialmente dramático”. Entretanto, Lins da Silva diz que as mudanças ocorridas por causa da crise foram grandes e atingiu tanto o produto quanto a equipe, mas que a espinha dorsal do jornal foi resguardada de forma que permitisse sua sobrevivência:

Primeiro uma carnificina de empregos, eu não me lembro exatamente o número, a Vera talvez tenha, mas acho que uns 20% da redação pelo menos foi demitida e o corte de papel; a crise bateu pesado, mas o fundamental foi preservado. O que é o fundamental? E a estrutura básica do jornal, os cadernos ficaram um pouco mais magros, mas nenhum deles foi eliminado; os grandes nomes do jornal [também] permaneceram: os colunistas todos.

Então, o jornal foi capaz de preservar o essencial, mas foi um baque grande. Foi um baque que afetou um pouco a qualidade do produto, mas o fundamental foi preservado.

A diretora de redação Vera Brandimarte conta que foi um momento muito complicado e que o corte “foi de 50% da folha [de pagamento] da empresa como um todo, não só da Redação”. Só no *EU&* a redução entre editores, produtores e repórteres foi de 13 para 3 pessoas, com a eliminação das quatro páginas diárias de cultura do caderno principal e com a redução do número de páginas do suplemento de 34 para 20. A jornalista explica que

Se a publicidade minguava de repente, como aconteceu naquele momento, ela minguava em produtos novos. A Rede Globo, em termos de corte de receita foi muito menos atingida. Porque quando uma empresa tem que cortar a sua publicidade ela mantém aquilo que ela sabe, que todo mundo vê, aquilo que tem maior audiência ou o maior número de leitores, no caso do impresso. Então, ela concentra na *Veja*, na *Globo* e nos três grandes jornais. Então o jornal teve que buscar o equilíbrio.

Sant’Anna (2008) explica que o faturamento bruto somado de todos os jornais brasileiros caiu entre 2000 e 2003 e que, em meados da mesma década, a circulação voltou a crescer: “De 2003 para 2004, ele [faturamento] aumentou, mas aumentou menos do que para as emissoras de TV, os sites na Internet e as emissoras de rádio. Apenas as revistas tiveram desempenho pior que os jornais”. Entretanto, é interessante lembrar que as empresas sempre costumam ter estratégias para os momentos de crise, com base no lucro auferido que passa a constituir uma reserva para as emergências, pois, conforme citação de Lins da Silva (1985, p.27),: “conformando-se com o perfil de informadores e formadores de elite, os donos de jornais conseguem manter a receita publicitária suficiente para cobrir gastos e propiciar lucros satisfatórios”. Entretanto, no caso do *Valor*, a história foi um pouco diferente, conforme Brandimarte ao explicar que os dois sócios não fizeram aportes extras por conta da crise

Eles investiram nos próprios veículos. É, tinha aí a posição dos sócios, que era: “ótimo, queremos preservar, mas estamos cortando nos nossos [*Folha* e *O Globo*], e o *Valor* também vai ter que se ajustar”. Seria muito complicado para o público interno deles, eles cortando lá e mantendo o *Valor*. Então foi uma atitude, do ponto de vista administrativo, muito racional: “a economia mudou, a situação está complicada e todos os produtos das nossas empresas e desta associação terão que se manter por suas próprias pernas”.

Segundo Sant’Anna, as dificuldades financeiras também promoveram transformações nos quadros administrativos dos jornais que mantinham a família em postos-chave e motivaram a profissionalização “da gestão do *Grupo Estado*, e os membros da família

Mesquita recuaram dos cargos de direção (...). A família Marinho já havia efetuado essa transição nas *Organizações Globo*, na década de 1990. A família Frias foi a única que, das três, manteve-se na gestão cotidiana da *Empresa Folha da Manhã*”.

3.4. Autonomia e independência

O primeiro diretor de redação do *Valor* foi Celso Pinto, jornalista especializado na área financeira, com mais dois diretores-Adjuntos de Redação, Carlos Eduardo Lins da Silva e Vera Brandimarte. Hoje, ocupam estes cargos Vera Brandimarte e a jornalista Cláudia Safatle. No Conselho Editorial estão: Aluísio Maranhão Gomes da Silva, Antonio Manuel Teixeira Mendes, Celso Pinto, João Roberto marinho, Luiz Frias, Nicolino Spina, Otavio Frias Filho, Roberto Irineu Marinho e Vera Brandimarte.

Pelo fato de o *Valor* resultar de uma ação associativa em partes iguais entre dois poderosos conglomerados de mídia, ambos os grupos não mantêm no local espaço reservado para seus respectivos escritórios, o que deixa a publicação nas mãos dos jornalistas. Apenas a área administrativo-financeira promove reuniões e auditorias periódicas para prestação de contas. A participação real dos donos fica restrita a encontros esporádicos do Conselho Editorial e, segundo Frias Filho, sem interferir no conteúdo jornalístico, o que confere boa autonomia aos jornalistas. Entretanto, ele destaca que isto se deve mais ao fato de os jornalistas do *Valor* terem clareza sobre o público e sobre o tipo de informação econômica a ser publicada:

Eu diria que a autonomia da equipe de redação é bastante grande. Isso ocorre por duas razões: primeiro porque sendo dois parceiros em regime paritário, sempre um parceiro fica muito receoso de não ferir susceptibilidades do outro. É diferente, talvez, do que seria uma gestão em que não houvesse parceria e um grupo só conduzisse. (...) Isso por um lado acaba resultando numa autonomia editorial grande. Mas a principal razão dessa autonomia, a meu ver, é o fato de que não há grandes divergências de orientação editorial sobre como conduzir um jornal voltado para o público empresarial. Quem imprimir uma orientação editorial diferente daquela, não é só no *Valor*, no *The Wall Street Journal*, no *Financial Times*, ou em qualquer jornal desse tipo, quem imprimir uma orientação diferente dessa, vai fazer mal ao jornal. Então, não há muita controvérsia, ainda mais num mundo dito pós-ideológico como é esse em que nós vivemos. Claro, pode haver, e seguramente, há controvérsia a respeito de uma reportagem específica, ou de um box, ou de uma angulação, mas com relação à orientação geral editorial de um jornal voltado para um público empresarial, executivos e empresários leitores do *Valor*, não há muita margem de dúvida, [não há] muita margem de polêmica.

Em que pese a relativa autonomia do campo, conforme Bourdieu, a existência dessa autonomia no processo interno de produção do jornal é confirmada pelos próprios jornalistas que trabalham ou que trabalharam no *Valor*, como é o caso de Brandimarte:

Do ponto de vista editorial é uma relação de sonhos porque como diretora de redação eu nunca sofri aqui qualquer tipo de pressão, pedido, nada. A gente conversa com os acionistas ligados à área editorial sobre o que está achando do jornal e sempre vem muitos elogios. Isso resulta de um entendimento, desde o início, de que o jornal fosse plural, responsável, democrático, que defendesse o empreendedorismo, o mercado, (...), além do respeito às fontes, ouvir os dois lados, enfim esses princípios básicos do jornalismo. (...) Nunca os acionistas pediram uma reunião ou ligaram para fazer qualquer crítica, ou para pedir ou para reorientar. Eles têm suas próprias posições políticas definidas nos seus jornais. São dois jornais diferentes, e entenderam que o *Valor* tinha que ter sua própria identidade.

A atual secretária de Redação e o ex-diretor adjunto do *Valor* confirmam essa liberdade editorial. Célia Franco diz que tem “muito pouco interferência dos donos. Talvez pelo fato de ter os dois grupos que dividem exatamente o controle, a norma é não interferir no produto. A gente tem bastante autonomia. Não tem sala do dono aqui”. Lins da Silva explica que como a sociedade é em proporções iguais, nenhum dos sócios tem direito de mandar:

E isso dá uma autonomia muito grande para a redação. (...) Era eu que fazia metade dos editoriais e eu nunca tive que mostrar o editorial para ninguém: eu fazia e mandava para imprimir e eu nunca fui admoestado por ninguém, por nada que eu tenha escrito. Então, o fato de você ter dois patrões, na verdade significava não ter nenhum.

Totti¹², jornalista que tem larga experiência na imprensa nacional e trabalhou em vários jornais e revistas, como o *Última Hora*, *Veja*, *IstoÉ*, foi editor de política de *O Globo* no Rio, foi chefe da sucursal do Rio, correspondente em Buenos Aires e em Washington da *Gazeta Mercantil*, foi editor executivo do *Jornal do Brasil*, no Rio e agora está no *Valor*, portanto, com vivência que lhe confere autoridade para falar sobre as possíveis diferenças entre empresas quanto à questão da autonomia, ratifica as informações anteriores, entretanto explica que isto ocorre porque a confiança depositada na equipe sempre foi mantida:

É o lugar mais tranquilo em que eu trabalhei, em termos de interferência dos donos. É claro que não existe em nenhuma empresa uma ‘carta-branca’ dada pelo dono ou pelo acionista, isto em nenhuma empresa e na empresa jornalística não é diferente (...). Mas, o pessoal que comanda o *Valor* tem

¹² Entrevista com Paulo Totti, jornalista com mais de 40 anos de experiência na grande imprensa, dia 30/abr/2009, na sede do *Valor* (Anexo 4)

larga tradição, já trabalhou em um ou nos dois desses jornais, tem credibilidade como profissionais, seu relacionamento com os donos é totalmente profissional. (...) É claro que como nunca se traiu essa confiança até agora, [e como] houve essa identificação de propósitos, a situação permanece assim e é bastante tranquila.

Borges¹³ também confirma essa autonomia e diz que, apesar de não ter contato direto com os donos, avalia que tem liberdade quanto à escolha das fontes e que, nesse sentido, a preocupação é muito mais em função da qualificação das mesmas no sentido de poder legitimar o conteúdo e não por questões ideológicas. O jornalista destaca como importante que essa autonomia permite o debate e o aprimoramento por meio do diálogo:

Aqui definitivamente não existe qualquer restrição a fontes. Existem ponderações quanto à legitimação das fontes em alguns casos. Mas é bastante independente. Isso não significa que a gente não discuta, não debata, não é isso. Porque eu acho que existe um falso discurso de que independência significa prevalecer o ponto de vista de uma pessoa. Não é exatamente isso. Porque jornalismo é fruto do debate, de aprimoramento e não de afirmação de opinião. Não existe “*persona non grata*”.

O cuidado ao selecionar as fontes e com a qualidade da informação também passa pela independência econômica do veículo. Para Totti, o “*Valor* não é uma empresa que desperdiça dinheiro, mas administra muito bem as suas oportunidades” e diz que quando um repórter viaja a convite, no pé da matéria sempre aparece a frase: “fulano de tal viajou a convite de tal empresa ou governo”, mas que o veículo valoriza muito viagem de repórter:

Eu fui à China para fazer uma matéria, e ganhei, inclusive, o Prêmio Esso com essa matéria na China. Tudo pago pelo *Valor*. Eu acredito que eu tenha sido, um dos únicos jornalistas brasileiros que viajou por conta do jornal. (...) Fiquei 21 dias lá, despesas minhas, despesas de duas intérpretes que viajaram comigo (...) ficou tudo por conta do jornal. Raramente, neste momento, os jornais estão fazendo isso.

Totti aponta como principal diferença entre o *Valor* e outras publicações, a prática do jornalismo com objetividade, “como deve ser todo jornalismo, mas sem perder o toque humanístico, onde se prioriza a precisão da informação e se busca transmitir isso para o leitor de uma forma bonita, agradável, para que a Economia não seja um tema pouco amigável para o leitor”. Segundo o jornalista, é um jornal que serve de instrumento de trabalho para a maioria de seus leitores e “se a atividade econômica já é uma coisa árida, o jornalismo econômico não deve

¹³ Entrevista com Robinson Borges, editor do *EU&*, na sede do *Valor*, dia 30/abr/2009 (Anexo 5)

ser árido; deve propiciar ao leitor, mesmo que ele só use o jornal para ter dados da economia para desenvolver o seu trabalho, [deve] tentar fazer com que isso seja prazeroso”.

Conforme Lins da Silva¹⁴, o jornal é o mais independente entre os grandes jornais: “você não vê tanta isenção, tanto espaço e nem tanta simpatia às teses da esquerda como no *Valor*, nos jornais como *Folha*, *Estado*, *Globo*, *Gazeta*, *JB*, *Zero Hora* e acho que é o jornal da grande imprensa que mais independe da grande imprensa, não tenho o menor receio de afirmar isso”. Para Frias Filho, o que confere independência a um jornal é se sustentar no mercado. “Essa é a grande condição para que o jornal tenha independência: que ele consiga se sustentar economicamente apenas com base nas relações de mercado”. Mas, o grau de autonomia jornalística também pode caracterizar a independência de um veículo:

Talvez pelo fato de que os donos não interferem nada no conteúdo editorial. (...). Embora eu não esteja mais lá, eu leio o jornal e em relação ao governo federal e o governo estadual, eu acho que é o jornal mais independente, que mais critica e [que] mais elogia e cobre com menos viés as atividades dos governos federal e estaduais.(...) A credibilidade depende da independência. (Lins da Silva)

Segundo Célia Franco, o essencial para um jornal de economia dar certo é sua utilidade e relevância para o leitor: “Ele tem que trazer informação para o leitor que faça com que a empresa para a qual ele trabalha, tenha mais lucro, que os investimentos sejam feitos com maior base” e acrescenta que deve auxiliá-lo na interpretação dos fatos: “Informação não pura, mas trabalhada, contextualizada, analisada, comparada, essas coisas”. Segundo a jornalista, a preocupação desde o início do *Valor* foi com relação à qualidade:

a ideia era fazer um jornal mais bonito [que a *Gazeta Mercantil*], um jornal que tratasse a notícia de forma mais direta, com texto mais elegante, que tivesse um projeto gráfico mais elegante também, que fosse atraente, que fosse um prazer de ler e que a linguagem fosse menos técnica, que fosse mais acessível (...) que não olhasse para o leitor só como um profissional. Que olhasse para o leitor como uma pessoa que tem outros interesses além do trabalho.

A jornalista conta que no início havia um caderno específico para o investidor pessoa física, para que o leitor também pudesse ter orientação de onde aplicar suas economias pessoais:

Esse caderno, quando começou, tinha também matérias de cultura e sobre restaurantes e, até hoje, a gente tem um colunista de vinhos, que é o Jorge

¹⁴ Carlos Eduardo Lins da Silva – afirmação feita durante exame de qualificação deste trabalho, em 12.08.2008, na Universidade Metodista de São Paulo.

Lucki, que escreve às sextas-feiras, dicas de vinhos. Nós temos uma página que sai às sextas-feiras que é “Pequenos e grandes prazeres”, que tem matérias de turismo, de restaurantes, matérias sobre coisas que dão prazer. Depois (...) tivemos que reduzir muito essa parte de matérias sobre consumo, que hoje continua tratando, mas muito menos do que antes. Tem uma revista mensal, a *ValorInveste*, também traz matérias sobre turismo, produtos, lançamentos de produtos na área eletroeletrônica. Matérias para atender esse lado do leitor. E a nossa cobertura de cultura está praticamente no tablóide. Antigamente a gente tinha seção diária de cultura, e aí passou a ser só no tablóide.

Para Lins da Silva, a principal preocupação desde as primeiras edições com o conteúdo sempre foi a qualidade do que estava sendo noticiado: “a checagem da informação, nunca deixar de checar várias vezes para ver se aquilo que estava sendo publicado era verdade, era correto, era fiel ao acontecimento e a qualidade da análise, na tentativa de fazer um jornalismo que não fosse só informativo, mas que fosse analítico”.

Quanto à definição de notícia para o *Valor*, conforme Celso Pinto (apud PARK, 2002, p.125), três critérios eram adotados: “Uma notícia importante, exclusiva e que tenha contexto interpretativo nosso trabalhado e tal, é tripla candidata à primeira página. Nós valorizamos essas três coisas”. Segundo Célia Franco, a decisão sobre o que publicar é tomada em função do interesse do público específico:

Fazemos com frequência matérias sobre desigualdade social, sobre a desigualdade econômica porque esse é um tema que consideramos essencial também para o crescimento do país. Nos últimos dois anos, em que houve uma redução da desigualdade econômica no país, com a redução do número de pessoas que passam fome, em que os programas sociais começaram realmente a funcionar, fizemos muita matéria sobre isso. Tanto reportando as várias propostas para as regiões onde o Bolsa-Família é mais importante, como sobre como as empresas estavam reagindo a isso. Então, é um tema importantíssimo. Uma multinacional na área de alimentos, por exemplo, para ela é essencial saber que vai ter ampliação de mercado porque mais gente vai ter dinheiro para comprar farinha de trigo, arroz, ou leite condensado ou alguma coisa assim. Então, achamos que faz parte da vida econômica do país um tema como esse.

De acordo com Park (2002, p.120-121), entre as estratégias do *Valor* para se “firmar como um nome forte e uma marca importante de informações econômicas” no mercado foram criados diversos serviços e produtos. Entre eles, cita: informação on-line, guias, livros, uma revista anual com a análise das mil maiores empresas do país, suplementos semanais das melhores matérias das revistas *Business Week* e *The Economist* traduzidas para o Português, além da revista mensal sobre variedades Estampa, que circulou em 2002 e que se autodenominava “a mais nova e independente publicação de estilo de vida no mercado. Uma

revista diferenciada para pessoas que gastam por prazer e que vai oferecer aos leitores um mundo exclusivo, onde o que manda é o bom gosto, a novidade e o inusitado”.

Segundo Borges, com a reformulação do Jornal em 2003, a circulação das informações sobre carreira e investimentos pessoais continuou a ser diária e as de comportamento, consumo e cultura passaram a ter veiculação restrita a uma página (contracapa do caderno *standard*) em dias determinados, portanto, parte do conteúdo diário migrou para o *EU&Fim de Semana*, que é o objeto de pesquisa deste trabalho.

Atualmente, o *Valor* circula sem número fixo de páginas, pois, assim como os demais jornais varia de acordo com a publicidade (a mesma coisa para o suplemento), em quatro cadernos diários, tem *design* gráfico arrojado em relação às demais publicações da área econômica, fotos, gráficos e infográficos. O jornal, segundo dados do Instituto Verificador de Circulação (IVC), termina dezembro de 2008, último ano do *corpus* desta pesquisa, com tiragem média mensal por edição impressa (de segunda-feira a domingo) de 58.019 exemplares. Conforme dados do IVC, em dezembro de 2008, o dia da semana com maior tiragem média mensal é a sexta-feira, com 58.321 exemplares (Tabela 1).

Tabela 1 – Tiragem do *Valor*
Média mensal referente à dez/2008 (impresso)

Resumo do movimento	Dom	Seg	Ter	Qua	Qui	Sex	Sab	Seg. à dom	Seg. a Sáb
Circulação paga	-	53.831	54.199	54.691	54.998	54.841	-	54.512	54.512
Circulação grátis	-	841	824	650	505	648	-	694	694
Jornal nas escolas	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Encalhe na sede	-	755	789	761	702	821	-	766	766
Encalhe no interior	-	2.123	2.017	2.015	2.072	2.011	-	2.048	2.048
Exemplares não distribuídos	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Exemplares inutilizados	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total geral da tiragem	-	57.550	57.829	58.117	58.277	58.321	-	58.019	58.019
Mês anterior	-	58.476	58.257	59.198	58.788	59.727	-	58.889	58.889

Fonte: IVC

O primeiro caderno traz reportagens e análises políticas e econômicas do “Brasil”, uma seção sobre “Política”, outra sobre “Internacional”, bem como as seções “Especial” e “Opinião” com publicação de artigos nacionais e internacionais de colaboradores fixos. Na página 2 deste caderno há um índice de empresas citadas em textos publicados naquela edição.

O caderno *Empresas & Tecnologia* trata de diversos setores da economia, com as seções *Tecnologia & Telecomunicações*, *Tendências & Consumo*, *Empresas/Serviços*, *Empresas/Infraestrutura*, *Empresas/Indústria*, *Commodities Agrícolas* e *Agronegócios*.

O terceiro caderno é o de *Finanças*, com as seções *Legislação & Tributos*, *Finanças e Finanças/Fundos de Investimento*, cujas notícias, reportagens e análises contemplam as questões referentes ao mercado financeiro.

O quarto caderno é o *EU & Investimentos*, com as seções *EU&S.A.*, *EU & Companhias abertas*, *EU & Bolsas nacionais* e *EU & Carreiras* com a finalidade de atingir o leitor pessoa física. Quando o *Valor* foi lançado, este caderno com circulação diária, segundo Borges, contemplava informações sobre carreira (RH), consumo e comportamento e cultura, que conforme Park (2002, p.110) atendia “uma demanda crescente do mercado. Ele tinha uma cobertura ampla, desde finanças pessoais e assuntos profissionais até temas diversos como turismo, imóveis e veículos”. Às sextas-feiras circulava em formato tablóide, com o nome de *EU&Fim de Semana*, “focando principalmente o lazer e assuntos culturais, como críticas de arte, exposições, livrarias especializadas, shows, concertos e principais temas da atualidade”.

Hoje, segundo o site do jornal¹⁵, o *Valor* oferece os seguintes serviços: *Newsletter* (disponibiliza as principais notícias em duas edições diárias, manhã e tarde); *Indique o site* (para um amigo); *Valor Mobile* (as principais informações dos canais *Brasil*, *Empresas e Finanças no celular*, *smartphone* ou *Valor WAP*); *Atendimento on-line*; *Cotações*; *Conversor de Moedas*, *Valor RSS* (para saber imediatamente quando uma informação do interesse do usuário é publicada, sem navegar até o site de notícias); *10+Lidas* (seleção de acessos a cada notícia, independente da data de publicação); *Palavras-chave+citadas*; *Palavras+buscadas*.

Quanto aos produtos, ainda segundo o site, além do *Valor* impresso e online, há o *Valor Análise Setorial*, *Especial (Valor Natal e Valor Multinacionais)*; as revistas *Valor Investe*, as *Setoriais*, a *Valor Estados* (Rio de Janeiro, Minas Gerais e Bahia) e os *Anuários (Valor 1000, Valor Grandes Grupos, Valor Carreira, Valor Financeiro, Executivo de Valor)*.

3.5. Breve perfil do leitor do Valor

A proposta editorial, bastante específica do *Valor*, encontra na explicação de Park (2001, p.104) os argumentos para a adoção de certos princípios e valores: “A linha editorial foi trabalhada com base em pesquisas de opinião pública realizadas pelo *DataGlobo* e

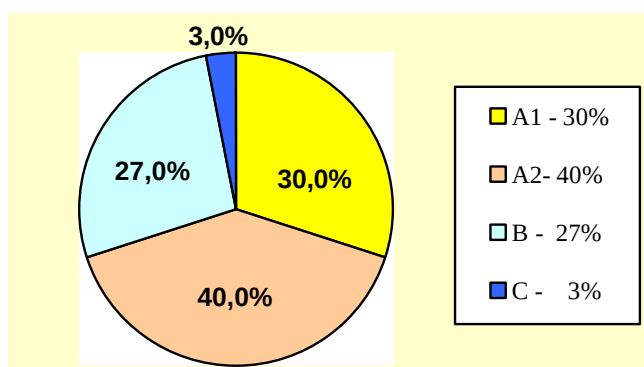
¹⁵ Site www.Valoronline.com.br, acesso: 17/jun/ 2008

qualitativas feitas pela *Feedback & Database* que mostram os hábitos, expectativas e ilustrações dos leitores de diários econômicos”.

Dados extraídos da pesquisa de doutorado em Comunicação de Park (segundo o jornal não foi feita outra pesquisa semelhante) mostram que o *Valor*, tinha em 2001, 70% de seus leitores (ver gráfico I - reproduzido) pertencentes à classe dominante (A1+A2), se considerada a classificação de Bourdieu tratada no capítulo 2. Se forem incluídos os leitores da classe B, o número sobe para 97%, portanto são leitores que acumulam vários tipos de capital, com predominância do capital econômico e do capital cultural.

Gráfico I - reprodução

Classe social (critério Brasil) do leitor de *Valor* – Marplan/2001



Segundo Park (2001, p.117-119), a mesma pesquisa indica que 83% dos leitores têm curso superior completo, 74% são homens, com idade entre 30 e 59 anos (76%) e que dois terços deles interferem diretamente nas decisões das empresas onde trabalham. Quanto aos cargos que ocupam estão distribuídos da seguinte forma:

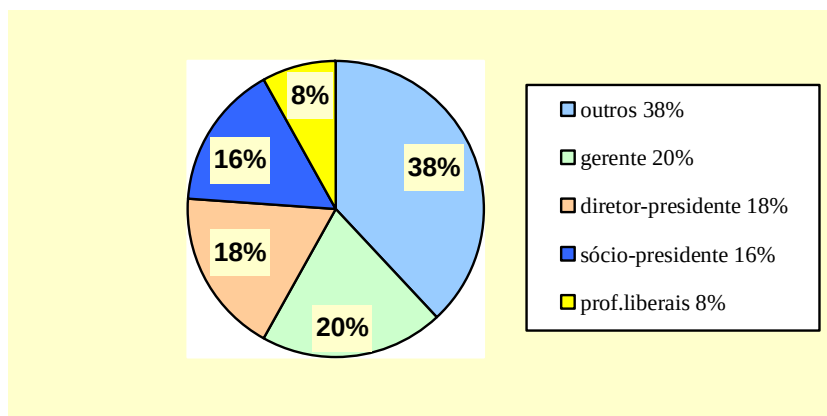
- 20% - gerentes
- 18% - diretor-presidente
- 16% - sócio-presidente
- 8% - profissional liberal
- 38% - outras posições – assistente, supervisor, consultor e outros

Park (2003, p.119) cita ainda que, quanto aos cargos ocupados pelo leitor do *Valor*, 62% dos ouvidos eram proprietários ou exerciam cargos de direção e gerência, e que dois

terços tinham o poder de interferir diretamente nas decisões de suas respectivas organizações (ver gráfico 2 - reproduzido)

Gráfico II – reprodução

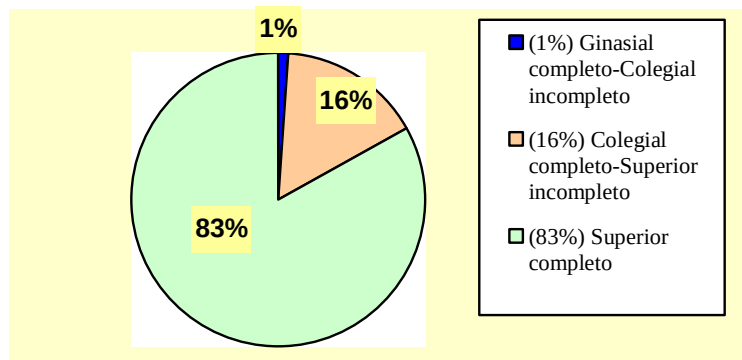
Cargos ocupados pelo leitor do *Valor* – Marplan/2001



A pesquisa Marplan (apud. PARK, 2003, p.118) também traz dados sobre a formação escolar desse leitor que podem, de certa forma, ser uma das explicações sobre a necessidade de aprofundamento dos conteúdos para que as matérias do caderno *EU&* sejam como são. (ver gráfico III – reproduzido).

Gráfico III - reprodução

Formação escolar do leitor do *Valor* – Marplan/2001



Ainda a mesma pesquisa informa que, na avaliação dos leitores, o *Valor* tem influência nas tomadas de decisões pelos executivos brasileiros:

- 83% dos leitores afirmam que o *Valor* ajuda nas decisões de seus negócios;
- 72%, *Valor* é muito influente;
- 78%, *Valor* é independente;
- 95%, *Valor* é confiável;
- 98%, *Valor* é muito competente e bem informado.

Park (2002, p.120) registra também que os hábitos de lazer e de consumo do público do *Valor* são bastante requintados, o que caracteriza o cotidiano de uma elite econômica:

- 41% viajaram para o exterior nos últimos 12 meses;
- 56% pretendem trocar de carro nos próximos 12 meses;
- 70% têm hábito de poupar no mercado financeiro;
- 95% têm computador;
- 94% acessam a Internet;
- 68% possuem vestuário e acessórios sofisticados;
- 55% têm interesse por vinhos e bebidas destiladas;
- 52% têm interesse por cosméticos e perfumes;
- 51% têm interesse por decoração e arte;
- 41% possuem DVD;

A pesquisa não indica quais os hábitos culturais desse público, pois apenas é possível inferir que são leitores interessados em uma espécie de cultura mercadológica (de consumo), aparentemente mais afeita a valorizar viagens, carros, inovações tecnológicas, acessório e vestuário elitizados, decoração, cosméticos, vinhos etc. Entretanto, não aponta quais os valores intelectuais priorizados, quanto ao tipo de literatura, artes plásticas, filmes, teatro etc. que compõem o universo de interesses deste público.

Portanto, os valores culturais que definem o conteúdo do *EU&* não ficam claros por meio desta pesquisa. A produção e o consumo de bens simbólicos do *Valor* dependem, assim, do universo social dos seus agentes na construção das trocas simbólicas objetivas, cujo senso prático do mundo deriva do processo de sociabilidade desenvolvido de forma lenta e profunda a partir da experiência na vida em sociedade nos respectivos campos desses agentes. Assim, os sentidos dessa produção e das trocas simbólicas nas atividades sociais estão associados à crença em valores, como honra e distinção.

CAPÍTULO IV

EU&FIM DE SEMANA

CAPÍTULO IV

EU&FIM DE SEMANA

“O que está em jogo é precisamente a
‘personalidade’, ou seja, a
‘qualidade’ da pessoa, que se afirma na
capacidade de apropriar-se de um
objeto de qualidade.”
Pierre Bourdieu

1. História do *EU&Fim de Semana*

Considerando que a proposta deste trabalho é analisar o caderno cultural de um jornal especializado em economia, torna-se desafiadora a compreensão do papel do jornalismo cultural praticado nesse suplemento num mundo em franco processo de globalização, à luz da teoria dos campos formulada por Pierre Bourdieu. Não é demais lembrar que esta pesquisa atribui ao Jornalismo Cultural importante papel público na difusão de bens simbólicos artísticos e culturais e, portanto, é a prática de uma atividade que pode se revelar como arena pública de debates a partir da produção de jornalistas e de intelectuais relativa à realidade contemporânea.

O caderno *EU&Fim de Semana* fez parte do jornal *Valor Econômico* desde a sua concepção, no formato de revista (tabloide), em cores e grampeado e sempre circulou com a edição da sexta-feira. Não tem só informação oriunda de fatos artísticos, culturais e filosóficos, mas traz também reportagens sobre comportamento, saúde, economia, política, entre outros temas. O grupo que concebeu o *EU&Fim de Semana* foi composto por Celso Pinto, Carlos Haag e Carlos Eduardo Lins da Silva.

Antes de prosseguir, é importante esclarecer que no jornal *Valor* existiram dois produtos com nomes similares: o *EU&Fim de Semana*, que é o tabloide ora em análise por esta pesquisa, mas também existiu o *EU&*, que era o quarto caderno do jornal, em tamanho *standard* e de circulação diária, conforme explicado no capítulo anterior. Os outros três cadernos conteúdo mais voltado para os interesses da pessoa jurídica. O *EU&* (quarto caderno) tinha por finalidade atender mais às expectativas da pessoa física e, portanto, trazia as seções “Carreira”, “Investimentos Pessoais”, além de conteúdos relacionados a estilo de vida, comportamento, consumo e cultura. Este era o projeto original. O *EU&* (de circulação diária) era constituído por 12 páginas, quatro delas reservadas para cultura sob a

responsabilidade de três editores: Mara Luquet, editora de investimentos pessoais e carreira; Ângela Klinke, de comportamento e Carlos Haag, de cultura.

Depois da crise da mídia nacional de 2002/2003 que provocou a reformulação do jornal como um todo, o conteúdo diário de cultura do quarto caderno migrou para o tabloide *EU&Fim de Semana*, com redução das 34 páginas para 20. Entretanto, para efeito das citações referentes ao tabloide *EU&Fim de Semana*, este trabalho adotou a forma simplificada de *EU&*, expressão utilizada internamente pela equipe do *Valor* para se referir ao suplemento cultural.

Sobre a produção do caderno *EU&*, Borges¹⁶ disse que começa com uma reunião semanal de pauta “macro” da qual também participa a equipe do *Valor*. Depois é realizada outra reunião na esfera micro (equipe do *EU&*), às quintas-feiras. A pauta do *EU&*, segundo o atual editor, é prospectada na realidade contemporânea, procura privilegiar a pluralidade de assuntos e ter um viés diferente das abordagens rotineiras dos demais cadernos culturais dos jornais de interesse geral. Também surgem pautas de assuntos não atuais, mas que contemplem o interesse do público leitor.

O fechamento de cada edição ocorre às quartas-feiras e o caderno circula na sexta-feira, com data de sexta, sábado e domingo. Além da equipe local constituída por três pessoas (Cyro Andrade, Robinson Borges e a Luiza Mendes Furia, também participam da produção jornalistas do *Valor* de outras editorias e colaboradores pagos, que, na maioria das vezes, cumprem a pauta decidida e encaminhada pela equipe fixa.

O levantamento histórico e as características editoriais das edições do *EU&* que estão a seguir foram desenvolvidos a partir de entrevistas realizadas com os principais envolvidos na criação e na execução atual do suplemento. Os trechos selecionados foram editados, apenas para eliminação dos vícios de linguagem, repetições de expressão e de indicadores de fluxo de conversa, a fim de deixar os depoimentos mais claros, entretanto respeitando fielmente, o conteúdo e o contexto das informações obtidas.

2. Linha editorial do *EU&*

O ex-diretor adjunto do *Valor* Carlos Eduardo Lins da Silva era também responsável, entre outras áreas, pelo caderno *EU&Fim de Semana*. Quanto ao editor do suplemento propriamente dito (ver Tabela 2), no primeiro ano de lançamento foi Carlos Alberto Martins Haag, especialmente na parte de Cultura. A seção de Consumo, que existiu no suplemento, teve como editora a jornalista Angela Klinke até 2002, quando a seção passou para o corpo

¹⁶ Entrevista com Robinson Borges, um dos editores do caderno *EU&*, em 21.02.2008, na sede do *Valor*

principal do jornal. Na época, a jornalista Maria Lígia Sanches assumiu o cargo de subeditora com Haag e permaneceu no cargo até 16 de maio de 2003; aí passaram a responder pelo suplemento, os jornalistas Antonio Gonçalves Filho e Cyro Andrade, como editor e subeditor, respectivamente, até dezembro de 2003. Com a saída de Gonçalves Filho, a jornalista Maria Lígia Sanches retornou ao caderno como editora e permaneceu até junho de 2004. Desde então, respondem como editor e subeditor os jornalistas Robinson Borges Cyro Andrade.

Tabela 2 - Editores e subeditores do *EU&*

Editor	Subeditor	Período
1. Carlos Alberto Martins Haag	Ângela Klinke	2000 a 2002
2. Carlos Alberto Martins Haag	Maria Lígia Sanches	2002 a mai/2003
3. Antonio Gonçalves Filho	Cyro Andrade	mai/2003 a dez/2003
4. Maria Lígia Sanches	Cyro Andrade	dez/2003 a jun/2004
5. Robinson Borges	Cyro Andrade	jun/2004 a (hoje fev/2010)

Fonte: Célia Franco (*Valor*)

Pode-se perceber, pela tabela 2, que a rotatividade de editores e subeditores, no período de 2002 a junho de 2004 foi grande e coincide com o período da crise nacional da mídia e que encontra explicação de Lins da Silva¹⁷

Tem um lado ruim de não ter um dono só: é que cada um queria investir no seu próprio veículo. Os poucos recursos que eles tinham, investiram na *Folha* e no *O Globo* e o *Valor* ficou completamente à míngua e foi por pouco que o *Valor* não acabou. (...) A reformulação foi inevitável, uma mudança radical no jornal que afetou profundamente a parte cultural, porque, óbvio, a cultura era a cereja do bolo. É um jornal de economia e negócio. A cultura era o enfeite, era o “*plus*”, era a “gracinha” que a gente podia fazer. E isso foi a primeira coisa a ser cortada de uma forma brutal. A parte de cultura que tinha quatro páginas diariamente no jornal, acabou e ficou só o suplemento de fim de semana que foi reduzido à metade.

Segundo Haag (apud. Pereira, 2005, p.76), a atualização constante dos profissionais envolvidos na produção do caderno era um requisito básico e exemplifica com o episódio do ataque de 11 de setembro às Torres Gêmeas, nos Estados Unidos: “Não queríamos ficar repisando o caso, como fizeram as revistas semanais. O momento era de medo, então destacamos a questão do medo em uma das capas do *EU&*, fizemos outra abordando o Islamismo, quando Bin Laden era tratado como bandido”.

¹⁷ Depoimento durante o exame de Qualificação da autora da pesquisa, na Universidade Metodista de São Paulo, daí 12.08.2008.

Para Frias Filho¹⁸, a intenção era suprir uma demanda existente de empresários ou de executivos na sua condição de consumidores individuais de bens simbólicos: “Houve da parte do Celso a ideia de preencher um nicho de demanda que não estava sendo atendida”. Segundo Lins da Silva¹⁹, a proposta do *EU&* com características mais abrangentes surgiu porque o *Valor* era um jornal de negócios e, portanto, tratavam-se de pessoas que têm interesses em assuntos culturais específicos e diferenciados, além dos assuntos de negócios. Assim, a finalidade era fazer um suplemento que atendesse aos interesses e às necessidades de um público elitizado com níveis de exigência diferentes dos constantes nos jornais de interesse geral:

A gente tentava fazer um caderno semanal que pudesse ser levado para casa para ser lido no fim de semana por essas pessoas que fazem negócios, que fosse útil para elas pensarem em termos de ideias culturais, que contivesse não apenas ideias do dia a dia referentes aos negócios delas e que pudesse aumentar o consumo cultural destas pessoas, com indicações, críticas, resenhas de livros, DVDs, CDs.

A questão do individualismo é acentuada no caso do *EU&*: começa pelo nome do caderno e passa pela periodicidade: fim de semana, dias em que, o ambiente de leitura se desloca da empresa para a vida pessoal dos leitores, quando o jornal deixa de discorrer sobre sucesso profissional para tratar do sucesso pessoal e chega até os conteúdos direcionados para a vida cultural do indivíduo. A explicação para a escolha deste nome se encontra na justificativa de seu objetivo principal: atrair profissionais de empresas públicas e privadas, interessados em ascensão profissional e em fazer seus próprios investimentos, portanto, tem como público alvo a elite do mundo corporativo. É uma publicação especificamente direcionada para os interesses do leitor-indivíduo, sobre assuntos diversos, com objetivo similar ao da proposta da edição aos sábados do jornal *Financial Times*²⁰ que também traz “temas ligados aos interesses do leitor como pessoa física”, conforme registra Molina (2007, p.327).

Deste modo e como o leitor do *Valor* pertence a uma esfera de pessoas com boa bagagem de conhecimentos sobre cultura, que têm formação acadêmica, Borges²¹ acrescenta que é possível “dialogar também com o público que já ouviu falar quem é [Albert] Camus, quem é [Jean Paul] Sartre, Simone de Bovoair, não é um mundo desconhecido. Sem ser hermético, é possível partir de um repertório melhor”. Ele diz desconhecer pesquisas sobre a

¹⁸ Entrevista com Otavio Frias Filho, na *Folha de S. Paulo*, dia 06/out/2009 (Anexo 3)

¹⁹ Entrevista em 1º/out/2009, com o jornalista Carlos Eduardo Lins da Silva, na sede do *Grupo Folha*(Anexo 1)

²⁰ A *London Financial Guide* surgiu em 09.01.1888 na Inglaterra e passou a se chamar *Financial Times* em 13.02.1888, a razão social é *Financial Times Limited*, a redação tem 475 jornalistas, é um jornal econômico de circulação internacional, conservador de tendência moderada, conhecido pelo equilíbrio e objetividade informativa. (ver Molina, 2007, p.342)

²¹ Entrevista em 30.04.2009, com Robinson Borges, atual editor do *Eu&*, na sede do *Valor* (Anexo 5)

recepção do caderno, mas que tem recebido manifestações positivas de intelectuais, acadêmicos e produtores de bens culturais que costumam ler o suplemento.

Eu tenho um retorno muito grande, de gente que gosta de ler o caderno. Tenho a impressão de que o *EU&* tem esse papel de dialogar com o leitor do *Valor* e a impressão de que ele adiciona alguns leitores que não leriam o *Valor*, que não são do universo econômico ou [que] a economia não é a matéria prima deles, mas que acabam lendo. Não sei dizer a representatividade disso. Mas eu tenho a impressão que ele acaba adicionando alguns leitores.

Segundo o jornalista, a finalidade é atingir o próprio indivíduo no momento de lazer e de descanso daí o nome do caderno ser *EU&Fim de Semana*: “Toda parte não política, macroeconômica, financeira, a gente fazia tendo em vista o indivíduo. Tudo é *EU*: *EU&Meu Negócio*, *EU&Meus Investimentos*, *EU&Minha Carreira*. Então, essa marca *EU&* veio disso. *EU&Fim de Semana* foi pensando no fim de semana do *EU leitor*”. Para Lins da Silva, a proposta não está relacionada ao egoísmo, mas ao individualismo e talvez um pouco de personalismo. “Nessa época (...), sempre houve uma coisa muito voltada para o indivíduo, para a pessoa e a gente procurava explorar isso”.

Outro jornal de economia, que adotou uma sexta edição semanal com conteúdo semelhante, foi o *The Wall Street Journal*²², conforme Molina (2007, p.184): “No dia 17 de setembro de 2005, o *Journal* coroava uma das mais ousadas iniciativas dos seus 116 anos de existência: o lançamento da *Weekend Edition*, uma edição para circular aos sábados”, incluindo reportagens sobre finanças pessoais, saúde, compras, roupas, viagens, livros, lazer e esportes, para “aumentar a receita, atraindo um maior número de anunciantes de produtos de consumo”.

Segundo informações do mesmo autor (2007, p.186), a medida deu resultado: “Mais de 360 anunciantes compareceram à sexta edição da *Weekend Edition*, entre setembro e dezembro de 2005. Deles, 55% nunca tinham anunciado antes no jornal. Houve, sim, uma migração de publicidade dos outros dias da semana para os sábados”. Entretanto, o autor (2007, p.197) destaca que, em julho 2006, ao divulgar informações referentes ao primeiro semestre, a empresa foi “mais prudente em sua avaliação” quando informou que os objetivos financeiros teriam sido alcançados, “se aos resultados da *Weekend Edition*, fosse acrescentada a publicidade adicional obtida nas edições de segunda a sexta-feira atraída pelo novo projeto”.

Apesar de não ser veiculado aos sábados e sim às sextas-feiras, o *EU&*, desde o início, da mesma forma que a edição do sábado do *Financial Times* e o *The Wall Street Journal*,

²² *The Wall Street Journal* - criado em 08.07.1889, nos EUA, como jornal vespertino, razão social é *Dow Jones & Company*, redação com 700 jornalistas, as páginas de Opinião são ultraconservadoras e as informativas procuram ser equilibradas e preocupadas com a precisão. (ver Molina, 2007, p.193)

também insere uma pluralidade de temas e apresenta pouquíssimas propagandas. Contudo, as explicações para a ocorrência da baixa incidência de anúncios no caderno diferem das apontadas pelo *Financial Times*. No caso do jornal britânico, segundo Molina (2007, p.327), a edição do sábado, apesar de vender 50 mil exemplares a mais que a média do resto da semana, “atraía poucos anúncios, uma vez que as agências de publicidade comparavam sua circulação com a dos jornais de massa, e era, portanto, deficitária”. Segundo o autor, o quadro se modificou com o relançamento do jornal aos sábados:

[*The Financial Times*] Foi dividido em duas seções, uma com as informações de economia, política e negócios, outra com temas de lazer e estilo de vida, que atraiu uma elevada leitura feminina. (...) Desenvolveu um tipo de publicação para o fim de semana que foi imitado pelos outros jornais. Hoje, a edição dos sábados dos diários ingleses é a mais lida e a que tem mais publicidade. (MOLINA, 2007, p.328)

Conforme Borges²³ o *EU&* foi criado para, durante a semana, atender aos interesses de “assinantes pessoas jurídicas corporativas, a burguesia de mercado (elite)”. No caso do suplemento brasileiro *EU&*, também não há propaganda na maioria das edições dos três anos analisados, exceto na contracapa com divulgação de autorreferencialidade, em página toda. Dados do Instituto Verificador de Circulação (IVC), em 2008, indicam que a média mensal da tiragem às sextas-feiras foi maior durante 8 meses, conforme tabela 3, coincidentemente dia da semana em que circula o *EU&*. Entretanto, não é possível atribuir essa elevação da tiragem ao suplemento cultural encartado, pois não há pesquisa neste sentido.

Tabela 3 – Tiragem do Valor

Média mensal de tiragem no ano de 2008 - (impresso)

Total geral da tiragem	dom	seg	ter	quar	quin	sex	sáb	Seg. à dom	Seg. a Sáb
Janeiro	-	55.176	55.034	58.244	55.250	56.000		55.941	55.941
Fevereiro	-	56.461	56.183	56.127	56.286	57.122	-	56.436	56.436
Março	-	57.108	57.337	58.012	57.724	57.936	-	57.623	57.623
Abril	-	57.585	57.695	57.910	58.005	61.026	-	58.444	58.444
Maiο	-	56.896	58.430	57.167	58.041	58.584	-	57.824	57.824
Junho	-	58.063	58.062	57.980	58.294	59.715	-	58.423	58.423
Julho	-	57.679	57.813	57.956	58.255	58.082	-	57.957	57.957
Agosto	-	62.098	59.167	58.252	59.495	59.329	-	59.668	59.668
Setembro	-	60.180	58.582	58.302	58.928	59.036	-	59.006	59.006
Outubro	-	58.081	58.241	59.591	58.213	58.989	-	58.623	58.623
Novembro	-	58.476	58.257	59.198	58.188	59.727	-	58.889	58.889
Dezembro	-	57.550	57.829	58.117	58.277	58.321	-	58.019	58.019

Fonte: IVC

²³ Entrevista com Robinson Borges, editor do caderno *EU&Fim de Semana*, realizada em 21.02.2008, na sede do *Valor Econômico*.

Para Célia Franco²⁴, a ausência de propaganda no suplemento tem tripla explicação: uma, é que a propaganda nos cadernos de cultura, em geral, restringe-se aos anúncios de divulgação dos próprios produtos culturais: “Os cadernos de cultura só têm anúncio de lançamento de livro, de filme ou de peça. Quase não têm propaganda [outros produtos], é raro ter. Depois, nunca tivemos uma equipe de venda de anúncios específica para o *EU&*. Precisaria, também, de um esforço de *marketing*”. Na opinião de Lins da Silva, quando era editor, o *EU&* não tinha publicidade por diversos motivos:

Primeiro porque a equipe de publicidade era pequena e se concentrava na venda do produto maior que era o jornal. Segundo, porque essa área de publicidade em produtos culturais é uma área difícil, porque em um país com as características do Brasil se concentra pouco interesse, [isto é,] há poucos consumidores. Terceiro, porque era um produto novo e concorria com outros muito mais estabelecidos, como o *Ilustrada*, o *Caderno 2*; era difícil superar a concorrência. Então há diversos motivos, mas nunca foi intenção do suplemento não ter publicidade.

Um dos jornalistas do *Valor*, Totti²⁵, de certa forma, concorda com Lins da Silva, não por causa do não atendimento dos objetivos comerciais pelo *EU&*, mas por atribuir certa falta de interesse das agências de publicidade em anunciar cultura em revistas e nos cadernos culturais de jornais, devido à porcentagem de lucro nos anúncios em emissoras de televisão ser bem maior: “Parte dos anunciantes e das agências conhecem pouco o jornal e lucram muito mais anunciando na televisão: 20% de muita grana é bem mais do que 20% de pouca grana”. O jornalista diz que outro motivo é que boa parcela dos publicitários ao vender a mídia jornal, não tem conhecimento profundo do tema: “Vender anúncio em um jornal de economia é um pouco diferente do que vender anúncio para uma revista [de assuntos gerais]. Não se aprende isso exatamente numa escola de publicidade, essa característica específica de vender anúncio em um jornal de economia”. Totti destaca, ainda, que a quase ausência de anúncios não é peculiaridade só do *EU&*, pois os próprios cadernos de economia dos jornais diários também têm pouco anúncio: “Parece até que esses leitores não consomem roupa, não consomem uísque, quando eles são exatamente os leitores mais requintados, [que] têm mais poder aquisitivo. Mas nem os publicitários que trabalham no jornal conseguem convencer as agências de propaganda a entender isso”.

²⁴ Entrevista em 30/abr/2009, com a jornalista Célia Gouveia Franco, secretária de Redação do *Valor*, a quem o caderno *EU&* está subordinado (Anexo 2).

²⁵ Entrevista em 30.04.2009, com o jornalista Paulo Totti, na sede do *Valor* (Anexo 4).

3. Conteúdo refinado e plural

O caderno *EU&* privilegia reportagens produzidas pela própria equipe do *Valor* e por colaboradores, além de artigos e análises de pessoas convidadas, o que significa uma certa abertura para a pluralidade de ideias e novos prismas para se olhar os fatos. Para Borges, a busca da clareza textual não pode incidir em autoritarismo:

Pluralidade é isso também [abrir espaço para outras ideias] em algum momento. Mas o filtro nosso são parâmetros mais próximos do jornalismo. Muitas vezes artigos são editados, por exemplo, em uma matéria sobre a parceria do Ministério da Cultura com o Ministério de Turismo para promover os museus brasileiros, sobretudo olhando a Copa do Mundo. É uma matéria de política cultural, ouvimos muitas fontes e convidamos a Cristina Freire, é professora da Escola de Comunicações e Artes da USP e curadora do MAC para escrever um artigo sobre isso. (...) É um outro formato, uma outra voz, uma outra diversidade ali, é um outro olhar. Funciona.

Quanto ao conteúdo, o *EU&*, desde o início se espelhou no jornal *FT* no que diz respeito ao prestígio e exatidão da informação, tendo como referência a credibilidade conquistada pelo jornal britânico, que, conforme Molina (2007, p.315), em 2005 foi indicado pela pesquisa realizada a cada três anos pela *Internationale Medienholfe* (IMH) de Zurique, como o melhor jornal do mundo, desbancando o *The New York Times* que detinha o posto de “diário mais influente da imprensa internacional”. Entretanto, ao longo do tempo, o *EU&* também buscou influências no estilo do *The Wall Street Journal*.

Do *Financial Times* importamos a precisão, de ser um jornal que dá muito furo, um jornal respeitado, com credibilidade, raramente erra. E o *The Wall Street Journal* é a cobertura sobre empresas. Os repórteres são capazes de olhar o balanço de uma empresa e tirar informações importantes e relevantes que estão escondidas no meio dos números. E, também, a gente tenta fazer reportagens, muito bem feitas, que vão a fundo em certos temas num texto superelegante e bem cuidado. (CÉLIA FRANCO)

Apesar da similaridade com o *Financial Times*, o *EU&* apresenta como principais diferenças o fato de não utilizar a redação das matérias em primeira pessoa, por priorizar as reportagens, por destinar pouco espaço aos artigos e por não privilegiar a opinião do autor. Inclusive adota, nos textos opinativos, como no caso de resenhas, forte argumentação. É um caderno cultural diferenciado que procura promover a reflexão sobre certos fenômenos a partir dos fatos. A abordagem do lançamento de um livro, por exemplo, procura um viés que foge apenas da informação do evento e opta por um foco com linha própria.

Frias Filho diz que não consegue ver “exatamente um diferencial [entre o *EU&* em relação aos outros cadernos culturais semanais], exceto o de que tem que ter uma pauta mais voltada para intersecção de cultura e hábitos empresariais”. Para Lins da Silva, o *EU&* é muito diferente dos demais suplementos semanais porque oferece a possibilidade de reflexão, não da perspectiva filosófica ou intelectual, mas sim mais pragmática sobre “coisas que tenham a ver com a vida dele [leitor], embora não especificamente com os negócios; tem uma pitada de intelectualidade, mas não aprofundada e tem a ver com o consumo cultural dele. Mas nada a ver com imagem ou aparência”. O ex-diretor adjunto do *Valor* faz uma rápida comparação entre as características de outros suplementos e o *EU&* na época de sua criação:

Tem o *Mais!* que é muito intelectualizado; e o *EU&* não queria ser isso. Tem o *Aliás*, que é uma espécie de revista da semana; e ele não queria ser isso. Era e é ainda um suplemento muito diferenciado porque tem como objetivo fornecer algum material de reflexão para a pessoa ler no fim de semana e, de alguma forma, tinha que ser vinculado ao universo da economia. Agora, não precisa, necessariamente, ser teoria econômica, mas se refere ao universo da economia e dos negócios e, ao mesmo tempo, tinha ali uma indicação cultural que não é altamente sofisticada, porque o empresário, o executivo não é necessariamente sofisticado intelectualmente. Ele não é um sujeito que lê alta filosofia, que gosta de música experimental. Então, ele não é como o *Mais!* [que] é mais intelectual. O empresário e o executivo não são intelectuais, então o *EU&* não buscava fazer uma coisa para intelectual.

Quando questionado se o *EU&* consegue promover algum tipo de reflexão, Frias Filho responde que “em alguma dimensão sim; seria espantoso se não o fizesse” e exemplifica com a cobertura de cultura dos jornais de interesse geral, argumentando que, no caso destes jornais, durante a semana, envolve a dimensão da “indústria cultural enquanto serviço; e aos domingos, pelo menos em São Paulo, tem essa tradição dos jornais terem cadernos mais voltados para essa segunda dimensão, para essa dimensão mais analítica, mais reflexiva. Mas na prática essas duas coisas se misturam”. Contudo, Célia Franco pondera que é difícil aferir essa questão: “A gente sempre acha que uma matéria mais analítica vai fazer com que o leitor pense um pouco, reflita, veja algum valor. Não sei se tem esse poder, é só uma intuição”.

Na opinião de Borges, a principal diferença entre o *EU&* e os demais suplementos culturais semanais é o fato de privilegiar reportagens, sem descartar outros formatos de texto. Além disso, o atual editor aponta como diferenciais, o fato de o *EU&* ter um público com característica nacional e não local como o dos demais jornais de interesse geral e por não ser um caderno de serviço, pois não veicula roteiro. O editor faz uma rápida análise comparativa com os demais cadernos semanais de cultura quanto a esse aspecto:

Por causa do perfil do leitor, o *EU&* tem uma perspectiva mais econômica. O saber econômico tem um peso muito maior do que em outros jornais, porque está em sintonia com o projeto do próprio *Valor*. A gente trabalha com uma multiplicidade de gêneros jornalísticos, maior que os outros cadernos de cultura. No *Aliás do Estado*, basicamente, as matérias de capa são entrevistas. No *[EU&]* são mais reportagens e, eventualmente, ensaios (...). É um pouco mais plural na sua formatação. O *Mais!*, que eu também adoro, tem mais ensaios e um material fantástico de internacional, com muitas reproduções de textos internacionais. O que a gente também faz, mas com menor frequência. A gente dá pouca tradução, tem mais produção nossa. O *Prosa e Verso* de *O Globo*, que é sobre o lançamento de livros, é muito específico, é um caderno de literatura. E o nosso extrapola [trata de outras áreas da cultura]. O caderno de *Ideias do Jornal do Brasil* é mais de resenha, mais opinativo, que não é o formato do nosso. A gente [também] tem opinião e eventualmente ensaio, mas é mais de reportagem.

Quanto ao fato de não ter roteiros e guias de eventos artístico-culturais, Frias Filho esclarece que isto ocorre porque a expectativa é de que a grande maioria dos leitores do *Valor* também lê algum jornal de informação geral (*Folha*, *Estado*, *O Globo*), o que implicaria em repetição de informação e em mais despesas: “Além de um investimento considerável em termos de estrutura e gastos de papel seria, talvez, redundante”. Entretanto, é importante destacar que, pelo fato de o *Valor* ter surgido como resultado da associação entre dois grupos de mídia, cujos principais veículos impressos já divulgam roteiros e guias culturais, poderia ser tornar um concorrente, conforme esclarece Lins da Silva:

Ele não tinha roteiro, entre outros motivos, para não fazer concorrência com o [jornal] *O Globo* e com a *Folha*. Essa foi uma decisão tomada logo no início da criação do *Valor*: sendo um jornal de [donos de] dois jornais diários de interesse geral, não tinha nenhum sentido concorrer com esses jornais diários. Nós sempre tivemos a preocupação de que o *Valor* não fosse um jornal de interesse geral. E o roteiro é uma dessas características dos jornais de interesse geral que não cabia explorar.

O caderno *EU&*, além de priorizar as reportagens de cunho cultural, como já foi dito, também abre espaço para informações oriundas de fatos econômicos, políticos, internacionais, comportamento, moda e outros, porque o leitor, mesmo no seu lazer, busca ampliar seus conhecimentos nas áreas relacionadas ao contexto de sua atividade profissional.

Estes vários saberes, como economia, política, relações internacionais comportamento, entre outros ao serem incorporados resultam em um processo dinâmico para acompanhar as transformações sociais, as demandas do mercado, dos problemas sociais e, sobretudo, do público. Conforme Célia Franco, “a ideia era essa: tem um lado do leitor que não é atendido normalmente no jornal diário. Olhar para o leitor não só como um ente econômico, mas em todos os aspectos da vida dele, inclusive no aspecto cultural”. A secretária de Redação do

Valor diz que o *EU&* é um caderno em que se propõem matérias de cultura e se tenta aprofundar temas de economia, comportamento e de política, porque ele tem mais espaço, é semanal e, portanto, tem mais tempo:

Muitas vezes, o grande tema da semana ou do mês, como é a [capa do *EU&*] de hoje [30.04.2009], sobre o Judiciário, tem toda essa polêmica em relação ao papel do Judiciário. Então, dá para fazer uma coisa mais elaborada, dá para colocar gráficos, tabelas, ilustrações com mais cuidado, outros aspectos que no dia a dia não dá pra fazer. O caderno é uma mistura de matérias de cultura.... não é só cultural. A gente tenta fazer mais [matérias] analíticas sobre assuntos de comportamento, de economia e de política.

O suplemento também se apresenta de forma diferenciada em relação aos cadernos de cultura dos jornais diários em função da influência das novas tecnologias. A sofisticação e aprofundamento dos textos do *EU&* decorrem das transformações emergentes da modernidade, especialmente na era contemporânea em que a avalanche informacional ganhou dimensões planetárias e tem modificado o ritmo da divulgação de informações jornalísticas nas redações do mundo todo. A competição pelo furo foi potencializada de forma inimaginável com o advento da Internet e, portanto, alguns veículos estão optando por matérias de cunho interpretativo e analítico, como estratégias para manter os lucros e os leitores: o leitor tem acesso rápido ao fato, mas a contextualização daquele fato e as respectivas implicações precisam ser feitas de modo a atender às expectativas dele, caso contrário ele migra para outro diário. No *EU&* esta preocupação também está presente e isto explica, de certa forma, o refinamento narrativo e a opção pelos textos interpretativos:

O que a gente quer com o jornal? A gente quer dar furos, sim. Depois, numa época em que cada vez mais a informação está disponível dois minutos após ser divulgada, como por exemplo, o ministro da Saúde anunciando: “vamos fechar os aeroportos por causa da gripe suína”. [A informação] está imediatamente disponível na Internet, à disposição pelo rádio, pelo celular, pelo *Twitter*, etc. O que a gente precisa é trabalhar essa informação. Não adianta colocar no dia seguinte no jornal: “Brasil fecha aeroportos por causa da gripe suína”, porque isso 99% dos nossos leitores já sabem. O que a gente precisa fazer é: qual a consequência que isso vai ter? Que repercussão vai ter? Aplicações, quem ganha, quem perde, quanto tempo pode durar, enfim, fazer uma análise; uma coisa muito mais rica. (CÉLIA FRANCO)

Para Borges, estas mudanças em função da revolução tecnológica não afetam apenas o jornalismo cultural, mas se estendem à prática jornalística em geral e não são de todo ruins, pois o leitor não fica na dependência só de alguns poucos veículos de comunicação para se informar. Por isso, para ele, o jornalismo cultural deve “ser mais analítico, ter matérias

exclusivas, ouvir outros lados. E eu estou me referindo ao jornalismo cultural impresso, porque existem outras mídias também. O objetivo principal para nós [EU&] é que este seja um caderno de reflexão, de análise de aprofundamento”.

Uma das características marcantes das matérias do *EU&* é o fato de ter como “gancho” jornalístico o lançamento de livros, mas que no decorrer do texto a abordagem busca muito mais um viés criativo, tanto sobre fatos da vida profissional quanto pessoal do autor ou do artista, do que sobre o próprio livro. Borges explica que a equipe “procura pensar macro” e esclarece que o livro é o gancho, mas não encerra a discussão em si: “Obviamente que existem livros fantásticos, mas eles podem ser um dado para pensarmos outras coisas, para falarmos dos autores ou de determinados fenômenos. (...) Isso é uma questão bastante importante para gente: o jornal tem que ter alguma coisa que seja mais charmosa”.

Lins da Silva justifica a existência de um caderno de cultura em um jornal de economia pelo fato de a equipe, que concebeu a publicação, acreditar que era importante mesmo com o *Valor* circulando apenas de segunda a sexta-feira, que pudesse de alguma forma envolver a pessoa, e não apenas interessar ao homem ou à mulher de negócio. E também, porque, além disso, o modelo era o *FT* que tinha um caderno no fim de semana desse tipo. O jornalista entende que o *EU&* é um produto que lida com a construção da imagem do *Valor* e é “um dos traços distintivos da publicação; era uma das coisas que a gente fazia tentando construir essa imagem do *Valor* no mundo dos negócios, mas também voltado para a pessoa que fazia negócio”. Na opinião de Borges, a justificativa procede, pois diz que o suplemento é mantido pelo *Valor* porque o Jornalismo Cultural dá prestígio a uma publicação. Quanto à questão ideológica, o atual editor diz que procura manter o equilíbrio estrutural em cada edição:

Tivemos, por exemplo, uma capa com Krugman, que é um progressista nos EUA, mas que poderia ser considerado mais de esquerda, a favor da intervenção na economia, numa visão keynesiana. (...) Existe, talvez, o desejo de quem é engajado de querer ver no jornal esse engajamento representado. Então, quem é de esquerda, gostaria que o jornal fosse mais de esquerda, ou quem é mais conservador gostaria que o jornal fosse mais conservador. Mas, talvez, seja mais um desejo do engajamento [do leitor] do que uma deliberação de quem produz. (...) Não gosto, não compartilho de engajamento, acho perigoso e maléfico, esse jornalismo apaixonado, não pelo jornalismo, mas pela carga ideológica que possa vir a existir. Penso que tem que ser apertado e imparcial. É difícil quando se está engajado fazer esse tipo de jornalismo.

Para Célia Franco, o *EU&* como fator cultural, apesar de ser voltado para um público capitalista, também noticia fatos não relacionados aos interesses do empresário, portanto, segundo a jornalista, o suplemento cumpre uma função social de forma rotineira e tem adotado

a prática frequente de enviar repórteres para as regiões brasileiras onde existam conflitos de terra, indígenas, questões ambientais: “Recentemente teve o caso de Roraima, como é que seria a saída dos plantadores de arroz da reserva Terra do Sol. É um assunto de grande interesse, que a gente tem que dar bem, ir lá, olhar [e noticiar]”. Borges ratifica esta opinião:

É um jornal voltado para os interesses capitalistas, mas que apresenta algumas matérias sobre desigualdade social, aponta algumas fragilidades. Na verdade, temos um pouco o horizonte do nosso público, mas os problemas existem e não temos a função de esconder os fatos. A gente quer informar: (...) se o fato existe e requer análise nós vamos fazer isso. Eu, particularmente, defendo um jornal plural e apartidário. Podemos falar sobre como funciona um hotel cinco estrelas assim como podemos falar dos problemas sociais e que afetam sobremaneira a sociedade.

4. Critérios de noticiabilidade e valores culturais

Uma característica interessante do suplemento é a de que o jornalista de qualquer editoria pode propor uma pauta para os editores, portanto, não tem fronteiras entre as demais editorias e o *EU&*. Conforme Totti, o trabalho é conjunto: “E tem uma coisa, no *Valor* dificilmente o jornalismo tem um autor único. Tudo é feito em equipe. Claro que tem um momento em que é só você e seu computador quando você vai escrever”. Célia Franco confirma esta informação e diz que quanto aos critérios de noticiabilidade do suplemento, a equipe não tem clareza de quais são adotados, pois a decisão está incorporada de forma automática na rotina da redação e nunca é claramente manifesta, apesar de sempre procurar pensar nos assuntos que atendam ao interesse do público:

Incentivamos muito os jornalistas do *Valor* a escrever para o *EU&*, como é o caso de um jornalista da área da tecnologia da informação que, na semana passada, propôs uma matéria sobre a geração de pré-adolescente que só se comunica por internet e celular.(...) A gente achou que tem interesse do empresário, do negócio, mas também tem outro interesse porque eles são pais, avós, tios, eles convivem com essa geração.

Para tentar identificar os valores culturais presentes nas matérias do *EU&*, torna-se imprescindível compreender qual é a ideia de cultura que a equipe adota. Lins da Silva entende cultura no jornalismo como a indústria cultural. “Claro que não é só isso o que é cultura. Há um mundo de alternativas para se definir o que é cultura, como indústria cultural, cultura humana, até a cultura produto cultural. Mas para o jornalismo, a cultura é basicamente a indústria cultural, ou seja, os livros e os discos etc.”. O ex-diretor adjunto do *Valor* inclui nesse processo a prática que o suplemento tem de inserir assuntos relacionados à cultura do

empresário e explica que o termo para o caderno envolve o que não é negócio para o consumidor do *Valor*: “cinema, não de arte; música, não necessariamente finíssima; restaurante, livros de literatura e sobre economia, entre outros: é uma coisa que transcende ao mundo do negócio, está no mundo das ideias, mas não [ideias] altamente sofisticadas”. O jornalista explica, ainda, que constitui cultura para o caderno aquilo que “foge do dia a dia do negócio, que permite reflexão e está ligado ao universo da economia, mas não apenas economia” e acrescenta que, no período em que lá atuou “eram essas ideias sobre a vida em sociedade para permitir a reflexão do executivo ou do empresário durante o fim de semana em casa” que predominavam no momento de selecionar os assuntos para o caderno. Segundo ele, esta é a essência do jornalismo cultural: “promover o debate de ideias, sobre os produtos da indústria cultural e da cultura”.

Totti entende que “cultura não é educação [apenas], mas é uma educação requintada em favor do que é bom. O tipo daquelas emoções mais saudáveis para o leitor” e diz que um *Shakespeare* bem interpretado talvez não venha a agradar, portanto, acredita que cultura abrangeria tudo de maneira que pudesse possibilitar ao leitor um crescimento pessoal “independente de ser teatro, trânsito ou de ser outra coisa, como um gol feito pelo o Ronaldo Fenômeno, nesse domingo [26/04/2009] (...)”.

Sobre a função do jornalismo cultural na sociedade atual, Frias Filho afirma que ele tem basicamente dois papéis: “o de orientação em termos de serviço [para] apresentar os principais produtos simbólicos que estejam no mercado para orientar o consumo desses produtos. Por outro lado, existe também o papel de debate cultural, de discussão de crítica”.

Para Célia Franco, o jornalismo cultural deve ser instigante e provocativo: “Deve despertar a curiosidade no leitor para buscar novas manifestações no cinema, no teatro, na música nas artes plásticas, na dança. É isso que deveria ser: provocar curiosidade, o desejo de ir buscar. Tem um lado de serviços, também, que é informar os lançamentos de peças e de livros”. Totti diz que o papel do jornalismo cultural é o mesmo do jornalismo, independente da área: “é democratizar a informação; isso desde o jornalismo esportivo, ao econômico: eu sei de um fato e quero compartilhar esse fato, independente da área” e acrescenta:

é claro que o jornalista que faz esporte, ao dar aquela informação sobre o esporte ele contribui para o setor esportivo cresça e haja interesse do leitor. O cultural também, você contribui para melhorar a leitura, para chamar a atenção para uma peça de teatro muito boa, uma música nova para melhorar a cultura.

Na opinião de Borges, o jornalismo cultural tem uma particularidade que é diferente do jornalismo econômico, diferente do esportivo, do político e do de moda: ao mesmo tempo em

que cobre o fenômeno cultural, que cobre o filme, o livro, a exposição, a música, ele também é um produto cultural em si: “o caderno de esportes é um fenômeno cultural, mas não é um fenômeno esportivo. O jornalismo econômico é um fenômeno cultural, mas não é um fenômeno econômico. O jornalismo cultural cobre cultura e é ao mesmo tempo um fenômeno cultural”. Para o jornalista, existe certa nostalgia em relação ao jornalismo cultural produzido nos anos 80, no caderno *Ilustrada*, no *Caderno Ideias*, no *Caderno B*, no *Suplemento Literário*:

Não era apenas jornalismo (...), pelos seus articulistas, pelos seus repórteres, pela qualidade do texto, era também mais um produto cultural. O texto sobre o disco do Caetano, naquela época, ou uma resenha do Antonio Candido sobre determinado livro, era um fenômeno cultural. Hoje, a minha impressão é que o Jornalismo Cultural quer ser mais notícia e serviços. Ele está de alguma maneira esvaziando esse potencial de ser ele também um fenômeno cultural. (...). Houve um período, em que havia uma falta de temperatura no Jornalismo Cultural, de ter notícias, de você olhar. Era uma outra demanda. Hoje, existem questões industriais, fatores de produção e essa profissionalização se fez sentir também no Jornalismo Cultural. Eu me ressinto um pouco desse prazer do texto do Jornalismo Cultural, de uma maneira geral. E o texto para o produto cultural é muito importante: é um texto bem elaborado, bem escrito, com estilo. A gente tenta fazer isso no *EU&*. Cada edição que eu vejo impressa, meu nível de frustração varia: às vezes é mais alto ou mais baixo. Eu nunca estou satisfeito.

Quanto aos valores culturais, o tabloide prioriza a diversidade e opta por analisar, na maioria das vezes, produtos culturais de boa qualidade, conforme esclarece Célia Franco: “Em geral não damos espaço para um livro se considerarmos que não tenha um mínimo de qualidade. Outro dia fizemos uma matéria no *ValorInveste* e que poderia ter saído no *EU&*, sobre os livros de investimentos pessoais, que só falam obviedades”. Frias Filho diz identificar como valores culturais nas matérias do *EU&* “a preocupação de abordar temas e livros que tenham alguma percepção com o público empresarial, para pessoas que têm pouco tempo e leituras que não sejam utilitárias”. Contudo, o jornalista e sócio do jornal se declara admirado com alguns temas que fogem do universo de interesse do leitor do *Valor* e que aparecem no suplemento: “Às vezes até me surpreende como o caderno se concede certa liberdade, abordando tópicos que, até onde eu posso ver, nem sempre vão ser capazes de despertar o entusiasmo da parte do leitor-empresário”.

Sobre o fato de a cultura, em algumas matérias, estar associada a negócio, Borges discorda e argumenta que o jornalismo praticado pelo suplemento é cultural, que não é possível separar cultura de jornalismo nesta atividade específica e que, por ser um suplemento deve manter a organicidade em relação ao produto principal que é o *Valor*:

Não acho que exista essa cisão: cultura é uma coisa e jornalismo é outra. Acho que [o *EU&*] faz jornalismo cultural e que o jornalismo cultural é um produto cultural diferente de outros. Às vezes, em alguns momentos, a busca pelo *hardnews* vira só *hardnews*. (...) Não queremos ser o corpo estranho no jornal em que estamos. Adicionamos outros temas, mas ao mesmo tempo temos que estar conversando com o *Valor*. (...) somos um suplemento do *Valor Econômico*. Muitas vezes a gente pensa a cultura como negócio, seu impacto na economia, a questão econômica em si, ou a questão política. Enfim, a gente tem reflexão, mas vai seguir o projeto do *Valor*.

A decisão do que é notícia para o *EU&* perpassa de forma não muito clara pelos critérios da exclusividade, do inusitado e do inovador, além de personagens que, embora sejam desconhecidas do público, apresentem uma história, elementos ou contextos interessantes do problema cultural ou que possam legitimar a análise da realidade. Borges exemplifica com um caso recente (abril/2009):

Uma entrevista relevante com Krugman, um dia depois que o Obama tomou posse na Casa Branca: ele passou oito anos criticando o Bush e tinha defendido muito a intervenção do Estado. Tínhamos ali: entrevista com o Prêmio Nobel de 2008, que é um economista respeitado, que estava inserido na atualidade, era americano (sempre procuramos instâncias legitimadoras). Além de tudo, tinha o livro, mas ele era [também] um personagem de prestígio. (...) A gente procura sempre dialogar com o que está acontecendo, mas não pretende ser o resumo da semana ou alguma coisa nesse sentido.

Outra característica do *EU&* é ter matérias com abordagem claramente influenciada pelo cosmopolitismo e que na visão dos produtores encontra justificativa no perfil do público a que se destina a publicação, conforme explica Lins da Silva: “O leitor do *Valor* é um leitor que viaja, que mora na cidade, que pensa no exterior. O leitor é cosmopolita, por isso ele [*EU&*] é cosmopolita”. Borges concorda com esta explicação e associa esta peculiaridade ao fenômeno da globalização que tem influenciado sobremaneira a vida na modernidade:

Existe uma percepção de que o leitor do *Valor* é um leitor qualificado, não só em termos de formação, mas de renda, que, até por uma exigência de trabalho, viaja muito e que é um consumidor de cultura. É um leitor que lê em inglês, normalmente fala outra língua ou tem interesse em ler em outra língua, enfim atua no mundo globalizado, esse é um dado real. [Mas], o Brasil é sempre importante, a gente sempre traz as questões nacionais no caderno, mas estamos cada vez mais inseridos numa economia globalizada.

Célia Franco, ao explicar em quais pontos o *EU&* se aproxima do *The Wall Street Journal*, cita uma reportagem feita pelo jornal norte-americano, sobre a crise econômica

mundial deflagrada em 2008, que evidencia de forma clara como as abordagens das matérias do *EU&* procuram abranger fenômenos que tenham repercussão global e cosmopolita:

Houve uma matéria [do *The Wall Street Journal*] mostrando como a crise econômica dos EUA estava afetando a vida das pessoas comuns. Eles acharam um orador comum nos EUA que não conseguiu pagar a hipoteca da casa dele e [relacionaram] como isso foi afetar um agricultor no Vietnã. Então, a ponte que leva de um país ao [outro] extremo [geográfico], numa região totalmente diferente. E eles foram reconstituindo passo a passo, numa matéria deliciosa, muito bem escrita. Com a preocupação de fazer um texto caprichado elegante que é o que a gente também procura ter.

Como se pode perceber, a abordagem dos temas no caderno *EU&* tem se modificado constantemente para incorporar elementos representativos das transformações ocorridas na vida em sociedade decorrentes da globalização e da adoção de novas tecnologias, da digitalização da informação, enfim das mudanças que o processo de sociabilidade acarreta. Procura ter um texto analítico, de caráter interpretativo, sofisticado, elegante e que dê prazer na leitura para um público que tem boa formação escolar e constitui a elite econômica e social contemporânea. Ou seja, o conteúdo tem a ver com o perfil do leitor. Segundo o *Valor*, as pesquisas sobre o perfil do leitor não estão disponíveis, mas um arquivo em *power-point*, cedido em outubro de 2009, ao que tudo indica utilizado pela área de marketing do *Valor*, traz alguns dados de uma pesquisa feita pela “Marplan Abril 2008 a Março 2009”.

No objetivo do documento consta que se trata de “apresentar a alta adequação dos leitores e do ambiente editorial do tablóide *Eu& Fim de Semana* à sua empresa, gerando oportunidades efetivas de novos negócios e agregando valor à sua marca”, portanto, depreende-se que, a despeito do interesse comercial, o suplemento tem o reconhecimento do próprio *Valor* e é apresentado como um produto que agrega prestígio aos anunciantes.

Entre as informações consta que “os leitores do *Valor* buscam no jornal informações que vão muito além do universo de economia e finanças. Procuram também referências de arte, cultura e lazer com um olhar diferenciado” e que “no *Valor Econômico*, atualidades, idéias e cultura têm espaço e tratamento privilegiados” no tabloide semanal.

É descrito como um suplemento que “aborda tendências e fenômenos atuais de forma diferenciada, com um olhar bem humorado, sofisticado e sobretudo prazeroso”, cujo conteúdo “fala de artes, economia, política, ciências e relações internacionais de forma crítica e abrangente. Coloca em debate novas teorias; publica ensaios exclusivos e entrevistas com pessoas que ditam e identificam tendências”. Indica que tem “proposta editorial única dentre os suplementos de fim de semana. Baseado no *new journalism*, aborda temas e assuntos atuais

com uma linguagem diferenciada. O melhor exemplo internacional é o *New Yorker*” e que apresenta “sofisticação da linguagem, mas sem se tornar “intelectual” demais. Acessível sem perder a sofisticação”. Traz “reportagens e entrevistas exclusivas sobre temas e personalidades atuais: política, comportamento, cinema, arte, literatura, gastronomia, música” e informa que o caderno tem “maior vida útil: pela qualidade das informações” e que os leitores costumam guardar o caderno: “A informação se perpetua” e que “o tablóide é um objeto de prazer para o leitor. Ele lê o suplemento em casa, num momento de descontração, aumentando as chances da sua mensagem ser absorvida”.

Informa ainda que pesquisa recente realizada com leitores de informação, negócios e finanças, avaliou o conteúdo dos cadernos do *Valor* e que um dos destaques foi a ótima avaliação e o alto índice de leitura do *Eu&* pois é “um caderno muito lido, sobretudo pelos leitores ‘Vips’ e pelas mulheres,” que é “muito apreciado” e poderia “se transformar em revista de fim de semana” e ser a “porta de entrada para ampliação da leitura: + cultura, humanidades, viagens, atualidades” com “notícias contextualizadas”. Outros dados do *EU&* são:

- 65% - interesse em arte e cultura.
- 74% - costumam ler livros para fins profissionais ou lazer.
- 71% - interesse em viagens ou roteiros turísticos.
- 52% - costumam ir ao cinema ou ao teatro.
- 31% - costumam ir a exposições e museus
- Quase 1/3 dos leitores são mulheres.
- 42% dos leitores pertencem a classe A.
- O *Valor* possui 6 x mais afinidade com pessoas c/renda familiar maior a R\$ 20,7 mil reais/mês.
- 72% possuem mais de 30 anos
- 83% dos leitores utilizam as informações do jornal para a tomada de decisões

Traçados os esboços histórico e editorial do *Valor* e do *EU&*, bem como o perfil do leitor, a próxima etapa desta pesquisa é informar a metodologia com que a análise do material será feita, o que está no capítulo a seguir.

CAPÍTULO V

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

CAPÍTULO V

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

1. Pressupostos

A realidade inspiradora dos relatos e reflexões sobre o campo da comunicação também tem suas peculiaridades. Conforme Murdock (2009, p.51), “a retirada de barreiras reguladoras, associadas à ascensão de satélites transnacionais e redes de computador, ampliaram maciçamente o alcance mundial de grandes corporações”. Para o autor, isto é indício de que pode estar surgindo uma nova “‘classe capitalista transnacional’, composta pelos executivos das principais corporações transnacionais, políticos e empregados públicos estaduais que apoiam maior investimento interno e fluxos econômicos ‘sem fronteiras’.”

No Brasil, conforme mencionado na introdução deste trabalho, o processo de industrialização gerou uma tecnocracia privada e estatal com certos padrões modernos de consumo transformados em hábitos de sociabilidade, tais como o consumo de produtos personalizados de grifes e o cosmopolitismo cultural, entre outros, que lhe permitem exibir uma ostentação simbólica como estratégia de inserção na sociedade moderna e aproximação com as elites nova-iorquina e europeia, as quais valorizam muito, o intelectual. Esses hábitos de sociabilidade, por si só, não transformam os tecnocratas em intelectuais, entretanto os levam a consumir certos bens culturais dos quais eles se apropriam para fazer jus ao seu cosmopolitismo: a resenha de um livro lançado na Europa pode levar à compra desse livro e, mesmo que o comprador não venha a ler o livro, passa a ser tática de inclusão em um grupo com prestígio intelectual universal. O envolvimento cosmopolita próprio dessa elite moderna, aparentemente, não se revela de forma clara para os jornalistas dos cadernos de cultura, mas o fato é que o consumo de bens simbólicos por essa tecnocracia requer personalização inclusive de informações, sobretudo nos cadernos culturais, portanto passa a se constituir elemento de sociabilidade elitizada.

Desse modo, o consumo de bens simbólicos por essa tecnocracia em busca da distinção social direciona a produção cultural com informações diferenciadas dos códigos simbólicos convencionais sobre os mais diversos assuntos. Entretanto, o caráter cosmopolita não se restringe à pluralidade de pautas, mas também se estende ao tratamento dado aos temas das matérias, indistintamente se de âmbito nacional ou internacional, pois se trata de uma

perspectiva universal e não apenas de temas e de informação. E é esse tratamento universalizado que caracteriza o refinamento narrativo da informação jornalística e lhe confere abrangência planetária, independente do lugar ou de quem a produz.

2. Objetivo e hipótese

Assim, o objetivo geral é investigar, a partir da existência desta elite moderna e cosmopolita, se o jornalismo cultural praticado pelo *EU&Fim de Semana*, ao incorporar os fenômenos decorrentes da modernidade aos conteúdos, rompe o paradigma do Jornalismo Cultural tradicional restrito aos fenômenos considerados culturais (como cinema, pintura, literatura, museus, dança, música, arquitetura, escultura, teatro) alargando esse conceito.

Deste objetivo geral, decorrem outros mais específicos que possibilitam identificar por meio do suplemento quais assuntos e áreas o caderno incorpora, quais os valores culturais presentes na publicação, qual é conceito de Jornalismo Cultural adotado nesta publicação e, enfim, descobrir qual o papel do Jornalismo Cultural nas sociedades contemporâneas.

A hipótese que explica esse fenômeno é que a globalização e a modernidade têm promovido modificações nos conteúdos dos cadernos de cultura dos jornais com a inclusão de outros temas, mas com abordagem cultural no sentido de atender às necessidades de informação como complementação ao acúmulo de capital cultural e de capital simbólico de seu leitor que precisa estar sintonizado com o mundo para legitimação de sua posição social nos mais diversos campos de atuação.

Ou seja, são os mecanismos sociais externos ao veículo de comunicação, como a necessidade de dominar um arcabouço de temas muito mais amplo do que os relacionados aos eventos artísticos e culturais, o que confere distinção, narrativa refinada e qualidade aos conteúdos e alarga o conceito de Jornalismo Cultural, pois a indústria cultural, para cumprir com sucesso sua função mercantilista, deve atender aos padrões de exigência de seu público.

A análise vai compreender a identificação de tensões e conflitos, o conceito de Jornalismo Cultural, o caráter cosmopolita do suplemento cultural neste século, a busca da distinção e dos valores culturais presentes nas matérias.

3. Metodologia

O referencial teórico adotado para levar à compreensão dos fenômenos do jornalismo praticado no suplemento é a abordagem da sociologia cultural em espaços e campos sociais de

Pierre Bourdieu (capítulos 1 e 2). Para alcançar os objetivos propostos foi utilizada a análise de conteúdo, conjugada com mecanismos da análise do discurso, pois segundo Charaudeau (2003, p.117-118), o tema é o elemento escolhido para iniciar uma mensagem. Além disso, para ele, para discutir o discurso da informação afirma que a noção de tema, isto é, “aquilo de que se fala, o que se trata durante um ato de comunicação”, pode ser imprecisa, uma vez que pode abarcar tudo o que integra esse ato. Para o autor, “[...] as noções de *tema*, *universo de discurso* e de *acontecimento* estão intrinsecamente unidas, sobretudo a última”. (grifos dele)

Desta forma, é importante destacar o papel que o discurso ocupa na transmissão dos relatos da realidade, pois para o Charaudeau (2003, p.119), “os fenômenos das coisas a serem relatadas só adquirem existência significativa mediante a percepção/captação/sistematização/estruturação de um sujeito lingüístico que, ao falar desses fenômenos, lhes dá um *corpus* que os significa”. Ele explica que isto acontece “ao término do processo mesmo de *semiologização*, que consiste em construir sentido com formas”. (grifo dele).

A construção de sentidos pela mídia envolve, assim, fenômenos subjacentes ao processo de captação de informação de maneira que interesse à sociedade como um todo. Portanto, conforme Charaudeau (2003, p.125) se “[...] a finalidade da informação midiática consiste em dar conta do que ocorre no espaço público, o acontecimento midiático será selecionado e construído em função de seu potencial de ‘atualidade’, de ‘sociabilidade’, de ‘imprevisibilidade’”. Deste modo, o papel de porta-voz da coisa pública assumido pelos meios de comunicação de massa emerge das representações, as quais para Charaudeau (2003, p.128), têm essencialmente três funções intimamente ligadas entre si:

1. a de *organização coletiva* - do sistema de valores e que constituem esquemas de pensamento normatizados de um grupo;
2. a de *exibição* ante sua própria coletividade das características comportamentais do grupo (rituais e lugares comuns) com fins de visibilidade e que constroem sua identidade;
3. a *encarnação* dos valores dominantes do grupo nas formas de presentificação em algo (indivíduo, instituição, objeto simbólico) que desempenha o papel de representante da identidade coletiva .

Portanto, para o autor (2003, p.129) o “[...] espaço público não pode ser universal – porque depende das especificidades culturais de cada grupo, mesmo que se notem semelhanças entre alguns deles – pelo fato de pertencer a uma mesma área civilizacional”.

Entretanto, também é preciso, de acordo com este autor, distinguir “informação” de “comunicação”. Segundo Charaudeau (2006), estas são noções que remetem a fenômenos sociais, portanto é possível as mídias se consolidarem como lugar de suporte organizacional e

de fala privilegiado, capazes de dar “visibilidade” aos discursos das diversas lógicas e campos sociais: econômico (fazer viver uma empresa), tecnológico (estender a qualidade e a quantidade de sua difusão) e simbólico (servir á democracia cidadã).

Também é importante citar, que o conceito de discurso para Foucault, conforme Brandão (2004, p.33) é “um conjunto de enunciados que tem seus princípios de regularidade em uma mesma formação discursiva” e que, por isso, analisar uma formação discursiva é descrever os enunciados que a compõem. Brandão (2004, p.37) explica que para o autor, o estudo da linguagem envolve, de forma resumida,

- a) a concepção de discurso como proveniente da formação dos saberes, e a necessidade de sua articulação com as outras práticas;
- b) o conceito de “formação discursiva”, cujos elementos são regidos por “regras de formação”;
- c) a distinção entre enunciação (que em diferentes formas de jogos enunciativos singulariza o discurso) e o enunciado (que passa a funcionar como unidade lingüística básica, abandona-se, a noção de sentença ou frase gramatical com essa função);
- d) a concepção de discurso como jogo estratégico e polêmico: o discurso não pode mais ser analisado só sob seu aspecto lingüístico, mas como um jogo de ação e de reação, de pergunta e resposta, de dominação e de esquiva e também como luta;
- e) o discurso é o espaço em que saber e poder se articulam, pois quem fala, fala de algum lugar, a partir de um direito reconhecido. Esse discurso é gerador de poder;
- f) a produção desse discurso gerador de poder é controlada, selecionada, organizada e distribuída por certos procedimentos com a função eliminar toda e qualquer ameaça a esse poder.

Quanto à análise do conteúdo, para Fonseca Júnior (2008, p. 285), é considerada uma técnica híbrida por oscilar entre o formalismo estatístico e a análise qualitativa de materiais em função da ideologia e do interesse do pesquisador, portanto a inclusão de observações discursivas não resulta em incompatibilidade de procedimentos metodológicos.

Na análise de conteúdo, para Krippendorff (apud. Fonseca Jr., 2008, p.286-287), os dados são os elementos básicos e o contexto deles não pode ser ignorado. Segundo o autor, o pesquisador deve deixar explícitos os pressupostos sobre a relação entre os dados e o contexto por ele construído; também deve deixar claro o objetivo da análise e adotar a inferência como tarefa intelectual básica, além de estabelecer critérios para validação dos resultados.

De acordo com a pesquisadora francesa Laurence Bardin (1988), há cinco etapas a serem cumpridas para se realizar uma análise de conteúdo: a) a organização da análise, b) a

codificação, c) a categorização, d) a inferência e e) o tratamento informático. Assim, a primeira fase, chamada por Bardin (1988) de “leitura flutuante”, isto é, o contato inicial com os documentos foi realizado com as oito primeiras edições do suplemento *EU&* de 2008 com a finalidade de definir a problemática e as técnicas a serem utilizadas.

Esta análise de conteúdo também se aplica, segundo as categorias organizadas por Krippendorff (apud. Fonseca Jr., 2008, p.291-292), para quem a investigação dos processos institucionais envolve o estudo das mensagens do ponto de vista funcional dentro das organizações e das instituições sociais, especialmente as verificadas “no âmbito da comunicação de massa”, como “os mecanismos de seleção de notícias num jornal”.

4. *Corpus*

As edições do *EU&* do primeiro ano, assim como a coleção (apesar incompleta) dos anos subsequentes foram emprestadas de acervo pessoal do editor do caderno Robinson Borges. O período analisado foi composto pelas edições dos anos 2000, 2003 e 2008. Portanto, como os documentos selecionados foram apenas os cadernos *EU&*, a regra da homogeneidade (Bardin, 1998) está assegurada.

A definição do *corpus* atendeu à regra de exaustividade proposta por Bardin (1998), pois considerou a matéria principal de capa e, quando for o caso, incluiu também as matérias secundárias sobre o mesmo assunto de um caderno por mês do *EU&* nos anos: 2000 por ser este o ano de lançamento do jornal; 2003, ano da reestruturação da equipe e de mudanças no caderno devido à crise econômica da mídia nacional; e 2008, ano em que foi feita a opção por este objeto de pesquisa.

Como o *EU&* é publicado às sextas-feiras, para cumprir a regra da representatividade (Bardin, 1998), foi adotada a seguinte composição do *corpus*: começa com a edição número “1” do caderno, portanto, a primeira sexta-feira de maio de 2000, a segunda sexta-feira de junho, a terceira, de julho, a quarta, de agosto, a primeira sexta-feira de setembro e assim sucessivamente. Deste modo, do primeiro ano foram selecionadas 8 edições pelo fato de o jornal ter começado a circular em maio de 2000 e nos anos de 2003 e 2008, 12 edições cada, num total de 32.

O procedimento metodológico envolveu o fichamento de 412 matérias das 32 edições, organizadas em seções fixas, reportagens de capa e seções de conteúdo variável. Entretanto, para viabilidade da pesquisa, o *corpus* a ser analisado restringiu-se, conforme explicado

acima, ao tema da matéria principal da capa, especialmente porque, ao ocupar este espaço nobre passa a ser o melhor indicativo dos valores-notícia daquela publicação.

Em outras palavras, as matérias que compõem a capa de uma publicação trazem no seu cerne a essência de valoração da linha editorial daquele veículo. Portanto, esta pesquisa entende que, ao eleger um determinado tema para ser explorado na capa, o *EU&* sinaliza quais assuntos considera importante para seu público. E mais que isso, ao decidir pela publicação de uma reportagem ou de um artigo produzido por estudiosos, jornalistas ou profissionais de outras áreas na capa, o suplemento assume como dele as perspectivas ali abordadas, ou seja, para empregar o jargão jornalístico, “encampa” a análise ali expressa. Então, a apreciação destas matérias na pesquisa será tomada como a própria voz do *EU&* e permitirá as inferências sobre as finalidades acima expostas.

Deste modo, o *corpus* analisado de 32 edições do *EU&* totaliza 75 matérias (ver Tabela 4), uma vez que alguns dos assuntos são desdobrados em matérias secundárias, artigos, análises que complementam a matéria principal.

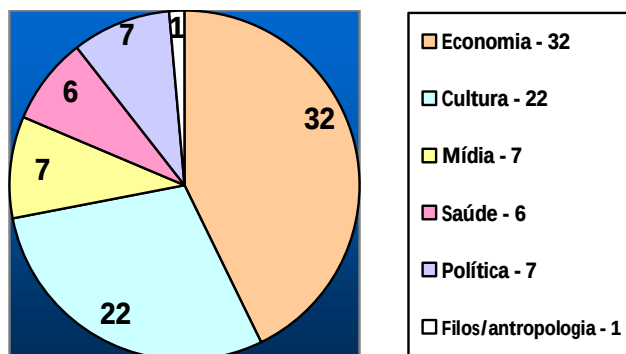
Tabela 4 – Título de todas as matérias analisadas

Nº / data	Título e linha-fina Conteúdo ou Capa	
1 05/mai/00	1. O sonho americano em perigo A “nova economia” parece ter perdido o senso de limites em sua escalada às alturas.	1.
6 9, 10 e 11 jun /00	2. A reforma cultural do MST - Um dos principais teóricos da ideologia do movimento, Ademar Bogo, concedeu entrevista exclusiva ao Valor.	2.
	Matéria secundária: Movimento discute novo modelo de cidade	3.
11 14, 15 e 16 jul/00	3. Exclusivo - Com a palavra, Nelson Rodrigues Nos 20 anos de sua morte, leia com exclusividade entrevista inédita, feita em 1979.	4.
	Nelson por Lúcia	5.
	Em cena, no placo e na tela	6.
	Em busca do Nelson perdido	7.
17 25, 26 e 27 ago/00	4. Um futuro de um subcontinente – A estrada da união Países da América do Sul vão reunir-se em Brasília para discutir a integração.	8.
	Fernando Henrique estuda a criação de uma espécie de BNDES sul-americano	9.
	Países negociam integração há 40 anos	10.
	Apatia no intercâmbio cultural do Cone Sul	11.
18 1, 2 e 3 set/00	5. Pensamento capital – eterno retorno de Karl Marx O filósofo alemão precisa voltar às estantes dos Capitalistas.	12.
23 6, 7 e 8 out /00	6. O vil papel – A nota vale US\$ 250,00 - Contanto que seja um desenho do artista americano J.S.G.Boggs, que faz do dinheiro uma metáfora, idéia da qual parte o jornalista Oscar Pilagallo em livro recém-lançado. Pág. 16-18	13.
	O vil papel - In Boggs we trust	14.
29 17, 18 e 19 nov /00	7. O Sol também se levanta - Reformando o Japão Após uma década, país reage e começa a varrer velhos tabus, sob nova onda de influência externa.	15.
34 22, 23, 24 e 25 dez /00	8. Crise na Argentina - Marcha forçada para a dolarização O cerne do problema está principalmente na baixa produtividade e na crescente falta de competitividade dos produtos argentinos no mercado mundial.	16.

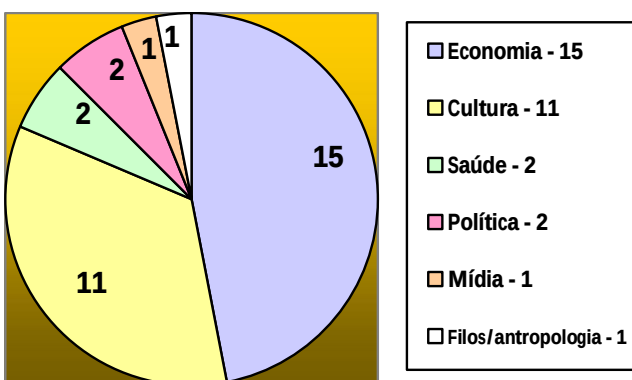
126 3, 4 e 5 jan/03	9. Conversibilidade plena - Em busca de um mercado equilibrado Para recuperar a estabilidade, é preciso dar solvência, a longo prazo, às contas públicas de forma consistente, como discorre Edmar L. Bacha em seu artigo para o <i>Valor</i>	17.
130 14, 15 e 16 fev/03	10. Letras finais - Do suicídio como arte No mês dos 40 anos da morte de Sylvia Plath, Isabelle Huppert traz a SP peça sobre outra escritora suicida, um tema delicado e recorrente na literatura.	18.
	Em cena, morte à francesa	19.
135 28, 29 e 30 mar/03	11. As mensagens e os meios - O show de George W. Bush - Técnicas dignas de “reality show” chegam aos campos de batalha com a nova forma de cobertura da imprensa do conflito do Iraque.	20.
	Deu no “ <i>The New York Times</i> ”	21.
	A guerra dupla da rede CNN	22.
	Cobertura para francês ver	23.
	Nova ordem midiática	24.
	Fogachos do “ <i>shock and awe</i> ”	25.
	Letras no front -Escritores brasileiros imaginam como criariam ficções a partir da guerra no Iraque	26.
138 25, 26 e 27 abr/03	12. OMC na mira – É impossível ser feliz sozinho - Os EUA ameaçam unidade do G-8, com decisões unilaterais, que podem se estender às negociações com a OMC	27.
	É a hora de os franceses mostrarem sua outra face (crise do multilateralismo)	28.
139 2, 3 e 4 mai/03	13. <i>Shall we dance?</i> – Os passos de Cunningham - O mestre da dança, um dos maiores ícones ainda vivos fala com exclusividade ao Valor sobre sua carreira e vinda ao Brasil neste ano, após uma ausência de quase dez anos	29.
	A dança autônoma de um mestre moderno	30.
145 13, 14 e 15 jun/03	14. A imigração invisível - Pesquisador da vida dos brasucas em NY diz que país passou a exportar cidadãos que hoje estão na mira do governo americano.	31.
	Endurecimento americano atinge brasileiros	32.
	Governo dos EUA fecha o cerco	33.
	Brasil acolhedor, mas nem tanto	34.
	Comunidade pequena em Paris	35.
	A geografia do matrimônio	36.
150 18, 19 e 20 jul/03	15. A saúde na sala de emergência - Fórum procura saída par ao setor, pressionado pelo excesso de médicos e a falta de infra-estrutura.	37.
	Diagnósticos desencontrados	38.
	Paciente europeu e americano na Índia	39.
155 22, 23 e 24 ago/03	16. Profissionais das letras Há proximidade, sim, entre a geração de escritores dos anos 70, sufocada pela ditadura, e a atual, premida pelo pragmatismo do mercado.	40.
157 5, 6 e 7 set/03	17. Bonaparte brasileiro Biografia de Rolim, “o homem da TAM”, revela a obstinação por estar sempre no topo.	41.
	TAM entre a fusão e o plano B	42.
	Estrangeiras fogem do prejuízo	43.
162 10, 11 e 12 out/ 03	18. Comércio – Hora de abrir os olhos e ver o que o Oriente tem Convém prestar atenção aos próximos passos da China e da Rússia em matéria de negócios. Os lucros estão indo para quem faz suas apostas no outro lado do mundo.	44.
164 24, 25 e 26 out/03	19. A ópera política do século Da bomba atômica ao terrorismo, nenhum tema escapa aos compositores.	45.
	Minimalismo passa dos 40 e continua ativo	46.
165 31 out, 1 e 2 nov/03	20. Belos sonhos, dura realidade A recuperação cíclica da economia é praticamente certa. E o desenvolvimento duradouro?	47.
	O enorme buraco das contas americanas	48.
378 4, 5 e 6 jan/08	21. E assim se passaram... 50 anos - A bossa nova chega à meia-idade em abril, mês em que foi lançado o disco “Canção do Amor Demais”, em 1958.	49.
	Aquela velha amizade	50.
	Festivais, shows e filme para celebrar	51.

383 8, 9 e 10 fev/08	22. Uma brasileira nas finanças islâmicas As aventuras de Angela Martins, diretora do banco árabe ABC Brasil, no misterioso universo dos bancos islâmicos, que passam longe do aperto de liquidez da Europa e EUA.	52.
	R\$ 180 milhões com selo do Corão	53.
389 21, 22 e 23 mar/08	23. A indústria do pôquer virtual - Numa região nebulosa da Constituição brasileira, jogo tem atraído dezenas de milhares de pessoas em busca do pote de ouro em torneios on-line com prêmios milionário.	54.
	O perigo da compulsão	55.
394 25, 26 e 27 abr/ 08	24. Deixe-me ir - São Paulo tem prejuízo de R\$ 33,5 bilhões por ano com problemas de trânsito.	56.
	Pedágio no centro de Londres resolve só parte do problema	57.
	Brasília vai investir US\$ 269,8 milhões no transporte público	58.
	Executiva vai trabalhar por vias alternativas	59.
395 2, 3 e 4 mai/08	A overdose de carros e a saúde das cidades	60.
	25. Sermões seculares Nos 400 anos de nascimento do Padre Vieira, a celebração bibliográfica revela um pregador na riqueza de sua identidade.	61.
401 13, 14 e 15 jun/2008	26. A nação bipolar - Até o fim do mês psiquiatras de todo o mundo participam de uma pesquisa que produzirá novos subsídios para o melhor conhecimento das dificuldades enfrentadas no tratamento de transtornos bipolares. O levantamento, apoiado pela Sociedade Internacional de Transtornos Bipolares, é parte de um esforço contínuo, empreendido nos meios psiquiátricos, para se desenvolverem formas mais efetivas de lidar com a doença, amplamente disseminada e ainda sujeita a controvérsias já a partir do diagnóstico.	62.
	Velho lítio mantém popularidade	63.
	Controvérsia num mercado de US\$ 15 bilhões	64.
406 18, 19 e 20 jul/08	27. Voto emoção, voto cabeça A decisão do eleitor sempre resultará de um diálogo íntimo entre emoção e razão, instigado e alimentado por motivos que podem escapar facilmente às influências do marketing político.	65.
412 29, 30 e 31 ago./ 08	28. Entre dois mundos - Um manto de incerteza cobre o presente e o futuro da condição humana – um vazio de compreensão da relação entre o mundo estabelecido pela ciência e o mundo de experiência vivida pelo homem.	66.
413 5, 6 e 7 set/08	29. Transações com cores e formas - Bancos colecionam e investem em algo tão valioso quanto dinheiro vivo: obras de arte, em especial de artistas nacionais.	67.
417 10, 11 e 12 out/08	30. É proibido colar - Escândalo de professores da USP envolvidos com caso de plágio mobiliza intelectuais, que defendem ética em pesquisa, temem pelo futuro da produção acadêmica e argumentam que “pressão por resultados” pode influenciar a baixa qualidade de trabalhos, muitos deles se multiplicando pelo artifício da cópia ou do autoplágio	68.
	O mito do status privilegiado	69.
	“Clube da co-autoria”, autoplágio e outros jeitinhos	70.
424 21, 22 e 23 nov/08	31. Enigmas argentinos - Há um ano no poder, Cristina Kirchner governa um país com economia envolta em dúvidas (e dívidas) agora agravadas pela crise internacional.	71.
	Chávez e outros problemas	72.
	Acerto com o FMI passa por Obama	73.
	Lavagna, um precursor de intervenções que hoje se tornam comuns	74.
429 26, 27 e 28 dez/08	32. Os novos sons da banda larga A música sofre transformações gigantescas a partir dos sites de relacionamento e das infinitas possibilidades sugeridas pela internet.	75.

Destas 75 matérias (ver gráfico IV): 32 matérias referem-se à economia, 22 à cultura, 7 são sobre mídia, 6 sobre saúde, 7 sobre política e 1 sobre filosofia/antropologia.

Gráfico IV – Total de matérias: 75

Das 32 capas (ver gráfico V), 11 são sobre cultura; 20, sobre outros temas. Destas 20 capas que abordam outros temas, 15 estão relacionadas à economia, 2 são sobre saúde, 2 sobre política, 1 sobre mídia e 1 sobre filosofia/antropologia. Entretanto, isto não quer dizer que não tenham abordagem cultural e é justamente o que este trabalho se propõe: comprovar que os temas não relacionados à cultura tradicional recebem tratamento que extrapola seus limites e confere ao texto uma dimensão cultural em suas abordagens, provocando o alargamento do conceito de Jornalismo Cultural.

Gráfico V – Total de capas – 32

Quanto à codificação proposta por Bardin (1998), o processo para transformar os dados em enumeração, agregação e classificação serviu de elo entre o material selecionado e a teoria dos campos de Bourdieu, compreendendo três fases: 1) recorte (unidades de registro e de contexto); 2) a enumeração (escolha das regras de enumeração); 3) classificação e

agregação (escolha das categorias). As unidades de registro foram as matérias principais de cada capa e respectivas derivadas dos anos 2000, 2003 a 2008 das edições intercaladas, conforme descrito anteriormente. Com relação à regra de enumeração, foi adotada a frequência em que cada tema aparece como medida de importância. E por último, quanto à categorização (Bardin, 1998), isto é, a classificação e reagrupamento das unidades de registro (matérias) foram feitos por categoria temática e respectiva abordagem.

Com relação à inferência, que Bardin (1998) define como aspectos implícitos da mensagem analisada, a leitura evidencia o sentido que está em segundo plano, o que significa desvendar as condições de produção das mensagens analisada, ou seja, descobrir “as variáveis psicológicas do indivíduo emissor, variáveis sociológicas e culturais, variáveis relativas à situação da comunicação ou do contexto de produção da mensagem”. Os processos e variáveis podem ser agrupados em duas modalidades: 1) inferências específicas - por meio da análise das mensagens leva à compreensão do conceito e da função do Jornalismo Cultural praticado pelo *EU*; 2) inferências gerais – permite estabelecer generalizações sobre a tendência do Jornalismo Cultural e as concepções ideológicas da classe dominante, conforme a classificação de Bourdieu.

Entrevista

A pesquisa também envolveu entrevistas em profundidade, estruturadas como abertas e semiabertas com um dos proprietários, com a atual diretora de Redação, com a secretária de Redação, com o atual editor do caderno *EU* e com o ex-diretor adjunto do *Valor*. O objetivo foi identificar dados históricos, critérios adotados para a abordagem diferenciada das matérias, definição do conteúdo, bem como descobrir qual o conceito de Jornalismo Cultural que fundamenta o caderno.

A opção pela entrevista individual em profundidade, técnica qualitativa que, conforme Duarte (2008, p.62), possibilita explorar um assunto a partir “da busca de informações, percepções e experiências de informantes para analisá-las e apresentá-las de forma estruturada” se deve à vantagem que esta técnica oferece de, a partir das respostas do entrevistado, novas perguntas serem construídas pela entrevistadora. Isso porque, segundo o autor, busca-se a “intensidade nas respostas, não quantificação ou representações estatísticas”, o que torna possível explorar um assunto ou aprofundá-lo, descrever processos e fluxos, compreender o passado, analisar, discutir e fazer perspectivas, entre outros.

A entrevista em profundidade, conforme Duarte (2008, p.65), pode ser estruturada de duas formas, que estão a seguir, apresentadas de forma resumida:

- Aberta - não há sequência predeterminada de questões ou parâmetros de respostas; a entrevista flui a partir de um tema ou questão, aprofunda-se em determinado rumo de acordo com aspectos significativos identificados pelo entrevistador, enquanto o entrevistado define a resposta segundo seus próprios termos, utilizando como referência seu conhecimento, percepção, linguagem, realidade, experiência.
- Semiaberta - orientada por um roteiro de questões-guia que dão cobertura ao interesse de pesquisa; parte de questionamentos básicos, apoiados em teorias e hipóteses que interessam à pesquisa, cujas questões têm origem no problema de pesquisa e dão amplitude do tema, apresentando cada pergunta de forma mais aberta possível; a lista de questões-guia pode ser adaptada no decorrer da entrevista (às vezes começa-se com um roteiro e termina-se com outro).

Esta pesquisa entende que o conhecimento a ser revelado vai resultar de valor mediado num momento histórico determinado, isto é, o caderno *EU&*, no período entre 2000 a 2008, a partir de fatores diversos, como sociais, políticos, culturais, econômicos, étnicos e de gênero. Assim, é inevitável que a estratégia para descobrir aquilo que é possível demonstrar, também poderá influenciar a pesquisa de forma dialógica e dialética, pois pretende transformar aquilo que se ignora em consciência mais conhecida.

A análise refere-se aos aspectos explícitos e implícitos da mensagem e pretende desvendar os processos e as variáveis agrupados em duas modalidades: 1) inferências específicas - por meio da análise das mensagens será possível compreender o alargamento do conceito do Jornalismo Cultural praticado pelo *EU&* devido à inserção de outros temas com abordagem cultural; 2) inferências gerais permitirão estabelecer generalizações sobre a tendência do Jornalismo Cultural e as concepções ideológicas da classe dominante, conforme a classificação de Bourdieu, hábitos de classe e dimensão cosmopolita.

CAPÍTULO VI

“*CO-SHARING*” A ANÁLISE

CAPÍTULO VI

“CO-SHARING” A ANÁLISE

As categorias que compõem esta análise estão agrupadas em cinco grandes temas: Perspectiva Econômica; Perspectiva da Mídia; Perspectiva da Saúde, Perspectiva Política e Filosófica/antropológica e Perspectiva Cultural, cujos conteúdos se subdividem em diversos subtemas. O item “Perspectiva econômica” está subagrupado em Panoramas Conjunturais; Carreira & Sucesso, Quadro Setorial e Reflexões Econômicas. O item “Perspectiva da Mídia” reúne sete matérias sobre a cobertura da Guerra do Iraque. A “Perspectiva da Saúde” está subdividida em Panorama Geral e Panorama Específico. O item “Perspectiva Política e Filosófica/Antropológica” reúne os subitens Panorama Político e Panorama Filosófico/antropológico. A “Perspectiva Cultural” subdividiu-se em cinco áreas: Artes Plásticas, Literatura, Música e Dança, Teatro e Cultura Geral.

PARTE - I

PERSPECTIVA ECONÔMICA

De todos os temas do universo simbólico do *EU&*, a economia tem destaque especial devido à relevância conferida ao assunto pelos leitores do *Valor*, sobretudo no final da década de 90 quando a globalização passou a exigir domínio desterritorializado das informações. E mais que isso: não simplesmente informações econômicas, as quais já estão em diversos outros meios de comunicação. Mas, reportagens, artigos e análises, cujos conteúdos possibilitem a contextualização e a interpretação dos fatos econômicos para subsidiar a opinião e o universo da informação do leitor, como alternativa de ampliação do capital cultural e do capital simbólico, por serem matérias que não só traduzem pontos de vista, mas ajudam na construção do próprio conhecimento. Assim, a abordagem aprofundada, contextualizada, universalizada, sintonizada com o mundo contemporâneo são os principais recursos jornalísticos exigidos neste início de milênio. A economia também ocupa significativo espaço no *EU&* por se tratar do caderno cultural de um jornal especializado nesta área, portanto, o tema inspirou a capa de 15 edições (tabela 5). As reportagens, artigos e ensaios econômicos confirmam que o interesse do público-alvo deve ser contemplado no caderno cultural, mas com códigos simbólicos diferenciados.

Tabela 5 – Perspectiva Econômica

Data	Nº	Título / Linha fina
5 Mai/2000	1	1. O sonho americano em perigo A “nova economia” parece ter perdido o senso de limites em sua escalada às alturas.
25, 26 e 27 Ago/2000	17	2. Um futuro de um subcontinente – A estrada da união Países da América do Sul vão reunir-se em Brasília para discutir a integração. 3. Fernando Henrique estuda a criação de uma espécie de BNDES sul-americano 4. Países negociam integração há 40 anos 5. Apatia no intercâmbio cultural do Cone Sul
1, 2 e 3 Set/2000	18	6. Pensamento capital – eterno retorno de Karl Marx O filósofo alemão precisa voltar às estantes dos Capitalistas.
6, 7 e 8 Out/2000	23	7. O vil papel – A nota vale US\$ 250,00 Contanto que seja um desenho do artista americano J.S.G.Boggs, que faz do dinheiro uma metáfora, idéia da qual parte o jornalista Oscar Pilagallo em livro recém-lançado. 8. O vil papel - In Boggs we trust
17, 18 e 19 Nov/200	29	9. O Sol também se levanta - Reformando o Japão Após uma década, país reage e começa a varrer velhos tabus, sob nova onda de influência externa.
22, 23, 24 e 25 Dez / 2000	34	10. Crise na Argentina - Marcha forçada para a dolarização O cerne do problema está principalmente na baixa produtividade e na crescente falta de competitividade dos produtos argentinos no mercado mundial.
3, 4 e 5/ Jan/2003	126	11. Conversibilidade plena - Em busca de um mercado equilibrado Para recuperar a estabilidade, é preciso dar solvência, a longo prazo, às contas públicas de forma consistente, como discorre Edmar L. Bacha em seu artigo para o Valor
25, 26 e 27/ Abr/2003	138	12. OMC na mira – É impossível ser feliz sozinho Os EUA ameaçam unidade do G-8, com decisões unilaterais, que podem se estender às negociações com a OMC 13. É a hora de os franceses mostrarem sua outra face (crise do multilateralismo)
8, 9 e 10/ Set/2003	157	14. Bonaparte brasileiro Biografia de Rolim, “o homem da TAM”, revela a obstinação por estar sempre no topo 15. TAM entre a fusão e o plano B 16. Estrangeiras fogem do prejuízo
10, 11 e 12 Out/2003	162	17. Comércio – Hora de abrir os olhos e ver o que o Oriente tem Convém prestar atenção aos próximos passos da China e da Rússia em matéria de negócios. Os lucros estão indo para quem faz suas apostas no outro lado do mundo.
31/out 1 e 2/nov/2003	165	18. Belos sonhos, dura realidade A recuperação cíclica da economia é praticamente certa. E o desenvolvimento duradouro? 19. O enorme buraco das contas americanas
8, 9, 10/ Fev/2008	383	20. Uma brasileira nas finanças islâmicas As aventuras de Angela Martins, diretora do banco árabe ABC Brasil, no misterioso universos dos bancos islâmicos, que passam longe do aperto de liquidez da Europa e Estados Unidos. 21. R\$ 180 milhões com selo do Corão
21, 22 e 23/ Mar /2008	389	22. A indústria do pôquer virtual Numa região nebulosa da Constituição brasileira, jogo tem atraído dezenas de milhares de pessoas em busca do pote de ouro em torneios on-line com prêmios milionário. 23. O perigo da compulsão
25, 26 e 27 Abr/2008	394	24. Deixe-me ir São Paulo tem prejuízo de R\$ 33,5 bilhões por ano com problemas de trânsito. 25. Pedágio no centro de Londres resolve só parte do problema 26. Brasília vai investir US\$ 269,8 milhões no transporte público 27. Executiva vai trabalhar por vias alternativas 28. A overdose de carros e a saúde das cidades
21, 22 e 23 Nov/2008	424	29. Enigmas argentinos Há um ano no poder, Cristina Kirchner governa um país com economia envolta em dúvidas (e dívidas) agora agravadas pela crise internacional. 30. Chávez e outros problemas 31. Acerto com o FMI passa por Obama 32. Lavagna, um precursor de intervenções que hoje se tornam comuns

A cobertura dos fatos e das crises econômicas de diversos países compõe o escopo a ser analisado neste item que está agrupado em três subitens: Integração da América do Sul e Quadros Econômicos, Carreira & Sucesso, Quadro Setorial e Reflexões Econômicas.

A integração da América do Sul

1.1. A estrada da união

A leitura textual do *EU&* confirma que, para atender às necessidades de distinção do público, o suplemento adota como um dos critérios de noticiabilidade, o caráter inusitado



dos fatos, conforme se verifica na reportagem principal, que com outras três compõem um dossiê sobre a integração da América do Sul, e que motivou a capa da edição nº 17: “Estados Unidos da América do Sul”. Uma produção de Beto Nejme ilustra a capa, onde se vê uma corrente de homenzinhos de papel recortados e interligados pelas mãos e pelos pés que contornam o continente sul-americano, sobre um mapa-múndi ampliado em *close* fotográfico e reflete a aspiração de integração continental. A frase complementar

da chamada comprova o caráter inusitado do fato: “Na 5ª feira, chefes de Estado do subcontinente reúnem-se pela primeira vez discutir os caminhos da integração”.

A reportagem de autoria de Carlos Eduardo Lins da Silva, com o título “A estrada da união” e o subtítulo “O futuro de um subcontinente: Países da América do Sul vão reunir-se em Brasília para discutir a integração” é a matéria principal e novamente reafirma, no *lead*, o caráter inusitado do encontro: “Na semana que vem, pela primeira vez na história, os chefes de governo de 12 países da América do Sul se reúnem para tratar de problemas comuns”.

Com texto argumentativo, a reportagem analítica traz conotação positiva para o Brasil ao destacar que, pelo fato de o país ter convocado o encontro, revelava mudança na forma dos demais países sul-americanos e dos EUA olharem o Brasil, ou seja, passavam a reconhecer a liderança brasileira que começava a aflorar na época.

De forma equilibrada, o *EU&* oferece ao leitor uma visão abrangente e globalizada, que permite dimensionar a importância da reunião ao afirmar que “dos seus resultados pode depender o futuro do subcontinente num mundo que tende a ser dominado por três grandes blocos econômicos, todos no Hemisfério Norte: Nafta¹, União Europeia² e Asean³”. Importante registrar que o *EU&* não informa o significado destas siglas, diferente da prática comum dos jornais de interesse geral, o que permite deduzir que a linguagem utilizada pelo suplemento pressupõe um leitor conhecedor do significado destas e de outras expressões, a maioria pertencente ao campo econômico, presentes em diversas matérias.

A alusão aos três grandes blocos econômicos (Nafta, União Europeia e Asean) oferece ao leitor referência globalizada da organização política e econômica dos países do Hemisfério Norte, característica presente em quase todas as matérias do suplemento, possibilitando a formulação de visão conjuntural. Mas, não se trata apenas de mencionar referências a outros países, mas sim de uma mentalidade que extrapola as fronteiras nacionais, neste caso, do continente sul-americano. É uma visão alargada dos problemas locais, regionais e nacionais que influi na compreensão da sociedade global deste início de milênio para subsidiar a opinião do leitor com boa fundamentação.

As circunstâncias históricas também estão presentes num recuo temporal de 50 anos para informar sobre as dificuldades enfrentadas pelo continente sul-americano na tentativa de ampliar o comércio com os países do Norte, a partir de argumentos simples, claros e objetivos: “Na década de 50 a América do Sul detinha 12,5% do comércio mundial; agora [2000] tem 3%. Sua aposta na exportação de ‘commodities’ se mostrou claramente desvantajosa em relação à da Ásia, feita em indústrias de alta tecnologia”. Ou seja, o *EU&*

¹ Nafta - (*North American Free Trade Agreement* ou Tratado Norte-Americano de Livre Comércio) - formado pelos EUA, Canadá e México, em vigor desde 1º de janeiro de 1994 para: a) Garantir aos países participantes situação de livre comércio, sem barreiras alfandegárias; b) Reduzir os custos comerciais; c) Ajustar a economia para ganhar competitividade no cenário de globalização econômica; d) Aumentar as exportações de mercadorias e serviços entre os países membros. Disponível: <http://www.suapesquisa.com/geografia/nafta.htm>. Acesso: 14.01.2010

² União Europeia - a Comunidade Europeia, criada após a Segunda Guerra Mundial, tinha por objetivo garantir a paz, a estabilidade e a prosperidade na Europa. Na década de 90, com o desmoronamento do comunismo na Europa Central e Oriental, surge o Mercado Único e o Tratado da União Europeia. Trata-se de uma parceria econômica e política entre 27 países europeus democráticos: Alemanha, Áustria, Bélgica, Chipre, Dinamarca, Eslováquia, Eslovênia, Espanha, Estônia, Finlândia, França, Grécia, Hungria, Irlanda, Itália, Letônia, Lituânia, Luxemburgo, Malta, Países Baixos, Polônia, Portugal, Reino Unido, República Checa, Suécia, Bulgária e Romênia. Disponível: http://europa.eu/abc/history/2000_today/index_pt.htm. Acesso: 14.01.2010

³ Asean - (Associação de Nações do Sudeste Asiático) - Surgiu em 1967, liderada pela Tailândia para promover o desenvolvimento econômico, social e cultural da região, assegurar a estabilidade política e econômica, bem como servir de fórum de discussão das diferenças intra-regionais. Representa um mercado de 527,9 milhões de pessoas, com US\$ 888,3 bilhões de PIB, US\$ 293,1 bilhões de exportações e US\$ 257,9 bilhões de importações: Indonésia, Malásia, Filipinas, Cingapura e Tailândia; Brunei; Vietnã; Mianmar e Laos e Camboja. Disponível: <http://www.camara.gov.br/mercosul/blocos/ASEAN.htm> Acesso: 14.01.2010

relembra que as negociações nesta direção não são recentes e que também não avançaram muito. Daí uma espécie de cobrança implícita de que seja uma reunião produtiva, com a expectativa de que o encontro não resulte em revelações extravagantes, nem se transforme em evento político insípido, uma vez que há muitos problemas em comum para serem resolvidos:

Ninguém espera anúncios bombásticos da cúpula. [...] Ainda assim, é possível evitar que o encontro seja apenas formalidade diplomática. Os cinco pontos da agenda podem render decisões importantes: fortalecimento da democracia, intensificação do comércio, integração infraestrutural, combate ao narcotráfico e outros crimes e priorização de ciência e tecnologia.

Com discurso elucidativo, o *EU&* assinala que, dos cinco pontos da pauta, o Brasil prioriza a interligação física, cujo parâmetro principal é o europeu, portanto, faz nova associação a referenciais externos ao continente. Para oferecer melhor noção do quadro, anuncia os possíveis desdobramentos prevendo que da reunião pode resultar “a intenção de realizar, finalizar ou modernizar obras como a ferrovia Bolívia–Santos, a hidrovía Tietê–Paraná, a rodovia Manaus–Caracas, a linha de transmissão Guri–Boa Vista, a hidrovía do Madeira e outras”. Também explica que o problema para esta interligação física quanto ao financiamento pode ser a formação de um banco de fomento sul-americano, ou seja, indica o problema e em seguida uma possível solução. Também torna explícito que há propostas pouco viáveis, como a do secretário-geral da Comunidade Andina⁴, Sebastian Alegrett, de “um fundo monetário sul-americano”. O conjunto de informações abastece o leitor que tem à sua disposição dados bem fundamentados para formular sua própria opinião.

Para abordar o item “fortalecimento da democracia”, o suplemento manifesta responsabilidade e atenção quanto ao uso das palavras e transmitindo noção clara sobre as tensões com relação a este tópico. O texto dá a noção de que o assunto exigirá habilidade diplomática nas discussões ao especificar que a questão “da democracia é vital e delicada”, pois “embora todos os atuais governantes sul-americanos tenham sido eleitos, o processo democrático está sob suspeita em pelo menos três países: Paraguai, Venezuela e Peru”. Mas, o *EU&* não entra em pormenores e manifesta a esperança de que a reunião possa resultar no

⁴ Comunidade Andina - formada pela Bolívia, Colômbia, Equador e Peru, surgiu com o Acordo de *Cartagena* em 1969 para obter desenvolvimento mais acelerado, mais equilibrado e autônomo. Abrange uma população de 96,9 milhões de habitantes, área de 3.798.000 km², PIB de US\$ 407,9 milhões, exportações intracomunitárias US\$ 7,171 milhões: Chile, Argentina, Brasil, Paraguai e Uruguai. Em 2004, a Declaração de *Cuzco* integrou a Comunidade Andina ao Mercosul em uma zona de livre comércio continental. Disponível: <http://www.comunidadandina.org/quienes.htm> Acesso: 14.01.2010

“compromisso inequívoco com a democracia do bloco e até a criação de mecanismos para assegurá-la”. Isto é, apesar de não detalhar a situação, percebe-se que o suplemento está em consonância com um dos princípios básicos do jornalismo que é defender a democracia.

Quanto ao “combate ao narcotráfico”, a abordagem é de um desafio condicional: se a cúpula de Brasília chegar a uma posição unificada este é um item capaz de aumentar o “poder de barganha” dos 12 países nas relações internacionais. De forma explícita, o *EU&* critica a falta de apoio do governo norte-americano quanto à destinação de subsídios para outros países, mas destaca que a questão do tráfico é tão assustadora que tem provocado mudanças: “O problema das drogas é o que mais assusta e mobiliza a única superpotência mundial, os EUA. Para ajudar a resolvê-lo, o Congresso americano, tão mesquinho na liberação de verbas para outros países por razões humanitárias, concordou em enviar US\$ 1,3 bilhão para a Colômbia”.

Que os setores de ciência e de tecnologia da América do Sul estão atrasados em relação a muitos países não é novidade, mas o *EU&* reforça que “são áreas em que América do Sul precisa se esforçar muito para recuperar o tempo perdido em relação à Ásia” com o argumento de que “é indiscutível que a economia do século XXI vai ser controlada por quem estiver à frente nessas áreas”. Ou seja, reforça a importância desse tipo de conhecimento para o desenvolvimento econômico. Mais uma vez estabelece comparação em nível mundial ao mencionar que “mesmo países com problemas muito similares aos dos sul-americanos, como a Índia, se encontram em melhor posição estratégica no cenário internacional porque detêm *know-how* mais sofisticado em informática”.

Outra previsão feita pelo suplemento sobre o desfecho das discussões também se manifesta de forma condicional e se refere a “um dos maiores ativos” da América do Sul: “Se os presidentes reunidos em Brasília forem capazes de concordar sobre ações comuns para a proteção e o uso sustentado da diversidade biológica do subcontinente, terão importante trunfo nas mãos para embates futuros”. Isto é, reconhece a importância dos recursos naturais como o grande potencial do continente e que a união neste campo poderá fortalecer o subcontinente.

Com relação ao quinto item, a “intensificação do comércio”, o *EU&* entende que o caminho para melhorar as relações comerciais “parece ser o da aproximação dos dois blocos econômicos: Mercosul⁵ (com o Chile) e a Comunidade Andina (Suriname e Guiana, os dois menores países do subcontinente, não estão em nenhum deles)”. Informa que o Mercosul é a única iniciativa de porte de integração econômica no Hemisfério Sul.

⁵ Mercosul – Mercado Comum do Cone Sul - projeto de integração econômica, política e social, criado em 1991 com o Tratado de Assunção entre Argentina, Brasil, Paraguai, Uruguai; depois Venezuela. Estados Associados: Bolívia, Chile, Colômbia, Equador e Peru. Disponível: <http://www.mercosul.gov.br/> Acesso: 14.01.2010

Enfim, constata-se que a reportagem tem cunho interpretativo e abordagem globalizada, com leve tom de recomendação como se pretendesse alertar sobre os rumos a seguir. A credibilidade das informações se processa a partir da força argumentativa ao redesenhar as vicissitudes do subcontinente sul-americano que emergem de um contexto atrelado às condições do Hemisfério Norte. E é de lá que vem o modelo quanto à organização econômica e à evolução tecnológica por meio de acordos e tratados, constituindo-se no paradigma para as nações sul-americanas, quanto à defesa de seus interesses comerciais e políticos e à busca de soluções dos problemas sociais comuns.

É por meio dos elementos simbólicos, em linguagem simples e que instiga a refletir sobre a realidade contemporânea que o suplemento coloca o leitor em contato com um ângulo cosmopolita de compreensão. A matéria não se restringe a divulgar apenas a realização do encontro dos chefes de governo, mas se propõe (e consegue) abrir os horizontes para que o leitor possa vislumbrar os possíveis desdobramentos de um evento importante, revelando-se uma estratégia para ampliar conhecimentos.

1.2. Fernando Henrique estuda a criação de uma espécie de BNDES sul-americano

Uma matéria secundária produzida por Sergio Leo, de Brasília, complementa o assunto. Com o título “Fernando Henrique estuda a criação de uma espécie de BNDES sul-americano”⁶, metade de uma das páginas está destinada a dados sobre o PIB, população e exportação da Comunidade Andina, Mercosul, Chile, Suriname e Guiana e quatro mapas, com o título “A América do Sul hoje: os dados a ser considerados pelos chefes de governo na reunião de Brasília”. Há também uma foto que toma pouco mais de um quarto da outra página, com a legenda: “Fazendeiros na rodovia Panamericana, no Chile em março –protesto contra plano de acordo sobre taxas alfandegárias entre o governo e o Mercosul” revelam que a adesão do Chile ao acordo não foi bem aceita pelo setor agrícola daquele país, mas no texto não há qualquer explicação sobre este fato.

O *EU&* opta por abrir a reportagem com a informação sobre a origem dos investimentos do Mercosul a partir dos arquétipos dos dois maiores blocos econômicos mundiais existentes (Nafta e UE). É desta forma que embasa suas afirmações:

⁶ “Fernando Henrique estuda a criação de uma espécie de BNDES sul-americano”- *EU&*, nº 17, de 25, 26 e 27/ago/2000, p.18

Portugal e Espanha receberam financiamento e investimentos dos vizinhos para garantir o equilíbrio entre os parceiros do mercado comum europeu. O acordo de livre mercado da América do Norte (Nafta) teve nos Estados Unidos seu principal financiador. O projeto de integração da América do Sul [...] também terá uma conta a ser paga. E o Brasil, candidato natural à cobrança já discute os mecanismos para financiar o ambicioso projeto de ligação da infra-estrutura e das economias dos 13 países sul-americanos.

Assim como é possível confirmar em outras matérias, o *EU&* adota como prática apontar as soluções plausíveis em discussão e informa que o então presidente FHC estudava, “a criação de uma espécie de BNDES sul-americano, a futura Corporação Latino-Americana de Fomento (Claf)” a partir da fusão entre duas instituições de fomento regionais: “o Fonplata –um pequeno fundo de financiamento formado pelos países do Mercosul e Bolívia–, e a Corporação Andina de Fomento (CAF), uma instituição dos países andinos”.

Também informa que de todas as instituições envolvidas com a organização da reunião só o Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) tinha o cálculo de quanto custará (US\$ 150 bilhões) realizar as obras consideradas necessárias à integração continental. Consequentemente entende-se que as demais instituições ou não tinham conseguido se organizar adequadamente para o encontro, ou o assunto era tão abrangente e complexo que impedia de se ter essa noção. Também aponta para as prováveis fontes de financiamento, pois segundo o diretor do Instituto para Integração do BID, Juan José Taccone, “cerca de 40% dessa quantia deverá vir de governos e instituições de desenvolvimento internacionais. O restante teria que ser coberto por capital privado”.

A reportagem informa que “o tamanho das quantias envolvidas dá ideia do desafio para os presidentes” e que o setor privado interessado nos projetos sugere que “para ampliação da CAF os países sócios usem parte de suas reservas em moeda estrangeira para formar o capital da nova instituição”. A discussão não se limita ao financiamento dos projetos de infra-estrutura da região: “Na diplomacia brasileira e na equipe econômica, há um debate discreto sobre a tese de que, por seu tamanho e grau de desenvolvimento, o Brasil deverá fazer concessões aos vizinhos em assuntos como comércio e localização de investimentos”. Esta ideia, segundo o suplemento, tinha a simpatia de FHC, como é possível comprovar por meio da cessão feita pelo governo brasileiro quando do acordo automotivo com a Argentina no ano anterior e com o “crescente papel do Brasil como financiador dos vizinhos”: estímulo à construção da termoelétrica boliviana (energia para o Brasil), planos para outra termoelétrica com o Paraguai, além de o BNDES financiar empreiteiras brasileiras na recuperação de estradas paraguaias e, em associação com a CAF, as obras do metrô de

Caracas, na Venezuela. Desta forma, a matéria possibilita visualizar as articulações entre as nações sul-americanas para solução financeira do Mercosul.

As fontes são as oficiais e legitimam as informações e as opiniões: Juan José Taccone (diretor do Instituto para Integração, do BID); Sebastian Alegrètt (secretário da Junta Andina); José Paulo Silveira (secretário de Planejamento e Investimentos Estratégicos do Ministério do Planejamento).

1.3. Países negociam integração há 40 anos

Uma terceira matéria sobre o assunto recebeu o título “Países negociam integração há 40 anos”⁷, está na página 20 e foi feita por Denise Chrispim Marin, de Brasília. Uma foto de meia página mostra uma vitrine de calçados em Buenos Aires, com um homem de costas olhando os produtos e uma faixa: “*Unicamente industria argentina*”. O *lead* sugere que os acordos “costurados ao longo de 20 anos entre os países da Associação Latino-Americana de Integração (Aladi) deverão garantir o livre comércio em 90% do universo tarifário da região até 2006” com a consequente “elevação do fluxo comercial entre os sócios: Argentina, Bolívia, Brasil, Chile, Colômbia, Equador, México, Paraguai, Peru, Uruguai, Venezuela e, desde o ano passado, Cuba”.

Informa que, desde a proposta de integração pan-americana iniciada nos tempos de Simon Bolívar, a experiência mais importante foi a Associação Latino-Americana de Livre-Comércio (Alalc); explica como foi criada, os objetivos e que depois de sua derrocada, em de 1979 os países que a compunham negociaram um novo mecanismo de integração de cujas negociações emergiu o Tratado de Montevideu, em 1980, que originou a Aladi. Portanto, oferece um breve retrospecto histórico. A matéria é encerrada com a informação de que:

Sem a pretensão de ditar regras de conduta política e social a seus membros, a Aladi restringiu-se às intenções econômico-comerciais. Mas tornou-se a “mãe” dos dois principais blocos da América do Sul. Sem registro nessa instituição, o Mercosul e a Comunidade Andina seriam abortados na origem pelas regras do antigo Acordo Geral de Tarifas e Comércio e, posteriormente da Organização Mundial do Comércio (OMC).

Entre as fontes ouvidas estão: Rubens Barbosa (embaixador do Brasil nos EUA) e Bruno Bath (chefe da Divisão de Integração regional do Itamaraty)

⁷ “Países negociam integração há 40 anos” -*EU&*, nº 17, de 25, 26 e 27/ago/2000, p.20

1.4. Apatia no intercâmbio cultural do Cone Sul

Uma quarta matéria feita por Cristina R. Durán, de São Paulo, com o título “Apatia no intercâmbio cultural do Cone Sul”⁸ destaca que apesar das leis e decretos para “promover o intercâmbio cultural no Mercosul pouco se tem avançado neste aspecto. As escassas iniciativas culturais – como a bem sucedida Bienal do Mercosul, em Porto Alegre, cujo foco são as artes plásticas – são pontuais e centram-se quase com exclusividade em parcerias entre o Brasil e Argentina”. Isto é, a cultura é importante fator de integração, mas não tem recebido a mesma atenção das negociações econômicas.

O *lead* faz uma cobrança quanto à desatenção em relação à integração cultural por meio da declaração do diretor-presidente do Memorial da América Latina, com sede em São Paulo e curador geral da última edição da bienal, Fábio Magalhães: “a diplomacia brasileira avançou muito na área comercial dentro do Mercosul [...]. Mas é no aspecto cultural, sindical e de educação que não tem havido um desenvolvimento na mesma medida”. Portanto, entende-se que o caderno reconhece a importância da cultura como aglutinadora de esforços e explica:

Para Magalhães o intercâmbio de atividades artísticas entre países é um fator “extraordinário” de integração. Seria de estranhar, assim, os governos do Mercosul não se preocuparem em alocar recursos para que tal aconteça. O curador aponta as dificuldades econômicas de cada país como obstáculo para que isso se verifique, mas enfatiza: “Quando surge um interesse econômico entre países, seria natural que, no bojo, viesse o interesse cultural, pois essa integração facilita os negócios”.

O *EU&* utiliza como parâmetro o modelo da União Europeia para argumentar sobre a importância dos acordos de blocos econômicos incluírem a integração cultural: “Todos os anos duas cidades de países diferentes, entre os que formam aquela área de livre-comércio, sediam a ‘capital da cultura’ da UE. Os eventos ganham amplos espaços na mídia europeia e atraem cidadãos de toda a comunidade”. E explica que, desta forma, obras de artistas pouco conhecidos, passam a ser reconhecidos.

A Bienal do Mercosul, criada por um grupo de empresários liderados por Jorge Gerdau, presidente do grupo Gerdau, é destacada como “a mais bem sucedida iniciativa cultural empreendida no bloco econômico do Cone Sul, nas artes plásticas. Durante dois meses reúne o melhor da arte contemporânea nos quatro países que compõem o Mercosul – Brasil, Argentina, Uruguai e Paraguai – e de dois convidados”. A edição do ano passado representou investimento de R\$ 5 milhões captados entre empresários por meio das leis de incentivo fiscal.

⁸ “Apatia no intercâmbio cultural do Cone Sul” - *EU&*, nº 17, de 25, 26 e 27/ago/2000, p.21

Entretanto, o *EU&* esclarece que, além das artes plásticas, “a apatia cultural no Mercosul pode ser detectada em todos os setores” e que, em alguns deles até piorou, como é o caso da compra, em 1994, de um piano de cauda inteira, no valor de US\$ 80 mil, pela Associação Patronos do Teatro Municipal com recursos arrecadados entre empresas: “na época foi instituída a unificação das alíquotas alfandegárias do Mercosul, que passaram a ter como base a taxa da Argentina, 20% mais alta”, conforme explica na reportagem o então superintendente da Associação, evidenciando que as negociações tarifárias para o Mercosul prejudicaram as aquisições na área da cultura.

Por fim o *EU&* registra ainda que, com relação ao cinema, “há preconceitos, a começar pelas línguas diferentes”, conforme o crítico de cinema do *Valor* e diretor da Mostra Internacional de Cinema, Leon Cakoff: “O Mercosul não mudou nada no setor”. Desta forma a reportagem fornece par ao leitor um panorama que mostra que a movimentação em torno do Mercosul não contemplou acordos significativos na área da cultura.

Entre as fontes ouvidas estão: Fabio Magalhães (diretor-presidente do memorial da América Latina-SP e curador geral da última edição da bienal), Ivo Nestralla (cirurgião cardíaco e presidente daquela bienal); Marcelo Romoff (superintendente da Associação de Patronos do Teatro Municipal); Leon Cakoff (crítico de cinema do *Valor*)

Quadros Econômicos

1. Argentina

1.1. Argentina (2000): Marcha forçada para a dolarização

O caderno cultural do *Valor* persiste na visão universalizada para se compreender o cenário econômico mundial, ao não se restringir às abrangências territoriais da cobertura jornalística. A crise da Argentina recebe atenção especial ao compor a capa da edição nº 34, que nas páginas internas do suplemento recebe o título: “Crise na Argentina: marcha forçada para a dolarização”⁹, complementado com a linha-fina: “O cerne do problema está principalmente na baixa produtividade e na crescente falta de competitividade dos produtos argentinos no mercado mundial”.

⁹ “Crise na Argentina: marcha forçada para a dolarização” – *EU&*, edição nº 34, de 22, 23, 24 e 25/12/2000, p.16-22

Como já fica explícito na própria chamada de capa, o *EU&* mostra-se como um espaço democrático devido à análise produzida por autor não pertencente ao quadro de jornalistas do *Valor*, reafirmando a tendência do suplemento de adotar múltiplas visões sobre os



problemas econômicos e ampliar o espaço para exposição de ideias.

As frases de destaque em corpo maior (olho) na reportagem de seis páginas são utilizadas não só como recurso de planejamento gráfico para amenizar um assunto tão árido, mas também para dar o tom do enfoque adotado por Resende, ex-chefe do Ipea (Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada), ao intercalar presente e passado, como estratégia de base argumentativa e de ritmo narrativo, como por exemplo: “Quase todas as

Províncias estão quebradas e, juntas, devem mais de US\$ 20 bilhões ao governo, do qual são dependentes”, isto é, a linha racional parte do quadro atual para retroceder até o agravamento da crise, embora não especificamente em relação à dívida das Províncias e sim com visão geral que enfatiza decisões políticas na frase seguinte: “A situação começou a piorar quando a reeleição de Menem se tornou mais importante do que a estabilidade econômica”. Aí retorna ao presente, tecendo considerações sobre as características do endividamento externo daquele país: “Ao contrário do que acontece no Brasil, na Argentina a maior parcela da dívida é externa”. Então, viaja de volta ao passado, uma vez mais, para explicar a origem da dívida externa e fazer uma projeção nada otimista: “O país caiu prisioneiro do imprudente endividamento e, mais cedo ou mais tarde, o risco de uma moratória é real”.

Deste trecho em diante constitui-se numa análise sobre a atual situação, ao apontar que a crise circunscreve dimensões que extrapolam as preocupações do país e alcançam seus principais credores: “Até o FMI já começa a aceitar que, nas atuais circunstâncias, insistir na terapia recessiva pode forçar a Argentina a dar um tiro no próprio pé”. A última frase destacada do artigo revela as perspectivas nada otimistas para o país: “O cenário é de crescente paralisia e desesperança; intuitivamente, o povo sabe que o país ainda corre o risco de explodir ou implodir”.

É interessante notar que o *EU&* adota um tratamento de reportagem para os artigos ao conjugar texto, fotos, gráficos, mapas e tabelas para facilitar a interpretação pelo público. Isto porque um artigo raramente apresenta esse tipo de elementos; quando muito recebe uma ilustração. Assim, além do texto, compõem o material: uma foto (da Associated Press) de quase meia página do tablóide, com os presidentes De La Rúa e Fernando Henrique Cardoso, em plano médio, durante o 19º Encontro do Mercosul ocorrido uma semana antes; outra foto traz a seguinte legenda: “Membros da guarda presidencial saem do Palácio do Governo, decorado para o Natal: os argentinos preferem culpar o gigante do norte, ‘esquecendo’ que o solidário Brasil é o único grande mercado onde o país ainda faz negócios com lucro”. Dois gráficos, um sobre inflação e outro sobre a taxa de desemprego, os indicadores do PIB real e nominal e um mapa com todas as Províncias argentinas compõem um quadro com o título “Retrato da crise” com a projeção para 2001, a partir de dados dos últimos três anos.

O suplemento apresenta certa aproximação com o texto científico tanto na estrutura (apresentação do problema, reflexão teórica e considerações finais, mesmo sem citar esses itens), quanto ao manter a epígrafe do economista alemão de 2000, naturalizado americano Rudiger Dornbusch (1942-2002) que sintetiza, ao que tudo indica, a visão de Resende: “Não há simpatias por taxas de câmbio fixas ou gerenciadas, nem por socorro a euros ou pesos ou por qualquer outro ativo mal administrado no exterior”. Apesar das características do texto acadêmico e da carga opinativa típica dos artigos, de modo geral a matéria está muito bem fundamentada, logo, quanto ao conteúdo se assemelha à abordagem de reportagem, constituindo-se, ao que se pode chamar de um texto híbrido.

Um dos aspectos mais arraigados à cultura argentina é tratado com sutileza, pelo *EU&*: o anseio de ser superior é atribuído ao contraste histórico dos aspectos econômico e cultural entre a Argentina e os vizinhos. Resende explica que o povo argentino autoconfere o “sentimento de aristocrática superioridade”, porque no “início do século XX [o país] chegou a ficar entre as dez economias mais desenvolvidas do mundo”, com a mudança de “Buenos Aires em uma das cidades mais luxuosas do planeta”, enquanto o “Brasil ainda tentava reestruturar a sua economia para funcionar sem a mão de obra escrava”.

Além de captar essa mentalidade argentina, a matéria alarga a abordagem cultural ao destacar também o nível de civilidade dos argentinos que “já eram um povo saudável, educado e culto, quando os governos dos países vizinhos ainda procuravam maneiras de diminuir a insalubridade e o analfabetismo”. Ao mesmo tempo, o texto não exclui a informação de que as pretensões de superioridade do povo não se confirmam no aspecto

econômico e financeiro, pois a situação do país “está mais próxima de seus vizinhos latino-americanos do que do perseguido ideal europeu”.

O autor pinça na história da política econômica da Argentina a justificativa para o empobrecimento como, por exemplo, os “erros acumulados durante décadas, recentemente agravados por inúmeros choques externos” e retrocede a meados do século XIX, quando “o país tornou-se relativamente estagnado e sobrecarregado com gastos públicos elevados, sobretudo nas Províncias, onde prevalece o que há de pior no caudilhismo”. Outro trecho onde é possível constatar a explicação de que a política econômica adotada resultou na situação atual é a afirmação de que “os governos populistas (Perón e Isabelita), o sindicalismo exacerbado e os governos militares (Guerra das Malvinas) inviabilizaram a economia argentina que desembocou na hiperinflação”, só debelada em 1991, no governo Menem (plano de Domingo Cavallo ministro da Fazenda). Informa que o plano para conter a inflação atrelou o peso ao dólar, mas que a obsessão de Menem pela terceira reeleição levou ao relaxamento fiscal e inviabilizou o plano.

O caráter cosmopolita volta a transparecer no *EU&*, pois Resende inclui na análise os reflexos dos macrodesequilíbrios mundiais como corresponsáveis pela atual crise ao acrescentar que “nos últimos anos, a sequência de choques desfavoráveis em um mundo globalizado agravou o problema” e cita as crises mexicana, asiática, russa, brasileira “além da queda das ‘commodities’ agrícolas”. Esse cosmopolitismo está no enfoque que transcende os contornos nacionais e se desloca para uma visão ampliada sobre as raízes estruturais das crises.

O artigo não se baliza apenas pelo objetivo de informar, mas procura apontar desdobramentos plausíveis da crise, o que pode levar, além da formação da opinião, à possibilidade de instaurar debates sobre o assunto: ou os argentinos desvalorizam o peso, “o que significaria uma quebra geral e a volta da inflação, já que a maior parte das dívidas está lastreada em dólar”; ou reduzem ainda mais drasticamente os preços e salários do setor público para aumentar a competitividade da economia, “o que parece ser politicamente inviável, como sugerem os tumultos em Buenos Aires”.

Para reforçar essa possibilidade de abertura ao debate e as opiniões destoantes, o autor também admite outros pontos de vista como a proposta de Dornbusch de “redução coordenada de cerca de 30% nos preços e salários do setor público”, o que segundo Resende é uma proposta impossível para “o frágil governo de um país com notória tradição sindicalista”. Para encerrar este quadro econômico, o autor associa o provável infeliz desfecho da crise ao principal produto simbólico cultural argentino: “Diante do impasse, mesmo após a ajuda financeira de cerca de US\$ 40 bilhões (anunciada, mas ainda não

aprovada pelo ‘*board*’ do FMI) resta apenas esperar e assistir ao triste epílogo esboçado para a já normalmente melancólica terra do tango”.

Entretanto, o artigo não termina aí. Sem que haja subtítulos, ocorrem várias divisões derivativas do assunto, apenas indicadas por sinal gráfico. Conforme análise acima, na primeira parte Resende esquadrinha a crise argentina, suas causas e prováveis desdobramentos. Num segundo momento, o autor desenvolve uma reflexão teórica sobre os riscos de se atrelar “uma moeda fraca a uma moeda forte, de forma que a paridade possa ser constantemente ajustada”, uma vez que o reajuste da paridade “aciona movimentos de capitais especulativos que podem levar a uma desastrosa crise cambial”.

Novo enfoque do assunto aparece num terceiro momento e aborda as medidas políticas do governo De La Rúa para sanar as finanças argentinas. Neste trecho, o autor preconiza um crescimento menor do PIB argentino e situa o leitor quanto à fragilidade política em que se encontrava o governo naquela época, informando que houve enfraquecimento da já “tênue aliança governamental entre a União Cívica Radical (UCR) e a Frente do País Solidário (Frepaso), após a renúncia do vice-presidente do país, Carlos Alvarez, em 6 de outubro”.

Outra mudança de enfoque no artigo é o trecho a seguir que apresenta uma espécie de “considerações finais” as quais sintetizam criteriosamente as presumíveis implicações da crise, na avaliação do autor do artigo:

As lições de toda essa lamentável situação são: primeiro, a política econômica não deve ser míope e vislumbrar apenas o curto prazo. Segundo, o objetivo de tal política é ir além da contenção da inflação a qualquer custo. É preciso preservar o desenvolvimento com justiça social – o insubstituível ‘sangue’ que garante vida tranquila e saudável em qualquer país. Terceiro, como a economia é serva da Política (como deve ser em qualquer regime democrático), não há boa prática econômica que resista aos maus costumes políticos, lamentavelmente abundantes em nossa região. Quarto, na prática, mais do que o regime cambial adotado por um país, interessa o estado em que se encontram suas contas públicas. Por último, a partir de certo ponto, a ociosidade de homens, máquinas e recursos naturais – a recessão duradoura-, quase sempre oficialmente patrocinada com base em um diagnóstico equivocado e inspirado de fora para dentro, além de determinar a inútil ‘sangria’ da economia nacional, pode ser também elemento catalisador para uma perigosa explosão de descontentamento social e político.

Como se comprova, a superficialidade passa longe da abordagem dos panoramas gerais pelo *EU&*, especialmente porque os legitima na esfera dos elementos simbólicos e prospecta no campo da Economia os componentes essenciais para subsidiar as análises, bem

como por associá-los [os panoramas] a determinados aspectos do campo da cultura, como é o caso da alusão explícita no encerramento do artigo: “A trágica ascensão e queda da Argentina, temperada pelo errático sobe-e-desce de sua economia, poderia servir de matéria-prima para mais um tango, pois tanto a tristeza como o ritmo [...] são idênticos. Quando nada, essa seria uma forma de preservar alguma soberania cultural para o país”.

O caderno faz conexão que parece interessar ao leitor, inclusive ao utilizar analogias com elemento cultural incontestemente de identidade brasileira: “ao Brasil cabe cuidado redobrado para que também a nossa tão sonhada e custosa soberania não venha a ficar restrita a mais um samba”. O *EU&* ressalva que, apesar da importância cultural dos dois estilos musicais, eles por si só não seriam suficientes como herança dos dois países: “Carlos Gardel e Noel Rosa são ícones de incalculável valor. Entretanto, apesar de mundialmente respeitados, significariam pouco, caso fossem o único legado de duas nações de porte e, sobretudo com o potencial, da Argentina e do Brasil”.

Esta vinculação da crise econômica com cultura (Argentina ao tango; Brasil ao samba) envolve o leitor num raciocínio inteligente, aprofundado e “musicalmente” interessante, num exercício com interface dos dois campos (Economia e Cultura), cuja autonomia conforme a teoria dos campos de Bourdieu é relativa, mas mantém regras específicas de funcionamento. Uma vez mais se confirma que, por meio deste artigo, o universo de conhecimento do leitor pode ser enriquecido culturalmente.

1.2.Argentina (2008)

1.2.1. Enigmas argentinos

Outra matéria que traduz a proposta do suplemento de veicular visão macroeconômica e que amplia o repertório de conhecimentos do leitor por fornecer elementos para uma análise crítica com prismas diferenciados embasados na cultura ou em episódios que compõem a história de uma Nação, (portanto, com caráter cultural), é a que consta da capa da edição 424. Com o título “Qual o futuro da Argentina? As armas de Cristina Kirchner para afastar o terror de nova moratória”, o assunto é explorado em quatro matérias, todas de autoria de Janes Rocha, de Buenos Aires. A reportagem principal recebeu o título “Enigmas argentinos”¹⁰ e a linha-fina: “Há um ano no poder, Cristina Kirchner governa um país com economia envolta em dúvidas (e dívidas) agora agravadas pela crise

¹⁰ “Enigmas argentinos” - *EU&*, edição nº 424, 21, 22 e 23/11/2008, p.4-6

internacional”. Chama a atenção uma bela foto da presidente, feita pela *Associated Press*, em plano próximo, ocupa uma página inteira do caderno.

O *EU&* utiliza como “gancho” jornalístico a estada de um ano de Cristina Kirchner na Presidência da República argentina e contém subsídios que exprimem cuidadosamente a saúde financeira do país. Novamente emprega expressões econômicas não explicadas para o



leitor o que reafirma a dedução de que o suplemento considera desnecessário esclarecer sobre as mesmas por serem de domínio do campo de atuação de seu público.

Para legitimar as informações publicadas, o *EU&* expõe a opinião e as previsões de economistas, analistas e representantes das principais agências de *rating*¹¹ como possíveis respostas à seguinte questão: “A Argentina está à beira de uma nova crise?” A indagação não fica sem resposta, pois o caderno esclarece que

os especialistas mencionados acima tinham dúvidas quanto a uma nova moratória, mas ressalta que para os observadores locais esse risco inexistia como é o caso da opinião de Rodrigo Alvarez¹²: “A economia argentina tem recursos para não entrar em um novo *default*¹³”. Registra, também, duas outras opiniões que reforçam esta ideia: (1) a de Gabriel Torres¹⁴: “quando se olha para os ativos do governo, se vê que são suficientes para pagar a dívida”; (2) a do brasileiro Juarez Kissmann¹⁵: “a desaceleração da economia é ‘visível’, mas não prevê uma nova crise”.

A análise panorâmica apresentada pelo *EU&* tem como característica a cautela quanto à previsão dos desdobramentos do quadro econômico e inclui a contraposição de opiniões ou a opinião seguida de determinadas condicionantes. O caderno pondera que, para alguns observadores, o futuro das finanças argentinas era incerto devido à extensão dos efeitos da crise econômica de 2008 dos EUA serem desconhecidos. Portanto, outra característica que se

¹¹ Agências de *rating* - Agências de classificação de risco de empresas ou de países

¹² Alvarez - diretor da consultoria da Ecolatina

¹³ *Default* - Incapacidade de pagar dívidas no tempo acordado ou de cumprir outras obrigações previstas em contrato ou acordo. Disponível: http://www.cvm.gov.br/port/public/publ/ie_ufrj_cvm. Acesso: 02/01/2010

¹⁴ Gabriel Torres - vice-presidente da *Moody's* (agência de *rating*)

¹⁵ Juarez Kissmann - vice-presidente da Weg Equipamentos Elétricos, há 14 anos no país

repete é a conexão entre as relações comerciais internacionais e a situação interna ao informar que o país, apesar de ter indicadores saudáveis, apresentava sinais suspeitos de solvência por ter reduzido o ritmo de crescimento que acompanhava o dos tigres asiáticos. A comprovação desta redução vem com a informação de que o índice de desaceleração apontado pelo Banco Central do país caiu de “7,5% de expansão no segundo trimestre do ano contra 8,3%, no primeiro”, ou seja, com esses números não é possível contestar.

Aliás, conforme trecho reproduzido abaixo, indicadores econômicos, taxas, dados e índices abundam nesta e em outras matérias analíticas com enfoque no panorama financeiro, o que indica que certos tipos de informação e de argumento extraídos do campo de atuação do público do *EU&*, compõem o escopo de interesse a ser priorizado.

Os números do BC revelam que o investimento em proporção ao PIB foi de 22,8% no segundo trimestre (último dado disponível), comparados a 22,6% no primeiro e 21,6% no fim de 2007. O desemprego subiu apenas meio ponto, de 7,5% no fim do ano passado para 8% em meados deste. O governo tem mantido um superávit primário da ordem de 3,2% a 3,3% do PIB e a dívida pública em proporção ao produto vem em trajetória decrescente desde 2005, quando representava 73,5%. Hoje, são 48,7%.

Embora o trecho acima apresente um quadro que, de certa forma neutraliza a redução do ritmo do crescimento anteriormente citado, a reportagem também registra que o grande nó era a inflação que só naquela época começava a se estabilizar acima de 20% pelo pior motivo: desaceleração da economia. Assinala, ainda, que o indicador de preços oficial (IPC) estava sob suspeita de manipulação desde janeiro do ano passado, conforme o seguinte fragmento: “hoje ninguém mais acredita no índice oficial da inflação, que está entre 6,5% e 7% anuais, enquanto pesquisas independentes apontam para 25% a 30%”.

O suplemento também adota o expediente de apontar os desafios a serem vencidos e nesta análise não é diferente como mostra o trecho que indica os pontos que precisam ser superados para os próximos três anos pela presidente: “não deixar o país entrar em recessão, recuperar a credibilidade do IPC e dar conta de um elevado volume de vencimentos da dívida interna e externa já em 2009, de quase US\$ 20 bilhões”, com lacuna de US\$ 8,5 bilhões entre o caixa disponível e o que deveria ser pago.

Assim como em outros panoramas econômicos, o *EU&* inclui um breve cenário das forças políticas do país: “do ponto de vista político, o desafio de Cristina é vencer as eleições legislativas em 2009, quando será renovado um terço da Câmara dos Deputados”. Além disso, há previsão de desdobramentos com a opinião do analista político Jorge Giacobbe: “Se o governo perde, a situação será mais complicada para os dois anos seguintes de mandato”.

E pondera que, apesar do enfraquecimento político do governo devido à situação nebulosa, a oposição também não tinha conseguido se destacar (uma parte estava associada ao passado e havia demanda por novas lideranças).

Além das fontes citadas, outras também foram ouvidas: Roberto Lavagna (ex-ministro da economia da Argentina); Cláudio Lozano (economista, deputado nacional por Buenos Aires e membro da oposição Projeto Sul)

1.2.2. Chávez e outros problemas

O suplemento também adota a prática de recuperar alguns episódios passados relacionados à situação atual. Neste caso, há duplo enfoque, com o título “Chávez e outros problemas”¹⁶ para reavivar na memória do leitor alguns fatos ocorridos durante a eleição de Cristina Fernández Kirchner, sucessora do marido, e cujo mandato tinha começado em dezembro do ano anterior [2007]:

Os US\$800 mil apreendidos numa maleta preta, em agosto de 2007, no aeroporto de *Ezeiza*, não declarados oficialmente, foram apontados como recursos destinados à campanha política da presidente. O caso ainda está sob investigação, mas ficou comprovada a origem do dinheiro: a estatal de petróleo venezuelana, PDVSA, ou seja, o governo de Hugo Chávez.

Embora o título sugira que o conteúdo da matéria seja pertinente ao presidente da Venezuela, a informação acima é a única menção a ele. Portanto, outros agravantes das dificuldades do mandato de Cristina predominam na matéria, como a decisão, em março, do ministro da Economia Martin Lousteau de decretar aumento brutal nas retenções sobre as exportações de soja, milho trigo e girassol, ato considerado confiscatório pelos agricultores e que abalou as estruturas econômicas com o desabastecimento nos grandes centros, alta inflação e fuga de capitais.

Indica ainda que “a popularidade de Cristina despencou de 60%, quando assumiu o posto, em janeiro, para pouco mais de 20% em junho, quando o movimento [dos agricultores] foi suspenso”, agravada pela redução drástica da base aliada devido ao abandono do governo por muitos políticos para ficarem ao lado dos eleitores em suas zonas eleitorais. Também aborda as implicações políticas das decisões econômicas e inclui as medidas adotadas pela presidente para controlar a fuga de capitais: usou US\$ 3 bilhões em reservas (compra e venda de dólares). A matéria registra que as “más notícias” cessaram só em agosto, quando estourou a crise financeira internacional e que, conforme trecho abaixo, para acalmar o mercado,

¹⁶ “Chávez e outros problemas” - *EU&*, edição nº 424, 21, 22 e 23/11/2008, p.6-7

a presidente argentina mostrou todas as cartas boas que tinha na manga. Antecipou o resgate de títulos da dívida soberana, anunciou o desmanche de velhos esqueletos originários da época da moratória, como a dívida com o Clube de Paris e a renegociação da dívida com os chamados “*holdouts*”, investidores internacionais detentores de bônus do Tesouro argentino que não entraram na renegociação da dívida de 2005 e cobram seus créditos na Justiça de Nova York. Mas o mercado não se convence.

Ao reavivar alguns fatos que implicaram desgaste da autoridade da presidente argentina, bem como as medidas por ela adotadas para evitar uma derrocada econômica no país, o *EU&* proporciona elementos que facilitam a compreensão da intrincada situação tanto com relação às nuances da economia quanto da política da Argentina, além das articulações do país com organismos de outros países. Deste modo, é possível para o leitor incorporar novos elementos e, por conseguinte, ampliar seu repertório cultural.

1.2.3. Acerto com o FMI passa por Obama

A terceira matéria, que compõe a cobertura do quadro econômico argentino, em 2008, é a mais curta de todas e recebeu o título “Acerto com o FMI passa por Obama”¹⁷. Com enfoque nas relações da Argentina com o FMI e, por meio da opinião de Raul Ochoa, ex-subsecretário de Comércio Exterior 1990-1991, o *EU&* informa que “a chegada de Barack Obama à Casa Branca abre espaço para que a Argentina volte a negociar com o FMI com bases mais favoráveis”. Também esclarece que o país tinha quitado a dívida com o FMI em 2005 e desde então o casal Kirchner tinha estado criticando a instituição, o que travava o acesso do país a novos recursos. E ainda que os Kirchner recusavam-se a submeter as contas do país às inspeções periódicas, que Obama tinha demonstrado boa vontade com a Argentina e queria conhecer a presidente. O suplemento registra ainda que a Argentina mantinha uma postura dupla em relação aos EUA de Bush: uma postura interna dura de distanciamento, mas tinha assinado acordos de cooperação no combate ao narcotráfico e ao terrorismo.

Percebe-se que o *EU&* vai montando as peças do quebra-cabeça do quadro econômico argentino com matérias que cobrem vários ângulos de abordagem, o que possibilita alargar a visão para além das questões meramente econômicas.

¹⁷ “Acerto com o FMI passa por Obama” - *EU&*, edição nº 424, 21, 22 e 23/11/2008, p.7

1.2.4. Lavagna, um precursor de intervenções que hoje se tornam comuns

Para completar o material jornalístico desta cobertura, em uma entrevista do formato “pingue-pongue”, o idealizador do modelo econômico que tirou a Argentina da pior crise de sua história analisa a situação econômica da Argentina, na época. Com o título “Lavagna, um precursor de intervenções que hoje se tornam comuns”¹⁸, o ex-ministro da Economia lembra que as medidas anticrise tomadas pelos EUA, como a estatização de bancos e alongamento de prazo para os devedores hipotecários tinham sido proibidas pelo FMI quando a Argentina viveu seu pior momento econômico. A entrevista reúne questões que detalham do programa idealizado por Lavagna como, por exemplo, em quais autores ele se inspirou ou como a crise ajudou “a aplicar um programa contrário ao que recomendava a comunidade financeira internacional”. São informações que trazem conotação de ousadia na ação do ex-ministro, que se repete em matérias focadas no desempenho pessoal. Explica que três anos após ter saído do governo, Lavagna revela que o plano foi inspirado em economistas como Paul Krugman¹⁹, Dani Rodrick²⁰ e Jan Tinbergen²¹, sobretudo quanto a “não acreditar em reajustes automáticos do mercado” e, portanto, que era “necessário um Estado com alguma capacidade para regular”. Assim, a legitimação por meio de estudiosos do campo econômico também dá sustentação à entrevista.

Ao revelar a crítica de Lavagna ao ex-presidente Fernando de La Rúa por ter dito que tinha feito o possível, quando no final de 1999 e início de 2000 impôs ajuste tributário, o suplemento mantém a prática de explicar as opiniões controversas: para o economista, não se tratava de fazer o que era possível dentro das regras do FMI e sim “entender que era necessário romper com um esquema de pensamento, libertar-se e fazer o que era necessário”. Também diz que depois das eleições de 2005, a saída dele do governo foi tranquila, sem crise, mas que considerava as mudanças econômicas ruins. Mostra que na opinião do ex-ministro a inflação subiu tanto porque em 2006 e 2007 tinha ocorrido aumento de gastos públicos da ordem de 50% cada ano, mas que ele não acreditava que a Argentina estivesse à beira de outra crise, porque havia superávit fiscal e superávit da conta corrente.

¹⁸ “Lavagna, um precursor de intervenções que hoje se tornam comuns” - Idem, p.8-9

¹⁹ Paul Krugman – economista norte-americano, autor de diversos livros, colunista do *The New York Times*, professor de Economia e Assuntos Internacionais na Universidade *Princeton* e vencedor do Nobel de Economia, em 2008. Disponível: <http://www.cultura.dequalidade.com.br/?p=1025>. Acesso: 05/01/2010.

²⁰ Dani Rodrik – professor de Economia Política na Escola de Governo John F. Kennedy da Universidade de *Harvard*, é o primeiro ganhador do *Prêmio Albert O. Hirschman*. Disponível:

<http://www.valoronline.com.br/?impresso/opiniaio/96/5415905/em-breve-capitalismo-3.0> Acesso: 05/01/ 2010

²¹ Jan Tinbergen (1903-1994) – economista holandês nascido na cidade de Haia, ganhador do Prêmio Nobel de Economia (1969), dividido com o economista norueguês Ragnar Frisch. Disponível: <http://www.dec.ufcg.edu.br/biografias/EcJanTim.html>. Acesso: 05/01/2010.

Quanto à crise financeira internacional, Lavagna esclarece que esta agregou um complicador aos três problemas existentes a partir de 2006: mais inflação, menos investimentos, menos empregos, o que implicava em mais pobreza. Também afirmava que a decisão de Cristina de estatizar as AFJP²² não era para pagar dívidas, mas para reforçar o caixa, porque desde 2005, gastou-se mais da metade do superávit de dois anos atrás por causa do aumento de 50% com gastos públicos.

2. Brasil

2.1. Conversibilidade plena: em busca de um mercado equilibrado

Outro panorama de conjuntura geral como forma de agregar mais capital cultural ao leitor do *Valor* está na matéria de capa da edição nº 126, desta vez sobre o Brasil. O artigo,



com o título: “Conversibilidade plena: em busca de um mercado equilibrado”²³, completado pela seguinte linha-fina: “Para recuperar a estabilidade, é preciso dar solvência, a longo prazo, às contas públicas de forma consistente, como discorre Edmar L. Bacha²⁴, em seu artigo para o *Valor*”.

Assim, repete-se a opção do suplemento em contemplar a produção de alguns profissionais não pertencentes à equipe do jornal no espaço nobre da publicação: a capa. Isto reafirma a disposição de expor também outras leituras da realidade

e não ficar restrito à própria equipe da redação, numa abertura que possibilita a pluralidade de visões. No entanto, é a chamada da capa que prenuncia o conteúdo da análise desenvolvida por Bacha no momento em que o Brasil buscava manter a todo custo, a estabilidade econômica conquistada depois de vários planos fracassados: “O fim da trilogia

²² AFJP - Administradoras de Fundos de Aposentadorias e Pensões

²³ “Conversibilidade plena: em busca de um mercado equilibrado”- *EU&*, nº 126, de 03, 04 e 05/11/2003, p.10-13

²⁴ Edmar L. Bacha foi pesquisador da Universidade de Harvard e do MIT. Integrou a equipe que criou o Plano Real entre 1993 e 1995, comandou o BNDES, presidiu a BBA Securities em NY. Disponível: http://intra.vila.com.br/sites_2002a/urbana/site_economia/bibliografia.htm Acesso: 29.12.2009

monetária: artigo de Edmar Bacha avalia que nova URV pode ser o real conversível e que, após inflação, é hora de enfrentar a crise externa”.

Uma das peculiaridades do *EU&* é buscar fontes de reconhecido sucesso profissional e intelectual, conforme se verifica já no início do artigo que encontra, no embasamento teórico de um economista renomado, as diretrizes para desenvolver sua linha racional e informar que “no final dos anos 40, a Cepal de Raul Prebisch apresentou interpretações novas sobre dois graves problemas da economia latino-americana: a inflação e o déficit externo”. De novo, não faz qualquer alusão ao significado de “Cepal”²⁵ ou sobre quem é Raul Prebisch²⁶, o que permite deduzir que o público do *EU&* já tem domínio desse conhecimento, portanto a interação autor-leitor parte de um nível acima do costumeiramente adotado pelos jornais de interesse geral.

O artigo retrata o quadro de incertezas políticas e econômicas do Brasil no início de 2003, busca nas justificativas teóricas a legitimação da análise da situação. A maior parte do texto dá prioridade às considerações sobre o déficit externo, uma vez que no entendimento do autor, que integrou a equipe criadora do Plano Real, o problema da inflação brasileira estava controlado por meio deste Plano.

A força textual argumentativa se manifesta na recapitulação sobre os mecanismos inflacionários nos detalhes da explicação da teoria cepalina, que responsabilizava “os fatores estruturais” pela inflação, os quais aumentavam os preços de alimentos e produtos importados à medida que a economia se industrializava. Os argumentos também recebem reforço, quando da explicação de que esta idéia “ganhou formatação analítica através da teoria inercialista da inflação”, segundo a qual os preços estão relacionados com o câmbio e com os salários e que para ambas as teorias (a cepalina e a inercialista) a oferta da moeda é endógena. Mais uma vez, pode-se deduzir que a reportagem não é superficial. Da apreciação dos mecanismos inflacionários, o artigo retorna à situação brasileira e explica que a solução criativa para se evitar o congelamento de preços no Brasil foi “a instituição de um indexador diário universal – a URV”, como unidade de conta e depois “transformado no novo meio de troca desindexado do país”, o que representou a solução do problema inflacionário.

²⁵ Cepal – Comissão Econômica Para a América Latina e o Caribe, criada em 25/fev/1948, pelo Conselho Econômico e Social das Nações Unidas (Ecosoc) tem sede em Santiago, Chile. Disponível: <http://www.cepal.org/cgi-bin/getProd.asp?xml=/brasil/noticias/paginas/2/5562/p5562.xml&xsl=/brasil/tpl/p18f.xsl&base=/brasil/tpl/top-bottom.xsl>. Acesso: 28.12.2009

²⁶ Raul Prebisch (1901-1986) - secretário executivo da Cepal de 1950 a 1963, defendia que a divisão internacional do trabalho distanciava os países centrais dos países periféricos. Disponível: http://www.cepal.org/cgi-bin/getProd.asp?xml=/noticias/paginas/5/13975/P13975.xml&xsl=/tpl/p18f-st.xsl&base=/tpl/top-bottom_acerca.xsl; Acesso: 28.12.2009

Resolvida a questão da inflação brasileira, o autor observa que, quanto ao segundo grande problema considerado pela Cepal, “o estrangulamento externo” infelizmente ainda não está solucionado no Brasil. Numa abordagem densa, complexa e competente o *EU&* explica que na versão cepalina original “o estrangulamento externo estava ligado à chamada deterioração secular dos termos de intercâmbio dos produtos primários, aliada às supostas inelasticidades-preço tanto da oferta de produtos exportados como da demanda de produtos importados”. Isto evidencia que a complexidade do campo econômico não recebe tratamento simplista por parte do *EU&*, mas, ao contrário, procura desenvolver uma racionalidade que foge do senso comum e eleva o nível de discussão.

Para construir as diretrizes do raciocínio, o conteúdo privilegia aspectos teóricos e dados econômicos, além de abrir espaço para outros modelos propostos para o quadro brasileiro. É o caso dos autores Assaf Razin e Efraim Sadka, Guillermo Calvo e a opinião de Pêrsio Arida de que “um programa de conversibilidade integral da moeda [...] sinalizaria com firmeza o desiderato da sociedade brasileira de incorporar-se à globalização”. Esta abertura de espaço para opinião de outros autores enriquece a análise, pois possibilita ao leitor expandir sua própria visão. Além disso, não só a complexidade do tema, mas também a linguagem peculiar do campo econômico em certos aspectos aproxima-se do texto acadêmico, lembrando a explicação sobre cultura erudita (ou acadêmica) de Alfredo Bosi tratado neste trabalho.

Para encerrar o artigo, que se revela um exercício narrativo de qualidade, Bacha faz uma previsão, que se aproxima mais de uma recomendação:

com a conversibilidade, completar-se-ia a trilogia monetária buscada pelo plano Real. Além de unidade de conta e de meio de troca, a moeda própria do país, flutuante em relação ao dólar, passaria a ser uma legítima reserva de valor. Com base nela poder-se-ia então construir um sistema financeiro interno com contratos de longo prazo, superando-se, assim, a condição de vulnerabilidade externa que persegue o país desde os primórdios da industrialização.

A fluência verbal do texto e o conteúdo complexo e elucidativo condizentes com as características do *EU&*, oferecem ao leitor um amplo esboço de como se configura o quadro econômico brasileiro no início de 2003, quase como se quisesse situar o leitor sobre as condições que o presidente Lula iria se deparar no primeiro mandato dele. Isto não está explícito em qualquer momento, mas o conteúdo abordado conduz para essa ideia. Ter conhecimento de tais informações possibilita o domínio de certas regras sociais que o campo de atuação do público do *Valor* requer, porque, conforme citado (capítulo I), é desta forma que os produtos culturais constituem as identidades pessoal e social do leitor, pois segundo

Bourdieu (1997a, p.165) “sob pena de se sentirem deslocados, os que penetram em um espaço [social] devem cumprir as condições que ele exige tacitamente de seus ocupantes”.

2.2. Brasil e as negociações com o FMI

2.2.1. Belos sonhos, dura realidade

Identifica-se a sensação de incerteza de alguns setores brasileiros, quanto à renovação



do acordo com o FMI por parte do presidente Lula, que tinha assumido a Presidência da República em janeiro de 2003. A chamada de capa da edição 165, com o título “Grandes ambições, pequenos recursos”, completado pela frase: “A repetição do vai-não-vai ao FMI expõe dilemas que o Brasil precisa resolver” refletem essa incerteza, mas a própria evolução da análise também indica isso. Trata-se de um artigo de autoria do sócio-diretor e estrategista da Fidúcia Asset Management, Marcelo Lara Resende, sobre o acordo do Brasil com o FMI, portanto,

uma vez mais a matéria de capa não foi produzida por alguém da equipe da Redação do *Valor*, o que reafirma o caráter de esfera pública do *EU&*.

Na parte interna do suplemento, o título “Belos sonhos, dura realidade”²⁷ dá a entender que o presidente até poderia ter boas propostas, mas que a realidade o impediria de concretizá-las atribuindo um sentido de ingenuidade às aspirações do presidente Lula. Como é possível verificar, a linha-fina “A recuperação cíclica da economia é praticamente certa. E o desenvolvimento duradouro?” traz a conotação de que a recuperação da economia brasileira, naquela ocasião, independia da competência do governo, pois conforme ele argumenta, cumpria um ciclo automático decorrente de medidas adequadas anteriores. Mas, a indagação logo em seguida lança dúvidas quanto à possibilidade de um desenvolvimento econômico prolongado. Além do título, antes do início do texto propriamente dito, a seguinte frase como epígrafe (recurso mais empregado em artigos científicos) retirada do conteúdo de

²⁷ “Belos sonhos, dura realidade” - *EU&*, nº 165, de 31/out, 1 e 2/nov/2003, p. 10-13

palestra ocorrida em 1984, portanto 19 anos antes daquele momento, soa como uma espécie de alerta ao governo para que seja cuidadoso em não comprometer o que já foi conquistado:

“Atualmente, o perigo é que, tendo feito enorme progresso na luta contra a inflação, os países (...) possam considerar tal progresso consolidado e perseguir, com desprendimento, políticas monetária e fiscal expansionistas. Se isso acontecer, os sacrifícios suportados nos últimos três ou quatro anos terão sido em vão.”

“J. de Larosière, então diretor-gerente do FMI, em palestra no Instituto Internacional de Finanças Públicas, agosto de 1984.”

A conotação é “Não sou eu quem está dizendo, e sim o diretor-gerente do FMI”. O tom de crítica é direcionado no início ao presidente Lula, mas está presente em diversos outros trechos: “O presidente Luiz Inácio Lula da Silva mais uma vez anunciou a data da virada da economia brasileira. Embora o espetáculo do crescimento não tenha começado em julho, como prometeu, agora o presidente insiste que ‘acabou o tempo das vacas magras’”. Consequentemente o texto sugere que o pronunciamento de 8 de outubro do presidente ao anunciar que “no último trimestre do ano e começo de 2004, a economia vai voltar a crescer” é uma nova promessa que não seria honrada.

Um dos mecanismos para conferir credibilidade é a comprovação da análise por meio de argumentos consistentes, em que o autor contrapõe as opiniões do então ministro da Fazenda Antônio Palocci à do presidente, cujas divergências estão a seguir de forma resumida: segundo o *EU&*, na opinião de Lula, a inflação ficará entre 7% e 5%, as exportações vão ser recordes e os juros vão continuar caindo. Para Palocci, “o cenário econômico ainda é nebuloso”, o que justifica manter “uma política pautada pela necessidade de manter rigoroso ajuste econômico em 2004”. Lula diz que “o governo está fazendo tudo para reativar o PIB, enquanto o pragmático ministro alerta que é preciso ter calma”, mas afirma que o país está no caminho certo. Assim, “é nesse clima otimista por dever de ofício e de olho no calendário político (nas eleições municipais de 2004), que o governo, tentando disfarçar a ambiguidade, avalia se deve ou não renovar o acordo com o Fundo Monetário Internacional”.

Deste modo, é possível confirmar que o *EU&*, a despeito de toda a coerência e articulação textuais predominantes na abordagem dos temas, não ignora pontos polêmicos ou contraditórios nos conteúdos a que se propõe desenvolver mesmo quando são setores distintos do mesmo governo. No trecho acima é possível perceber que a perspicácia do autor capta as declarações contraditórias do presidente e do ministro e a tentativa de contornar as divergências de informação, bem como alerta para os interesses político-eleitorais de 2004. Antes de opinar sobre o acordo, Resende volta ao tom crítico sem explicitar a quem se

dirige, apenas fica subentendido que se refere a medidas políticas anteriores, ao recordar que o “endividamento excessivo levou a economia brasileira ao impasse” daquele momento. E torna a instigar o atual presidente: “a dúvida quanto ao tamanho e à dinâmica da dívida impede a retomada do desenvolvimento econômico sustentado, a despeito das reiteradas promessas de um cada vez mais ansioso presidente Lula”. Contudo, o *EU&* fundamenta a matéria em dados, indicadores e taxas para analisar um assunto, cuja complexidade é esmiuçada no decorrer do texto. É possível identificar indícios da opinião do autor favorável à manutenção do acordo com o FMI, quando da explicação de que “apesar do risco financeiro, a dívida externa, desde que bem manejada, sempre foi e continua sendo um instrumento potencialmente útil para alavancar o desenvolvimento econômico, em vista da escassez de capitais dos países menos desenvolvidos”.

O artigo expõe cuidadosamente um assunto complexo e explica as causas, os efeitos e as possíveis soluções de forma a fornecer o cenário detalhado que se desenha diante da expectativa da renovação do acordo com o FMI, a partir de argumentos extraídos do campo da Economia. E esta explicação particularizada confere credibilidade ao autor, que faz considerações discordantes de certas afirmações reproduzidas no artigo como, por exemplo, quando explica que para o FMI, a dívida pública aumenta devido ao ajuste fiscal inadequado o que, segundo ele, “nem sempre é verdade”. Em outro trecho sobre esta questão, explica que

Quando o quadro é recessivo, o próprio FMI reconhece que, durante algum tempo, uma política fiscal expansionista ou keynesiana (superávits contracíclicos) pode melhorar o desempenho da economia. (...) Entretanto em um prazo mais longo os déficits fiscais se acumulam e acabam prejudicando a economia, ao acarretar o excessivo aumento da dívida pública, ao afetar negativamente as expectativas inflacionárias e, em consequência, ao reduzir os investimentos – sobretudo, os mais saudáveis, de médio e longo prazos.

O suplemento não deixa de esclarecer as possíveis consequências do endividamento excessivo tanto no âmbito doméstico quanto internacional, quando o endividamento público descontrolado, em vez de alavancar o desenvolvimento, aumenta a vulnerabilidade externa, a qual é apontada por Resende, como o cerne do problema “diante de mudanças nas condições em vigor no mercado internacional – a despeito do esperançoso otimismo oficial”. Assim, percebe-se um ar de censura às expectativas manifestadas pelo governo.

É possível identificar certa preocupação social, quando o *EU&* explica que a combinação da crescente dívida pública com altos juros reais “transfere, no atacado, recursos da parcela mais pobre para a parcela mais rica da população” e no trecho em que recrimina a

injusta distribuição de renda: a “deterioração da já iníqua distribuição de renda não pode ser revertida com ações pontuais no varejo”. Mas, este aspecto não merece o mesmo detalhamento das complexas questões econômicas e fica restrito à citação acima e à menção de que a solução sugerida pelo FMI é simples e dolorosa, pois envolve ou aumentar impostos ou reduzir despesas não-financeiras e coloca o governo numa encruzilhada: “Portanto, cabe ao governo a difícil tarefa de decidir a política de rendas mais adequada” e escolher os inevitáveis perdedores. Para indicar o grau de dificuldade da decisão, o autor lança mão de um produto cultural cinematográfico e compara a situação ao drama vivido por Meryl Streep no filme “A Escolha de Sofia”²⁸, sugerindo que o sacrifício terá que ocorrer e que cabe ao presidente decidir quem será a vítima. E desta forma tem-se mais uma ponte entre os dois campos: economia e cultura.

O *EU&* também reconhece os avanços do regime democrático brasileiro, quando o autor cita que “felizmente há muito o que louvar na recente trajetória do Brasil. Politicamente, a democracia amadureceu. Economicamente, o sistema de livre iniciativa está mantido” e diz que “socialmente, há mais interesse em aliviar a pobreza e melhorar a distribuição de renda [...] O Congresso está fazendo as reformas possíveis [...] O Banco Central é operacionalmente independente [...] A movimentação de capitais é livre” e resume o quadro com o seguinte comentário: “Em termos macroeconômicos, o Brasil conta com regimes monetário (metas), cambial (flutuante) e fiscal (responsabilidade) adequados”, ou seja, oferece ao leitor o quadro interno que servirá de cenário para as decisões da política-econômica externa brasileira.

E como estratégia para incitar à reflexão e justificar a linha racional adotada, o autor formula duas indagações: 1) é possível concluir que o Brasil está pronto para crescer sem o vai-e-vem do medíocre desenvolvimento nas duas últimas décadas (cerca de 2% em média)? 2) o Brasil está em condições de “soberbamente dispensar tanto os recursos mais baratos, como o reconfortante aval do FMI junto aos seus credores, atuais e futuros?” Como subsídio para ajudar a responder estas questões, informa que se o cenário externo continuar favorável, a recuperação cíclica da economia é praticamente certa e que, portanto, o presidente Lula, em parte, tem razão: “em 2004 o país vai crescer mais do que em 2003”, mas pondera que

²⁸ O filme “A Escolha de Sofia”, dirigido por Alan J. Pakula, baseia-se no livro homônimo de William Styron e trata do dilema de uma mãe polonesa presa no campo de concentração de *Auschwitz* durante a Segunda Guerra com os dois filhos pequenos e que é forçada a escolher um deles para ser morto. Se ela não escolhesse, os dois seriam mortos. O papel rendeu a Meryl Streep o Oscar de Melhor Atriz. Disponível: [http://www.65anosdecinema.pro.br/2211-A_ESCOLHA_DE_SOFIA_\(1982\)](http://www.65anosdecinema.pro.br/2211-A_ESCOLHA_DE_SOFIA_(1982)). Acesso: 4/01/2010

“infelizmente, pelas razões corretamente intuídas por Palocci (dívidas demais e investimentos de menos), o crescimento sustentado continua a ser mais sonho do que realidade”.

O autor utiliza como argumentos para explicar o atual [2003] quadro três fatores: (1) a existência da dívida pública em 60% do PIB quase metade indexada à taxa de juros (Selic) e um quarto dela indexada ao câmbio (dólar). (2) a vulnerabilidade externa do Brasil que assusta os credores. (3) vários fatores que afetam a competitividade externa do país e “a incerteza continua a prejudicar os investimentos de médio e longo prazos”.

Como se indicasse uma fórmula provável, o autor afirma que a combinação da boa política macroeconômica doméstica com a recuperação da economia global pode ajudar a desarmar a armadilha financeira viciosa: “embora o prognóstico seja relativamente otimista, tanto no que diz respeito à política econômica doméstica de Palocci, como em relação à economia mundial (...) não convém dar chance ao azar”. Em seguida manifesta opinião favorável à manutenção do acordo com o FMI, pois “em tais circunstâncias, é prudente preservar o acordo com o Fundo Monetário Internacional por mais algum tempo”.

De certo modo, o caderno dá sinais de aprovação das decisões do governo que “até o momento, surpreendeu, ao agir dentro do arcabouço esperado de quem procura, simultaneamente, consolidar a estabilidade econômica, política e social do país”. Também registra dúvidas quanto à competência do atual governo ao afirmar que não será fácil o Brasil “atingir seu inegável potencial de grande nação – economicamente dinâmica, politicamente democrática e socialmente mais justa” e que isso é “inacessível aos políticos comuns”, pois requer “uma visão telescópica, o que é prerrogativa de raros estadistas”. Neste trecho, o *EU&* nem afirma nem nega explicitamente as características do presidente Lula, mas a leitura permite a interpretação de que a visão dele não é tão abrangente porque são poucos governantes que têm essa qualidade, conforme demonstra a frase de encerramento do artigo, que indaga sobre a capacidade de Lula de cumprir o que prometeu. A resposta que ele oferece ao leitor é indefinida: “Pode até ser. Mas, por enquanto, é impossível prever”.

2.2.2. O enorme buraco das contas americanas

Uma segunda análise complementa o assunto ao esquadriñar o cenário econômico interno norte-americano, cujo título é: “O enorme buraco das contas americanas”²⁹, de autoria do jornalista Cyro Andrade e trata do quadro econômico dos EUA, para somente no final, associar à dívida externa brasileira de forma indireta, caso o Fed (Federal Reserve System)

²⁹ “O enorme buraco das contas americanas” - *EU&*, n° 165, de 31/out, 1 e 2/nov/2003, p.14

decidisse elevar os juros americanos. O autor diz que “o número é impressionante” e realmente era: com a estimativa do PIB americano de US\$ 10,5 trilhões, o déficit das transações correntes nos EUA chegava a 5% (US\$ 500 bilhões, ou seja, US\$ 40 milhões a mais que o PIB do Brasil) e que para o ex-secretário do Tesouro, Paul O’Neill não seria motivo de medo porque os fluxos de capital na economia global tinham liberdade de movimento e o país atraía investidores estrangeiros por causa do baixo grau de risco. O *EU&* explica contabilmente que o déficit resultava da (1) demanda por bens superior à capacidade interna de produção, a qual barateia importações e encarece exportações e (2) da forte procura de ativos em dólar por investidores estrangeiros. Deste modo, o crescimento do déficit americano era preocupante. Segundo Andrade, o tamanho do “formidável buraco” dependeria “dos juros que os EUA se disponham a pagar” e que havia diversas interpretações do que poderia ocorrer com o Brasil, mas alertava: “Pelo sim, pelo não, conviria pôr as barbas de molho”.

As duas matérias completam a exploração deste impasse com relação às negociações da dívida externa brasileira com o FMI e se apresentam como um arcabouço bem argumentado de forma a oferecer ao leitor a possibilidade de compreender o cenário e de agregar conhecimento sobre o assunto. A abordagem sob uma perspectiva globalizada concede o caráter de visão cosmopolita com inferência cultural sintonizada com os fatos na esfera macro do cenário mundial.

3. China e Rússia

3.1. Comércio: hora de abrir os olhos e ver o que o Oriente tem

As perspectivas promissoras de mercado também compõem os critérios de noticiabilidade do *EU&*, pois o suplemento elege como capa da edição nº 162 o atraente comércio oriental, cujo título é: “O Brasil na boca da China”, com a seguinte informação adicional: “Alimentos, entre outros produtos, podem ser a chave para conquistar o maior mercado da Ásia”.

Mais uma vez trata-se de material de autoria externa ao jornal, com toque de exclusividade, assinado por Jacques Marcovitch³⁰. A análise do professor recebe, na parte interna do caderno cultural do *Valor*, o título “Comércio – Hora de abrir os olhos e ver o que o Oriente tem”³¹ e uma espécie de conselho empresarial na frase complementar: “Convém

³⁰ Jacques Marcovitch –da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade (FEA) e ex-reitor da USP

³¹ “Comércio: Hora de abrir os olhos e ver o que o Oriente tem” - *EU&*, nº 162, de 10,11,12 e 13/out/ 2003, p. 10-

prestar atenção aos próximos passos da China e da Rússia em matéria de negócios. Os lucros



estão indo para quem faz suas apostas no outro lado do mundo”.

Trata-se também de uma matéria com características híbridas: apresenta elementos de texto acadêmico com citações de referenciais teóricos para algumas afirmações, inclusive com referências bibliográficas³² no final, segundo as normas da ABNT para produções científicas, e elementos jornalísticos como fotos e respectivas legendas, bem como eventos comerciais naquele momento em Moscou. A linha racional adotada retira dos fatos

históricos e de estudiosos os argumentos para fundamentar as considerações, o que delega ao texto características de conteúdo acadêmico, como é o caso do trecho no qual afirma que a Rússia “deixou de integrar uma federação socialista para tornar-se Estado independente, estruturado em bases capitalistas. Houve ali o que Lenina Pomeranz³³ chama de transformação sistêmica³⁴”. A presença de certa dose de hibridismo textual constitui-se em uma disposição do *EU&* de fugir da padronização jornalística sem, entretanto, deixar de valorizar o texto primoroso e o estilo autoral, que pode incluir figuras de linguagem como o uso de metáforas para recolocar o leitor num plano descomplicado, sobretudo quando o assunto é complexo como é a economia: “Estilhaçou-se de vez a cortina de ferro que blindava suas fronteiras [da Rússia] para investimentos externos e criava obstáculos políticos às suas relações de comércio”.

³² As referências bibliográficas no final da matéria são:

COSTA, Roberto Teixeira da. Entrevista com o presidente da Embraco: *A experiência de uma empresa brasileira na China*. Revista Política Externa, São Paulo: Paz e Terra, vol.II, nº4, março/maio, 2003, pp.75-82
OLIVEIRA, Amaury Porto de. *Governando a China*. Artigo no prelo, a ser publicado na “Revista Brasileira de Política Internacional” do Instituto Brasileiro de Relações Internacionais da Universidade de Brasília
POMERANZ, Lenina. *Evolução recente da Federação Russa*. Palestra realizada na Federação do Comércio do estado de São Paulo, em 14 de agosto de 2003

³³ A economista Lenina Pomeranz é professora associada da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade (FEA) da USP e pesquisadora visitante do IEA. Disponível:

<<http://www.iea.usp.br/iea/boletim/contato69.html>> Acesso: 31.12.2009

³⁴ Pesquisa “O Processo de Transformação Sistêmica na Rússia” - de Pomeranz desde os anos 80 sobre as transformações na passagem da URSS de um sistema socialista “historicamente concretizado” para o sistema capitalista. Disponível: <http://www.iea.usp.br/iea/boletim/contato69.html> Acesso: 31.12.2009

Outra característica a ser registrada é que o suplemento, independente do estilo de cada autor, opta pelo texto rigorosamente correto seguindo as normas cultas do idioma, obrigação mínima de um jornal, mas no *EU&* além do rigor da língua, a construção textual é criativa e tem articulação racional bem estruturada, inclusive quando se tratam de extratos históricos como os que estão a seguir: “há três décadas a China e a Rússia eram pontos remotos, quase invisíveis em nosso mapa de comércio exterior” e que a “cegueira ideológica, então dominante no Brasil, e também por lá, impedia qualquer vislumbre de conveniências mútuas, mas que depois da chamada “revolução mundial dos anos 80, capitalismo e comunismo foram praticamente virados pelo avesso” e, portanto, subentende-se que ambos os países passaram a ser cenários promissores.

É clara a opção do *EU&* de privilegiar, sobretudo, quando aborda os panoramas gerais, as conexões entre a realidade brasileira e a externa, como se verifica quando a análise do professor informa que as relações entre Rússia e Brasil evoluem “de forma satisfatória, embora precise de aceleração”. E para comprovar a afirmação, o *EU&* cita os volumes de exportação e importação entre os dois países e a indicação de 15 itens brasileiros³⁵ com mercado potencial russo, o que transporta o leitor também para um leque de oportunidades de negócios.

Além disso, também incrementa o universo de conhecimentos ao agregar bens simbólicos importantes para o arcabouço profissional e cultural do leitor, pois, de acordo com o constante no capítulo 3, o público do *Valor* é composto por pessoas que se interessam, entre outras coisas, por economia, costumam viajar com frequência a negócios e 83% dos leitores utilizam as informações do jornal para tomar decisões³⁶. É o caso da menção na matéria sobre as feiras “Moda Outono/2003” e “Calçados/Mundo do Couro”, em Moscou e em São Petersburgo, a “*ExpoBrazil 2003*” (multissetorial), inclusive com a exposição de arte brasileira no Museu Hermitage. Portanto, confirma-se que a arte ocupa espaço na vida de 65% dos leitores do *EU&*, conforme informação recebida do *Valor*.

O intercâmbio de conhecimentos está presente no *EU&*, mesmo quando o tema é panorama econômico. O texto de Marcovitch fornece elementos sobre as relações bilaterais entre o Brasil e a China e, ao mesmo tempo, inclui as possibilidades no campo da pesquisa, ao apontar que o Brasil inova na abordagem de mercados externos com as “garantias e financiamentos ao comércio bilateral, tendo o Banco do Brasil, BNDES e congêneres russos

³⁵ Os 15 itens: Mineiros e minerais não ferrosos, equipamentos de transporte, aeronaves executivas, alimentos e frutas em conserva, frutas tropicais, peças para indústria automobilística, máquinas e tornos de pequeno porte, esquadrias e produtos de madeira e metal para edificações, soja e subprodutos, confecções femininas, cosméticos, calçados de couro, produtos eletrônicos, móveis de qualidade, produtos e material cerâmico.

³⁶ Informação enviada por e-mail para esta pesquisa pela jornalista Célia Gouveia Franco, secretária de Redação do *Valor*, a quem o caderno *EU&* está subordinado.

dando mostras de grande convergência”, com a perspectiva das universidades russas e brasileiras de pesquisa de “aprofundar seus programas de cooperação e troca de conhecimentos”.

O conteúdo avaliza as intenções do Brasil para com o promissor mercado chinês: “É nesta perspectiva [financiamentos e troca de conhecimentos], em termos comerciais, que surge o grande objeto de interesse brasileiro, a República Popular da China, com seu pragmático socialismo de mercado³⁷”. Mas, a matéria relativiza a frase “Atenção à China” do diplomata americano Peter Allgeier ao explicar que é preciso considerar que ele deseja “pressionar o Brasil a ceder mais do que deve nas conversações para o controvertido acordo hemisférico”. Afirmar, ainda, que o Brasil soube replicar em Cancun³⁸ “o arrogante procedimento dos EUA e da União Europeia em relação aos produtos agrícolas” ao formar o G-22.

É por meio do elenco de recursos argumentativos que o *EU&* esboça os panoramas gerais, tal como o quadro chinês de modernização econômica, sobretudo por sugerir a leitura do artigo “Governando a China” do diplomata Amaury Porto de Oliveira³⁹ e outros dados que elucidam o cenário. Do mesmo modo, o leitor também pode ampliar seu repertório de conhecimentos com informações que mostram, entre outras coisas, que as exportações do Brasil para a China cresceram em 227% no semestre passado e que o minério de ferro é outro item brasileiro valioso nas exportações para lá. Esses dados corroboram a ideia de uma China pujante e de que o Brasil precisa explorar mais o recém descoberto e próspero mercado chinês.

É com a conjugação de diversas análises que o *EU&* constroi o quebra-cabeças que vai compondo o panorama econômico geral, extraindo de cada conjuntura, elementos nem sempre

³⁷ Socialismo de mercado - com a morte de Mao Zedong, uma linha mais “pragmática” do Partido Comunista Chinês, liderada por Deng Xiaoping, passou a privilegiar a eficiência em detrimento de qualquer “pureza ideológica”. Nascia o “socialismo de mercado”: a economia de mercado, por definição, nega o dirigismo estatal; o socialismo, segundo os cânones ortodoxos, sempre pregou a eliminação da “irracionalidade” da economia de mercado. A estratégia de Xiaoping e de seus companheiros foi formar uma economia progressivamente menos dirigida, mas sob absoluto controle político do Estado. Disponível: http://www.10emtudo.com.br/demo/geografia/index_16.html. Acesso: 1º/01/2010

³⁸ OMC em Cancun - Na tarde de 14 de setembro de 2003, os ministros dos países do G-22 se retiraram da Reunião fazendo com que a OMC entrasse em colapso. O Brasil e outros 21 países em desenvolvimento tinham apresentado texto alternativo, diante da avaliação de que o texto conjunto EUA/UE não incorporava as intenções desses países. As propostas dos dois *majors* visavam acomodar as mudanças ocorridas nas suas políticas agrícolas nos anos 90. A diplomacia brasileira exerceu papel crucial na composição e consolidação do grupo formado por um núcleo de 13 países latino-americanos liderados pelo Brasil e expandido para integrar outras “potências regionais”, como a África do Sul, a Índia, a China e a Indonésia. É a mais importante articulação dos países em desenvolvimento para defesa de seus interesses na regulamentação do comércio internacional desde a criação da Unctad, no âmbito do Sistema da ONU, nos anos 60. Disponível: <http://www.cna.org.br/site/noticia.php?n=677> e <http://www2.fpa.org.br/portal/modules/news/article.php?storyid=1951> e <http://www.midiaindependente.org/pt/red/2003/09/263013.shtml>. Acessos: 02.01.2010.

³⁹ Amaury Porto de Oliveira “descreve uma China voltada para a integração no mundo globalizado, evidenciada pelo crescimento dos investimentos estrangeiros: Mais de 50 bilhões de dólares em 2002”.

explícitos e que requerem atenção para serem detectados, como a avaliação feita, com perspicácia, por Marcovitch quanto às perspectivas econômicas chinesas nas relações mundiais de que o país é “o mais significativo contraponto da hegemonia dos EUA”. Contudo, o professor não se limita a apenas emitir a opinião e acrescenta que “os próprios chineses, com sua lendária sabedoria, recusam o antagonismo”, citando o sociólogo Gao Xian⁴⁰, o primeiro a relativizar comparações ao ponderar que “é preciso ver sua divisão *per capita*”, pois a China tem que dividir o bolo por 1,3 bilhão de indivíduos, enquanto os EUA, têm apenas 280 milhões de habitantes. Talvez seja este o único ponto da análise, que careça de maior detalhamento, pois a matéria não aprofunda a discussão sobre o quadro de pobreza interna⁴¹, citado apenas por meio de breve menção e de forma indireta. O artigo também não traz qualquer informação sobre a desigualdade social ou a respeito da exploração da mão de obra barata chinesa⁴².

É compreensível, entretanto, que um artigo e até mesmo uma matéria híbrida conforme mencionado acima possa prescindir de “ouvir todos os lados”, uma vez que não se trata de uma reportagem que tem a finalidade de explorar o máximo possível de enfoques. Contudo, o suplemento ao escolher este material para a capa, “encampa” o seu conteúdo e lhe confere *status* jornalístico. Não se trata de interferir na autoria do material, mas sim de complementá-lo, com box ou infográficos, tabelas etc. Deste modo, fica bem delineada a finalidade do material, atingida plenamente, que é apresentar as perspectivas das relações comerciais, tanto com a China quanto com a Rússia. Neste sentido, torna-se justificável o artigo, o qual agrega inúmeras informações ao público do *Valor*, ampliando a visão de negócios e os conhecimentos.

4. Estados Unidos

4.1. O sonho americano em perigo

A matéria eleita para ser a capa da primeira edição do *EU&* é um ótimo exemplo de tratamento cultural dado a um assunto econômico. É possível pressupor-se ser um assunto econômico o escolhido como estratégia de aliciamento do público já no lançamento do jornal

⁴⁰ Gao Xian – um dos mais respeitados intelectuais do regime chinês

⁴¹ Dois terços dos chineses vivem em áreas rurais muito pobres e a renda per capita é similar à das piores do terceiro mundo. Nos centros urbanos da China, o salário varia de 30 a 80 dólares mensais e a renda per capita é de 760 dólares anuais. No campo, onde vivem 900 milhões de chineses, ganha-se menos de 250 dólares por ano. Disponível: <http://veja.abril.com.br/idade/exclusivo/china/economia.html>. Acesso: 1º/01/2010.

⁴² A mão-de-obra barata é o grande chamariz para a entrada de capital externo. Na maioria das regiões da China, o salário, por exemplo, na linha de montagem é de menos de 2 reais por hora. Um operário brasileiro ganha quatro vezes mais. Um mexicano, seis vezes. Um americano, vinte vezes mais. Disponível em: <http://veja.abril.com.br/idade/exclusivo/china/economia.html>. Acesso: 1º/01/2010

para o suplemento cultural, cuja finalidade é atender aos interesses do “leitor pessoa física nos finais de semana”, conforme citado anteriormente pela equipe do *Valor*.



Trata-se de um ensaio produzido pelo professor Eduardo Giannetti, da Faculdade de Economia da USP com o título “O sonho americano em perigo”⁴³, complementado pela linha-fina: “A ‘nova economia’ parece ter perdido o senso de limites em sua escalada às alturas”, portanto o *EU&*, por permitir a participação de colaboradores, articulistas e colunistas sem vínculo trabalhista com o jornal, pode ser entendido como uma espécie de arena na esfera pública, na qual é possível debater, aprimorar ou contestar ideias. É

importante registrar que das nove capas sobre panoramas econômicos gerais, seis surgiram de artigos e ou reportagens de autoria de pessoas externas ao quadro de pessoal do *Valor*.

A análise do professor revela-se numa verdadeira transgressão dos elementos consensuais sobre a economia da maior potência do mundo e desvenda as fragilidades de um sistema na sua falência iminente. Entretanto, a abordagem do conteúdo não se restringe meramente aos aspectos econômicos, uma vez que vai além e transcende as fronteiras entre os campos da economia e da cultura, até porque, como já abordado no capítulo 2, para Bourdieu a autonomia dos campos é relativa.

O texto associa a economia norte-americana ao princípio regulador “*hybris* e *nêmis*”, que zelava pela justa medida e punia qualquer forma de excesso dos afazeres humanos”, o que atribui ao texto dimensão cultural, pois Giannetti vai buscar na cultura grega os elementos para explicitar seu raciocínio. E, apesar do preconceito com relação aos eventos não científicos, não há como negar a importância da mitologia grega para a cultura ocidental, sobretudo porque ela permite entender o ser humano e como ele percebe o mundo. Ele explica que para os gregos “a cada transgressão dos limites, fruto da arrogância, descomedimento ou audácia excessiva

⁴³ “O sonho americano em perigo”- *EU&*, nº 1, de 05/05/2000, p.16-18

(*hibris*), correspondia uma ação corretiva capaz de restaurar um certo equilíbrio no mundo por meio de punições, reveses e calamidades (*nêmis*)”.

Assim, ao seguir este raciocínio, a matéria oferece a possibilidade de compreender, por meio da comparação entre a mitologia grega e o quadro econômico norte-americano, os riscos do cenário econômico da superpotência do planeta no ano 2000 em decorrência da imbricação de vários fatores, inclusive da especulação das aplicações em ações nas bolsas e do endividamento do setor privado. Os aspectos culturais ganham relevância na alusão a Dédalo e Ícaro que conduzem à inevitável reflexão sobre a ambição desmedida de investidores americanos ao explicar que “como uma espécie de Ícaro altivo e indomável, deslumbrado com as enormes possibilidades abertas pelo engenho técnico de Dédalo a ‘nova economia’ americana parece ter perdido o senso de limites em sua escalada às alturas”.

Ou seja, a metáfora empregada com inteligência e sagacidade pelo autor torna a leitura do texto agradável e oferece parâmetros para a formação de um juízo de valor a um público específico que quer estar sintonizado com os eventos internacionais, confirmando o caráter cosmopolita que virá a se repetir em outras matérias analisadas nesta pesquisa. Além disso, o ensaio incorpora um tom profético ao afirmar que a ascensão econômica dos EUA está “fadada a espatifar-se no solo na queda”. Por se tratar de uma análise econômica, a complexidade do tema é inescapável e percorre um trajeto racional que amplia a visão do leitor sobre o assunto, com informações e dados sobre o crescimento econômico daquele país, dos anos 90, quando o PIB cresceu 30% e que, a despeito deste crescimento, estava, na época, vulnerável às flutuações do sistema capitalista.

Desta forma, o texto não omite os riscos financeiros e explica com objetividade convincente que a fragilidade da economia norte-americana decorre de dois desequilíbrios: “1) o elevadíssimo grau de endividamento do setor privado e 2) os déficits crescentes em conta corrente no balanço de pagamentos”. A análise do professor esclarece que as oportunidades de investimento foram as responsáveis pelo endividamento das famílias americanas, por triplicarem “os empréstimos para aquisição de ações nos últimos cinco anos” e volta a inserir elementos culturais, com nova remissão à mitologia grega: “Endividar-se assim é opção temerária, digna do voo de Ícaro”. Ele também detalha o segundo desequilíbrio vinculado a fatores externos, pois “nos últimos anos os americanos passaram a depender de doses crescentes de poupança externa para cobrir seus gastos (importações) e honrar seus compromissos (remessas de juros, lucros e dividendos) com o resto do mundo”. Portanto, fornece elementos para que se possam estabelecer diálogos nas relações sociais e profissionais deste público constituído por empresários, executivos,

consultores e profissionais liberais denominados pela equipe do *Valor* como “assinantes pessoa jurídica” ou “assinantes corporativos”. Isto leva à inferência de que o conteúdo do *EU&* mantém organicidade com o jornal no qual é encartado.

O texto revela, ainda, que a euforia dos investimentos em ações e diversos outros fatores juntos levaram as bolsas a continuarem em ascensão, realimentando o ciclo e mais uma vez recorre à metáfora ao comparar esta situação com a figura mitológica: “Ícaro vai aos céus”. Mas, o autor destaca que “o único problema é que a espiral da boa fortuna também funciona na direção contrária, só que com o sinal invertido”, explicando que, além de outros fatores, a queda nas bolsas afugenta o capital de fora e, novamente, retoma a metáfora: “Ícaro entra em parafuso”. Gianetti encerra o texto com previsão nada otimista mantendo a associação à mitologia grega: “Diante de tudo isso, um ‘*soft landing*’ (queda suave) é pouco provável. A ‘*hybris*’ americana dificilmente escapará de sua ‘*nêmis*’. A armadilha da espiral do infortúnio está armada. Os deuses do Olimpo detestam concorrentes”. Ou seja, os elementos da cultura grega são utilizados como recursos de linguagem e de conteúdo para facilitar a compreensão de um assunto extremamente complexo como a fragilidade do quadro econômico dos EUA que se desenhava no primeiro ano deste milênio. Os subsídios culturais dão ao texto leveza, refinamento, peculiaridade singular e permitem a formação de opinião bem fundamentada, bem como conferem caráter plural e globalizante. Portanto, é possível afirmar que esta abordagem cultural da economia se revela como mecanismo de complementação do capital cultural do público do *Valor*.

4.2. Unilateralismo bélico - EUA

4.2.1. OMC na mira – é impossível ser feliz sozinho

Ainda como panorama econômico geral, a capa da edição nº 138 aborda, não a situação econômica dos EUA, mas sim os possíveis impactos das decisões da política internacional do governo norte-americano na economia mundial. Com o título de capa: “Arrombou a festa”, numa apropriação da canção de Rita Lee, na crítica a MPB, que dá uma conotação negativa, equivalente a provocar um rombo ou abrir caminho à força, o que permite a comparação da hegemonia americana na economia global, conforme reafirma a frase que a completa: “unilateralismo bélico americano agora pode ser estendido às relações econômicas globais e a próxima reunião do G-8 promete problemas”, isto é, o suplemento

coloca em discussão a presunção do governo Bush em afrontar a ONU (Organização das Nações Unidas) ao declarar guerra ao Iraque.



A reportagem de autoria de Fábio Santos, que recebeu na parte interna do caderno o título “OMC na mira – é impossível ser feliz sozinho”⁴⁴, faz nova alusão à outra canção “Wave” de Tom Jobim, utilizando novamente elementos culturais como recurso jornalístico para mostra a crítica implícita às decisões unilaterais do governo Bush, complementada por uma linha-fina semelhante à da capa e que manifesta certa

preocupação: “Os EUA ameaçam unidade do G-8, com decisões unilaterais, que podem se estender às negociações com a OMC”. Compõe-se, além do texto, de uma ilustração e de mais duas fotos. Tanto o título quanto a linha-fina já são o prenúncio da pressão que o governo Bush exercia nas negociações internacionais.

A ilustração, de mais de meia página, exhibe quatro figuras (vultos) de homens, cujas silhuetas lembram executivos sobre um fundo vermelho, cada um com o corpo parcialmente coberto com a bandeira dos seguintes países: Alemanha, EUA, França e Inglaterra. Uma das fotos toma quase a página toda e flagra sete representantes de países integrantes do G-8, em ambiente externo conversando, ao que tudo indica, antes de se posicionarem para alguma foto oficial. A segunda foto do prédio do Conselho de Segurança da ONU ocupa meia página e está na matéria secundária.

A abordagem minuciosa do assunto reproduz, o clima de tensão no cenário das relações internacionais entre o governo Bush e os países integrantes da OMC (Organização Mundial do Comércio) apresentando os possíveis impactos das decisões unilaterais dos americanos. Embora os EUA se constituam parâmetros para citação de iniciativas bem sucedidas pelo suplemento, a reportagem mantém certa dose crítica em relação a algumas medidas do governo Bush, sobretudo quanto a iniciar a Guerra do Iraque e alerta sobre o risco permanente diante da ameaça constante das decisões unilaterais norte-americanas. O

⁴⁴ “OMC na mira – é impossível ser feliz sozinho I- EU&, nº 138, de 03, 04 e 05/abr/2003, p. 10-13

texto revela que “a Casa Branca baixou o tom de ameaças” contra a Síria, depois dos conflitos com o Afeganistão e com o Iraque, apenas porque o presidente Al Assad se dispôs a cooperar, o que “não significa nenhuma conversão de George W. Bush ao multilateralismo”. Ao contrário, antecipa que após o abalo da ONU por causa do conflito com o Iraque, os EUA podem gerar atritos com a OMC porque naquele fórum, desde que Bush assumiu o país em 2001, os norte-americanos perderam 13 das 15 contendidas. Portanto, permite ao leitor visualizar o intrincado jogo de poder e de interesses que circunda as relações do governo Bush com outros países da OMC, o que confere caráter universal.

Essa universalidade se mantém também quando o *EU&* resgata alguns fatos ocorridos para possibilitar ao leitor compreender o contexto e, quem sabe, formular a própria opinião sobre o grau de intransigência dos americanos como, por exemplo, ao assinalar que a ação unilateral dos EUA não é novidade, pois em dezembro de 2002, uma ação unilateral deles já havia impedido o acesso dos países pobres aos remédios genéricos para aids e outras doenças. O desenrolar da matéria transmite as tensões com repercussão nas negociações, como a declaração do diretor-geral da OMC, aparentemente para evitar confrontos, de que independente da questão Iraque, se os EUA mantivessem “o uso de decisões multilaterais, será altamente apreciado”, em coletiva, quatro dias antes da Guerra do Iraque,

O suplemento registra opiniões dissonantes quanto a possíveis embates entre EUA e OMC, num espaço que possibilita expandir a discussão, como por exemplo, ao expor a opinião de Rubens Ricúpero, secretário-geral da Unctad⁴⁵, que duvida que os americanos entrem em confronto com a OMC por serem eles “de longe, os maiores beneficiários dos acordos (*de liberalização comercial*)”. Em seguida, há um confronto com a visão de outras fontes que veem certo risco para as instituições multilaterais⁴⁶, porque avaliam que as decisões partem de um grupo que está no poder e que defende o exercício da hegemonia americana, conforme a opinião de James Rosenau⁴⁷. Portanto, aplica-se aqui o conceito de esfera pública de Habermas (2003, p.14-15), adotado para esta pesquisa (Capítulo I) segundo o qual é uma zona de discurso com a possibilidade de debater ideias, cuja característica principal é a visão do bem comum e cujo sujeito é o “público enquanto portador de opinião pública”.

Com o trecho da reportagem que narra um dos episódios de tensão e que está reproduzido abaixo é possível se ter uma ideia do clima presente nas negociações:

⁴⁵ Unctad – sigla em inglês da Conferência das Nações Unidas para Comércio e Desenvolvimento

⁴⁶ Entre as organizações multilaterais estão a OMC, Banco Mundial e FMI

⁴⁷ James Rosenau - professor da universidade de George Washington

Recentemente, quando o presidente do Banco Mundial declarou que iria esperar por uma decisão do Conselho de Segurança da ONU antes de comprometer-se a ajudar o Iraque sob nova administração, a reação do governo norte-americano foi tal que circulou nos meios diplomáticos de Washington o comentário de que James Wolfensohn poderia sofrer um processo de “bustanização”. A referência é ao embaixador brasileiro, em Londres, José Maurício Bustani, que foi retirado do comando da agência das Nações Unidas para o controle de armas químicas (Opaq) por causa da oposição americana.

No entanto, o desfecho da reportagem parece encaminhar-se para um tom mais ameno. Ledo engano, pois, com cautela, o autor dá razão à opinião de Ricúpero: “tudo vai depender de como acaba o debate sobre o papel da ONU depois da Guerra do Iraque”, pois há indícios de apaziguamento, “mas também espaço para conflitos”, já que a França e a Rússia discordam dos EUA e querem a suspensão das sanções impostas ao Iraque em 1991 para que o petróleo possa ser vendido livremente. Deste modo, o *EU&* delega ao leitor a função de formar sua própria opinião sobre o assunto e, para isso, pondera também que no episódio que envolveu a decisão de atacar Bagdá “o governo Bush não desrespeitou nenhuma resolução do Conselho de Segurança. Apenas desistiu de consultá-lo” porque os americanos não conseguiriam o que pretendiam. Ou seja, o leitor tem elementos bastante esclarecedores da intrincada rede de poder e de interesses que pairam na atmosfera que precede o encontro da OMC daquele ano.

A reportagem relembra que historicamente os EUA foram promotores⁴⁸ do multilateralismo, mas, logo após, aparece nova crítica ao governo Bush ao empregar a explicação de Ricúpero de que a atitude norte-americana mudou devido “ao grupo que conquistou a Casa Branca com Bush”, que quer um país mais assertivo ao exercer a hegemonia americana. E em seguida, acrescenta que Ricúpero rejeita o rótulo de neoconservador para esse grupo, pois, ele entende que este termo conferiria respeitabilidade e “esse pessoal é lunático”.

Para encerrar o panorama tenso e intrincado, o *EU&* opta por uma saída inteligente, mas dramática ao oferecer uma conclusão com cobrança tácita aos norte-americanos: “o destino do sistema de relações internacionais passou a depender mais do que acontece na política interna americana que do comportamento multilateral” e, portanto, “só resta torcer para que a democracia americana recoloque o país na trilha que o país tem percorrido”. Isto é,

⁴⁸ Declaração de Ricúpero: “De fato, foi o presidente Roosevelt que ao final da Segunda Guerra, convenceu Churchill e Stalin de que a Organização das Nações Unidas seria um bom negócio para o mundo”.

conduz o leitor para a reflexão sobre o poder do grupo, que governava a maior superpotência mundial no início deste milênio, de interferir em qualquer organização, nação ou grupo religioso que ousasse desafiar seus interesses. Isto é, não há saída, exceto que, numa afirmação temerária e figurada, o mundo todo estava nas mãos da política Bush.

Novamente as fontes ouvidas e citadas dão credibilidade e valorizam a matéria. Entre os citados estão, além dos presidentes Bush (EUA) e Jacques Chirac (França), o presidente do Banco Mundial James Wolfensohn, o embaixador brasileiro em Londres José Maurício Bustani, Roosevelt, Churchill e Stalin. Além das acima citadas, as fontes ouvidas foram: um diplomata brasileiro não identificado; a professora do Institute of Development Studies, da Universidade de Sussex e especialista em fluxo de capitais para países emergentes Stephany Griffith-Jones, o professor da Universidade de George Washington James Rosenau e professor de política comercial da USP e conselheiro do Banco Interamericano de Desenvolvimento Marcos Jank.

4.2.2. É a hora dos franceses mostrarem sua outra face

Uma reportagem analítica secundária sobre as relações entre França e EUA, também de Fabio Santos, com o título “É a hora dos franceses mostrarem sua outra face”⁴⁹ complementa o material jornalístico e equilibra as críticas ao governo americano, pois desloca o foco para as ações da França. Ouve duas das fontes citadas acima: Rubens Ricúpero e Marcos Jank. Entre as peculiaridades do *EU&*, que se repete em várias matérias, está a de antecipar possíveis desdobramentos, o que se configura estratégia para amparar o leitor no seu processo de formação de opinião, tal como esta matéria que completa a cobertura do assunto.

O texto proporciona leitura panorâmica e pré-desenha o quadro de fracasso na rodada de *Doha*, mas informa que os EUA, apesar de responsáveis pela crise do multilateralismo, podem argumentar no caso da liberalização comercial que a culpa cabe aos franceses. Assim, é possível visualizar a complicada rede de relações internacionais que delineia as relações multilaterais no cenário econômico mundial. Esse tipo de informação para o público do *EU&* equivale à moeda de troca de valor cultural inestimável, pois são pessoas que, não só se interessam por este campo por causa das atividades profissionais, mas, sobretudo porque sofrem os impactos dessas decisões nos negócios ou na carreira

⁴⁹ “É a hora dos franceses mostrarem sua outra face” - *EU&*, nº 138, de 03, 04 e 05/abr/2003, p.14

profissional. Em outras palavras, trata-se do capital cultural agregado a partir da leitura do *EU&* com poder de influenciar os rumos das práticas para acúmulo de capital econômico.

O suplemento não se esquivava das questões complexas e polêmicas, como, por exemplo, a situação dos subsídios agrícolas, quando afirma que será difícil a França abrir mão dos cerca de US\$ 50 bilhões em toda a União Europeia, inclusive porque o país já conseguiu adiar a revisão da Política Agrícola Comum Europeia para 2013. A proposta condicionante dos americanos também está registrada pelo *EU&*, como é possível constatar no trecho em que, além da lei assinada por Bush, no ano passado, que “aumentou radicalmente a ajuda financeira dada aos agricultores americanos”, os EUA apresentaram uma “proposta ousada” na OMC: de reduzir, em cinco anos, o conjunto de subsídios agrícolas limitados a 5% e tarifas de importação inferiores a 25%, com a condição de que a França, Japão, Suíça, Noruega e Coreia do Sul reduzam também seus altos subsídios. Em seguida, contrapõe os interesses da União Europeia: uma redução de 45% do valor total.

O caderno, ao prever o desenrolar da rodada de negociações em Cancun, oferece ao leitor uma ampla análise das reais condições em que se encontravam as negociações e prenuncia, por meio da declaração de Marcos Jank, que o encontro “vai ser um fracasso”, conforme dito anteriormente e que vem realmente a ocorrer, o que reforça a credibilidade do veículo. Também prevê as alterações no prazo de janeiro de 2005 para 2007 para o término das discussões do acordo entre Europa mais o Japão e o Grupo Cairns⁵⁰.

Assim, o *EU&*, devido ao tipo de abordagem dos panoramas econômicos do mundo globalizado e das implicações na organização da economia mundial, transforma-se em importante produto simbólico na composição do universo cultural do leitor, porque o municia com informações, opiniões e divergências valiosas de forma equilibrada e lógica, reproduzindo o quadro comercial internacional tenso vigente naquele momento.

⁵⁰ Grupo de Cairns (19 países) Argentina, Austrália, Brasil, Canadá, Chile Colômbia, Filipinas, Hungria, Indonésia, Malásia, Nova Zelândia, Tailândia e Uruguai - criado em 1986, por iniciativa dos países exportadores de produtos agrícolas, como resposta ao quadro de protecionismo e para promover um sistema global de livre mercado agrícola. Paraguai e África do Sul só integraram em 1997 e 1998, respectivamente. Desde a criação, expressou a firme defesa de um programa de liberalização de mercado, que deveria incluir a redução substancial do emprego de subsídios agrícolas internos e externos, a remoção de barreiras que dificultavam o acesso aos mercados e a eliminação dos subsídios que afetavam o mercado agrícola internacional. Disponível: <http://www.iea.sp.gov.br/out/verTexto.php?codTexto=108> e <http://www.cairnsgroup.org/map/index.html>. . Acesso: 31.12.2009

5. Japão

5.1. O desafio de reerguer o Japão

Para possibilitar a composição do cenário econômico mundial, o *EU&* por meio da conexão com escopos no plano internacional, dilata a abrangência do campo ideológico para



atender à demanda cosmopolita decorrente do processo urbano iniciado na década de 1950 e que ganhou dimensões planetárias no final do século passado com a sociedade em rede e a globalização. Por isso é possível entender a inclusão de matérias, pelo menos no *corpus* definido deste trabalho, sobre a conjuntura econômica de vários países. É o caso da reportagem sobre o Japão no caderno cultural do *Valor* produzida exclusivamente a partir de referenciais do campo econômico, sem a adoção de elementos culturais como

diretrizes racionais, mas com tratamento e estilo que configuram o incremento do repertório cultural do seu público.

A matéria feita por Humberto Saccomandi, que viajou a convite do *Foreign Press Center* do Japão, recebeu o título: “O desafio de reerguer o Japão”⁵¹, com a linha-fina: “Depois de quase uma década de estagnação, país inicia sua recuperação econômica, abrindo-se ao exterior e derrubando velhos tabus”. A criatividade da capa sinaliza claramente a determinação do povo japonês em sair da crise ao optar, como elemento simbólico visual, por uma ilustração de Beto Nejme: um balão gigantesco vermelho sendo inflado por um japonês com uma pequena bomba pneumática similar à utilizada para pneus de bicicleta, portanto com esforço desumano, enquanto outros três com auxílio de uma escada socorrem com curativos prontos os furos como tentativa de estancar os vazamentos de ar do balão.

Esta matéria retira do contexto histórico, político, social e econômico daquele país as explicações para o atual quadro e, portanto, representa um alargamento do conhecimento de quem a lê capturando da história e da tradição japonesas os componentes para sua estrutura.

⁵¹ “O desafio de reerguer o Japão” - *EU&*, nº29, de 17, 18 e 19/Nov/2000, p.16-19

Assim, para esclarecer a crise vivida no ano 2000 pelo Japão, a reportagem recua no tempo até os anos 1980, quando havia a previsão de que “o arquipélago montanhoso, com 126 milhões de habitantes em uma área pouco maior que a do estado de Mato Grosso do Sul”, superaria os EUA como primeira potência econômica. O *EU&* reafirma as ideias do referencial teórico (Bourdieu) ao descortinar o estado de euforia existente naquela época, quando os japoneses adquiriam tudo sem se importarem com os custos como estratégia para obter distinção social: “Van Goghs e propriedades em Milão e Nova York eram arrematados a preços elevadíssimos. Ostentar era um importante sinal de poder numa sociedade que cultua o simbolismo e a aparência”.

A dimensão globalizada do panorama dos anos 90 emerge do texto que vai além das relações econômicas internas japonesas ao estender o alcance da interferência oriental na economia mundial como, por exemplo, a invasão de carros e produtos japoneses nos EUA e na Europa, quando “o iene reinava diante da então aparente irrefreável decadência americana”. É assim que o *EU&* remete o leitor às circunstâncias de um período em que prevaleceu a “suposta superioridade de um modelo oriental, asiático, de grandes conglomerados, sistema político relativamente (ou totalmente) fechado, com pouca transparência, paternalismo social e práticas trabalhistas draconianas (para os padrões ocidentais)”.

Entretanto, ao esquadrihar o cenário macroeconômico que precedeu à crise japonesa dos anos 1990, o caderno não se restringe ao mundo dos negócios, mas, num recuo temporal mais longo, vivifica na memória do leitor um dos maiores traumas sofrido pela Nação: a derrota na Segunda Guerra Mundial, com a rendição incondicional do Japão, em 2 de setembro de 1945 e saldo de cerca de 2 milhões de japoneses mortos entre soldados e civis. A matéria atribui à explosão da chamada bolha especulativa, no começo dos anos 1990, *status* traumático similar ao da Segunda Guerra Mundial ao ferir o orgulho japonês, permitindo ao leitor visualizar os efeitos mais perversos deste desastre econômico como, por exemplo, a falência de empresas consideradas sólidas com desdobramentos que permaneceram até dez anos depois.

Ao recorrer à contextualização histórica, suplemento permite ao leitor dimensionar o escopo da conjuntura daquele país, uma vez que não se restringe simplesmente em atualizar o público, mas redesenha o quadro que antecede o cenário atual, num processo facilitador da apreensão do significado dos fatos atuais. Assim, esclarece que o Japão viveu um período de contenção de gastos, de comedimento nos investimentos, de redução do consumo, de retração da economia e que o governo tinha injetado US\$ 1,2 trilhão em dinheiro público nos últimos oito anos, em pacotes de incentivos fiscais sem sucesso. Cita como exemplo, que o Banco do

Japão (BC) manteve “por quase um ano uma inédita política de juro zero, para desonerar a captação de recursos e manter baixo o custo da dívida pública” e que o governo finalizava um pacote (US\$102 bilhões) de incentivo à nova economia e ao incremento da produtividade.

Uma das características do *EU&* que se repete em vários momentos, como já mencionado, é que certas expressões e jargões econômicos ou empresariais, nem sempre são explicados no conteúdo, o que permite concluir que para o suplemento a relação dialética com o leitor pressupõe o domínio dos significados destes. Nesta reportagem, é citado o economista britânico do século XX John Maynard Keynes (1883-1946), autor da “Teoria Geral do Emprego, do Juro e do Dinheiro”, sem, entretanto, mencionar as teses dele, as quais inspiraram o Estado do Bem-Estar Social para as ações do governo. Subentende-se, assim, que o público já conheça as concepções de Keynes, o que autoriza partir de patamar mais alto no diálogo com o leitor para ilustrar de forma racional o aumento exorbitante da dívida pública japonesa: “Essa década de frustrado keynesianismo à japonesa, gerou uma imensa dívida pública, a maior do mundo, que ao final deste ano deve chegar a US\$ 6,2 trilhões”.

A recuperação histórica do quadro econômico, que será reincidente em outras matérias, também possibilita rever os principais fatos decorrentes do amplo processo da tradição cultural japonesa, associados aos padrões da modernidade. O *EU&* não apenas informa que o país começava sua recuperação, mas resgata aspectos culturais como o fato de ter optado por nova abertura ao mercado exterior e ter iniciado a ruptura de tabus antigos, entre eles a forte intervenção do Estado na economia e a permissão para grandes grupos empresariais japoneses serem dirigidos por estrangeiros contrariando uma tradição milenar: “Numa mudança de rumo importante, o governo parece estar abandonando a política de salvar empresas quebradas” e cita a empresa Nissan como exemplo de globalização, que foi absorvida pelo grupo empresarial francês Renault e está sob a direção de um brasileiro Carlos Ghosn, conhecido como “exterminador de custos”, por ter fechado cinco fábricas e demitido 16 mil funcionários.

A despeito de 16 mil pessoas terem perdido o emprego, a reportagem não faz qualquer menção à situação dos desempregados, nem cita os possíveis impactos que estas demissões viriam provocar. Também não traz informações sobre as desigualdades sociais, nem os índices de pobreza, nem as taxas de desemprego ou de distribuição de renda no país. Ao contrário, deixa implícito que “reestruturação” ocorreu como medida para a saúde financeira da empresa e, de forma explícita na declaração de uma fonte, que a atitude só pode ter sido adotada por um estrangeiro: “‘Nenhum japonês poderia ter feito o que Ghosn fez. Os estrangeiros estão impondo isso aos japoneses. É um novo processo de abertura’,

afirma o consultor brasileiro Isidoro Yamanaka, ex-funcionário do governo federal e que por 25 anos tratou das relações entre o Brasil e o Japão”.

A promessa contida na linha-fina da reportagem é cumprida quando a matéria elucida que a Nissan é o caso clássico que reúne a quebra dos três principais tabus administrativos da tradição japonesa: 1) o estilo de gerenciamento japonês exportado até os anos 1990; agora os gestores têm que se reciclar; 2) o emprego vitalício, pilar da estrutura trabalhista no país, não é mais garantido, nem a promoção por idade, pois o mérito prevalece; 3) centralização da decisão, ao contrário do processo colegiado que é mais lento e dilui as responsabilidades. Entretanto, os impactos da influência estrangeira na visão empresarial japonesa são minimizados pelo Keidanren, poderosa federação industrial japonesa, a qual diz não acreditar “numa invasão estrangeira, já que a mentalidade e a estrutura de negócios no país ainda inibem isso”. A reportagem deixa claro, ainda, que “a influência externa é enorme”, tanto que os japoneses já incorporaram uma nova expressão para designar essa situação: “*wakon-yoosai*”, que significa “criatividade ocidental com espírito japonês”.

Com relação à economia globalizada, o *EU&* também procura situar o leitor sobre o panorama das relações exteriores daquele país ao informar que o Japão que “não faz parte de nenhum bloco econômico está fechando seu primeiro acordo bilateral com Cingapura, encerrando uma tradição de priorizar os fóruns internacionais”. Em que pese estar em um quadro de macrodesequilíbrio econômico, o Japão é o “maior doador de ajuda externa do mundo em termos absolutos (mais de US\$ 15 bi no ano fiscal de 99, contra cerca de US\$ 8 bi dos EUA), o país ameaçou esta semana reduzir drasticamente essa assistência”.

O caderno não aborda apenas o quadro econômico japonês, mas também fornece elementos sobre a conjuntura política da época no país, ao informar que a economia dá sinais de recuperação, mas o ambiente político não, o que possibilita apreender o quadro de forças políticas japonesas do ano 2000: “O atual primeiro-ministro, Yoshiro Mori, do PLD, tem o pior índice de aprovação da história do país, com apenas 17% da opinião pública favorável” e que, na época, já existia dentro do partido à que ele pertence, pressão para a renúncia dele: “o favorito dentro do PLD para substituí-lo é Koichi Kato, considerado um modernizador”.

A narrativa da reportagem não traz fragmentos e alusões relacionados explicitamente à cultura e nem se fundamenta em figuras literárias, contudo o texto traz argumentação histórica e informações econômicas obtidas de fontes primárias. Apesar de o jornalista ter viajado a convite do *Foreign Press Center* do Japão, as fontes ouvidas dão legitimidade à matéria. Além das citadas acima, também foram ouvidas: Hideki Kusakabe, vice-diretor do EPA (Agência de Planejamento Econômico); Toshihiko Kinoshira, professor de Economia da Universidade

Waseda e consultor do governo japonês; Lee Kuan Yew, presidente por 25 anos de Cingapura e uma das mais respeitadas personalidades asiáticas. Desse modo, constata-se que o estilo textual e a recuperação de certos fatos da história da tradição japonesa constituem uma abordagem de caráter cultural, pois se revela como alargamento de conceitos que permitem compreender aquela situação específica associada ao mundo globalizado, resultando em novo acúmulo de capital simbólico para o leitor.

Carreira & Sucesso

1. Comandante Rolim

1.1. Bonaparte brasileiro

Uma das características das sociedades globalizadas é o reconhecimento profissional num mercado cada vez mais competitivo, onde se pode identificar o que Bourdieu (1998, p.54-58) chamou de “neodarwinismo” social, no qual triunfam os melhores e os mais brilhantes.



Assim, um dos critérios de noticiabilidade do *Valor* e do *EU&*, constatados por meio das entrevistas e do próprio material analisado, é a valorização de histórias de conquistas e iniciativas empresariais ou carreiras profissionais bem sucedidas. É o caso da capa da edição nº 157 (Anexo 7) com o título “Sonho de um pioneiro”, completado com as frases “Livro conta a trajetória do comandante Rolim, um self-made man da aviação. TAM e Varig negociam fusão para sair de uma crise que atinge todo o mercado”, que é explorada em

três matérias.

A matéria principal foi escrita por Robinson Borges e recebeu o título: “Bonaparte brasileiro”⁵², complementado pela seguinte linha-fina: “Biografia de Rolim, ‘o homem da TAM’, revela a obstinação por estar sempre no topo”. O gancho jornalístico para o assunto é

⁵² “Bonaparte brasileiro” - *EU&*, nº 157, de 5, 6 e 7/set/2003, p. 10-14

o lançamento dia 9 de setembro do livro: “O Sonho Brasileiro – Como Rolim Adolfo Amaro criou a TAM e sua Filosofia de Negócios”, do jornalista Thales Guaracy.

Na tentativa de atrair a atenção do leitor, o *EU&* procura na humanização da narrativa a dose de sensibilidade adequada para contar a história de um homem arrojado que não se desviava dos obstáculos: “Rolim Adolfo Amaro era um homem de ambições desmedidas. Comentava que se fosse começar sua biografia optaria por uma exclamação de outro audacioso da história: Napoleão. ‘Ah! Que belo livro daria a minha vida!’” Portanto, é nítido que o *EU&* valoriza a audácia e o arrojo profissionais ou, para usar o vocabulário da área, o empreendedorismo ousado. Só o fato de o suplemento ter escolhido esta informação para a abertura do texto já dá indícios de que a afirmação tem procedência.

O *EU&* opta por desenvolver a matéria estruturada a partir das condições da empresa de aviação de Rolim na época da morte dele, aos 59 anos de idade, que tinha ocorrido “por ironia do destino, num desastre de helicóptero, no dia 8 de julho de 2001”. Mas, antes de detalhar a situação da empresa, o jornalista volta a esboçar as principais características da personalidade de Rolim e, como é possível verificar, há o reforço da valorização do desempenho individual, da história de profissionais dinâmicos, destemidos, corajosos e ambiciosos e outras similaridades, conforme comprova trecho extraído do livro a ser lançado: “Rolim desapareceu como viveu, no limite entre a audácia e a imprudência, como piloto e como empresário. Homem incansável, fazia do movimento a própria vida. Sempre que algum desafio se pusera na sua frente, sua atitude fora de atirar-se adiante, nunca de recuar”.

A mesma ideia é revigorada e acrescida de mais alguns traços de temperamento, comuns às pessoas bem sucedidas valorizados pelo suplemento, tais como não temer riscos e vencer por esforço próprio, semelhante à história de vida do comandante e que lhe renderam reconhecimento profissional e aceitação social. Deixa evidente que a formação acadêmica, ou melhor, a falta dela, não impede o sucesso profissional, em analogia à história de vida do presidente Lula, conforme trecho a seguir e que inclui uma declaração de Guaracy:

Segundo o autor, a biografia de Rolim transformou-se num livro de suspense, pois ao longo de sua vida ele tinha uma ideia original ou um golpe de ousadia ou uma sorte extraordinária, que sempre alteravam o rumo dos acontecimentos. “Toda vez que precisou enfrentar um desafio, contava com um desses aspectos. Era um homem sem limites e um desbravador”, disse Guaracy ao *Valor*. A história de Rolim contempla, assim, um certo Brasil que supera as adversidades, dá certo e está disposto a se arriscar. Assim como Lula, Rolim foi um autodidata, que não completou o primeiro grau, mas tornou-se um verdadeiro *self-made-man*. Chegou a dormir embrulhado em jornais para fugir do frio no início da carreira e em 2001

deixava uma empresa com 91 aeronaves, faturamento anual de R\$2,26 bi e disposição para explorar o mundo.

Assim, é possível depreender-se a partir da leitura das três matérias que exploram a vida pessoal e profissional do comandante quais características para o sucesso empresarial o suplemento reconhece como importantes (sem importar a ordem):

- Determinação e o esforço pessoal - “Anos depois, a obstinação pela aviação, iniciada aos dez anos, o levou a se aproximar da Táxi Aéreo Marília [...] Dois anos depois, Rolim foi contratado como piloto [...] e, em 1971, assumiu o posto de principal executivo e tornou-se acionista [...]. Em 1980 chegaram as primeiras aeronaves Fokker-27[...]. Em 1993, a TAM transportava 1,2 milhão de pessoas”.
- Destemor - “Rolim trazia no corpo as marcas de seu estilo de vida, às vezes imprudente”.
- Ambição - “Ele queria adquirir a Varig, como já quisera, em vão, comprar a Transbrasil e a Vasp, mas, mesmo assim, sobrepujou essas companhias após tentativas de aquisições”.
 “O desejo de conquistar outros mundos começou a ser concretizado [...]”.
 “Para o salto internacional, o empresário associou-se à Transbrasil [...]”.
- Sagacidade - “A verdade é que ele sabia manipular as informações a seu favor, em especial quando envolviam seus desafetos”.
- Ascensão social e profissional - “O comandante tornou-se também um grande incentivador da criação da Agência Nacional da Aviação Civil (Anac)”.
 “O projeto de reestruturação do setor [aviação civil no Brasil] previa a criação de uma *holding*, com ações da Varig e da TAM”.
 “Por estar próximo de repórteres e pessoas influentes, oferecia e colhia notícias ‘quentes’.”

Quando se aborda a questão do reconhecimento profissional e social, é inevitável a remissão às explicações de Bourdieu (1992) sobre o acúmulo dos diversos tipos de capital tratado na teoria dos campos sobre as classes sociais, mais especificamente quando explica que a classe dominante tem grande dotação de capital (quantidade) e de diferentes tipos de capital (econômico e cultural). Assim, subentende-se que o *EU&*, ao optar pela publicação de histórias de pessoas que se fizeram por si mesmas, reconhece o mérito deste sucesso que conferiu ao biografado posição de destaque e de influência nas relações sociais a partir do

capital econômico acumulado, como mostra o fragmento a seguir, inclusive com uma declaração do autor da biografia do comandante:

Quando Rolim morreu, era dono de uma empresa com 8 mil empregados e vinha numa sequência de dez anos de lucros, enquanto os concorrentes afundavam em dívidas. No dia 9 de julho, uma 2ª feira, o empresário iria expandir mais a empresa. Compraria uma pequena empresa aérea argentina, a *Aerovip*. “Parecia um negócio despretenso. Rolim, no entanto, pensava em fazer uma companhia doméstica muito forte no país vizinho, princípio de uma concorrência para a *Aerolineas*”, revela Guaracy.

A recuperação de episódios históricos, uma das principais características do gênero biográfico, é mantida, sobretudo quanto à evolução dos empreendimentos de Rolim. As principais etapas estão, de forma resumida, descritas a seguir. Em 1964, Rolim foi contratado pela *Táxi Aéreo Marília* como piloto; em 1971 era o principal acionista e o vice-presidente da empresa; em 1975, detinha 98% das ações e criou a marca TAM com atuação regional. Em 1980, chegaram as primeiras aeronaves *Fokker-27* e, em 1990, os *Fokker-100*. Em 1993, a TAM transportava 1,2 milhão de pessoas. Associou-se à *Transbrasil* em 2000, numa parceria de seis meses de duração; com seus três primeiros Airbus A330, comprados em dezembro de 1998 a TAM inaugurou os voos internacionais (SP-Miami) e para Europa (1999 SP-Paris). Também negociava a compra da *Aerolineas Argentinas*, da *Lan Chile* e da *Equatoriana*.

É importante destacar que no levantamento da evolução empresarial de Rolim, o *EU&* também publica os fatos que abalaram as empresas dele. Além da tragédia de 1997, quando uma bomba explodiu em um *Fokker-100* e o engenheiro Fernando de Moura morreu, o suplemento detalha o grave acidente com o *Fokker-100*, ocorrido um ano antes com outro⁵³ *Fokker-100*. Informa que Rolim estava no Caribe e tomou conhecimento pela CNN; voltou em segredo e foi direto para a casa do presidente do *Grupo Ultra*, Pery Igel, pois o filho de Igel [Ernesto], que estudara com o filho dele nos EUA, estava entre os mortos. Neste trecho, o suplemento mostra o lado sensível de Rolim, que na época a mídia não revelou. Segundo o *EU&*, o comandante teria dito que ali “perdera a vontade de viver” e, conforme explica Guaracy essas lembranças nunca o abandonaram:

“Mas ele não era perfeito. Cometeu erros. Quando se colocava como ‘pai’ dos passageiros, acabava atraindo também para si as coisas negativas. Bebeu de seu próprio veneno, pois passava a ideia de que podia resolver tudo. O comandante, porém, nunca superou as marcas do que aconteceu em outubro. A companhia, sim.” [declara Guaracy]

⁵³ O *Fokker-100* tinha caído a 2 km do aeroporto de Congonhas em São Paulo, 11 segundos depois de levantar voo causando a morte de 91 pessoas a bordo e mais três em solo

Como o suplemento traça um perfil sob vários prismas, aponta alguns aspectos mais sensíveis da personalidade de Rolim até então não tratados: informa que ele optou pela transparência e assumiu a responsabilidade em comunicados curtos, mas como o serviço “Fale com Presidente” não atendia mais, houve um abismo entre a empresa e os clientes, “cuja proximidade [ele] tanto cultivava”, o que o deprimiu muito. Essa humanização do sofrimento do personagem biografado também está presente ao informar que ele chegou a visitar famílias de algumas vítimas, mas desistiu. Segundo Guaracy, “o esforço dele era genuíno, mas ninguém estava interessado em seus sentimentos”. O *EU&* deixa claro também que à cobertura midiática do acidente cabe certa dose de crítica por ter cobrado negativamente a indenização das vítimas, pois de acordo com as leis internacionais esta era da competência da companhia de seguros, no caso o Unibanco, conforme se constata na declaração de Guaracy:

“Como em última análise seria a seguradora que faria o pagamento, também lhe cabia conduzir as negociações. Logo surgiram as ‘viúvas’ da TAM – parentes das vítimas revoltados com o acidente, que reclamavam da demora em receber assistência, especialmente no caso das famílias que ficaram sem arrimo”, escreve Guaracy.

O desfecho da polêmica sobre o ressarcimento dos familiares das vítimas esclarece que a indenização foi feita pela Justiça dos EUA, em valores que variaram de R\$ 300 mil a R\$800 mil, por meio de acordo com as famílias das vítimas. “A responsabilidade, segundo os laudos técnicos, foi do fabricante, já fora de operação, que alterou o sistema reversor, aumentando a probabilidade de o aparelho abrir em voo de uma para 1 bilhão, para de uma em 1 milhão”, mas que a imagem da TAM ficou abalada. Portanto, percebe-se que ao narrar um episódio complexo, o *EU&* não deixa de incluir o desfecho para o leitor, que pode ter, assim, visão completa daquele fato, como reza a cartilha do bom jornalismo.

Não apenas o acúmulo de capital econômico por Rolim justificaria a influência dele no campo em que atuava, mas é preciso considerar, ainda, outros fatores, como a competência e a atenção às forças do capitalismo, que conferiram ao comandante uma visão “macro” e que o suplemento deixa evidente, como por exemplo, quando afirma que, para o comandante, o problema da fusão com a Varig estava na regulação do mercado, na política fiscal e no câmbio e o dilema estava nos “vícios de poder na aviação” e na excessiva taxaço, que ele chamava de “ditadura econômica”: EUA (7,5%), União Europeia (16%) e no Brasil (35%). Além disso, também fica claro que foi a capacidade visionária de Rolim

que incentivou a criação da Anac para evitar a competição desigual e que o levou a defender mudança nas leis sobre as instalações aéreas nos aeroportos (no Brasil as empresas pagam e o governo administra, nos EUA cada empresa é dona de suas instalações). O *EU&* adota a busca de conteúdo equilibrado, pois nem só os traços de empreendedorismo e de homem de visão de Rolim estão na reportagem, ao contrário. Borges revela também que o comandante costumava dividir opiniões a seu próprio respeito, como se verifica no fragmento a seguir:

“De acordo com Guaracy, ele era reconhecido, sobretudo, como um ‘empresário original, lutador e ousado’, Mas havia controvérsias: uns o chamavam de ‘marqueteiro’ – por acreditarem que a imagem do comandante não fosse verdadeira, mas estratégia; outros avaliavam que ele era uma pessoa com obstinação para a ‘autopromoção’. Procurou a Escola de Samba Salgueiro para ser homenageado no carnaval de 2002. Investiria R\$1,2 milhão”.

Da mesma forma episódios não tão louváveis estão presentes, conferindo também certo equilíbrio ao conteúdo como, por exemplo, outra característica do biografado divulgada pelo *EU&* era a esperteza dele corroborada pelo trecho abaixo:

“A verdade é que ele sabia manipular as informações a seu favor, em especial, quando envolvia seus desafetos. Um deles era Wagner Canhedo, que comprou em 1991, ‘em seu lugar’, um de seus sonhos de consumo: a Vasp. Por estar próximo de repórteres e pessoas influentes, oferecia e colhia notícias ‘quentes’. Nos contatos sempre lhe falavam de Paulo César Farias, o caixa da campanha de Fernando Collor, e amigo de Canhedo, que Rolim acreditava ter sido favorecido pela ‘República de Alagoas’. Como desforra informou à revista ‘Veja’ a história do ‘Morcego Negro’, um jatinho de US\$ 10 milhões, adquirido pro PC Farias e aterrissado no hangar de Canhedo. Na recessão profunda que o país enfrentava, a aeronave indicava procedimentos ilícitos. Em 1992 uma CPI investigou a privatização da Vasp e a considerou legal”.

A abordagem prismática dos temas das capas do *EU&* confere ao suplemento uma característica singular com tendência de ampliar o horizonte de conhecimento do leitor. Essa peculiaridade também se verifica nesta matéria, pois além dos traços da personalidade do empresário, já abordados, Borges inclui o relacionamento do biografado com as mulheres. Sem dar muitos detalhes, afirma que outro talento atribuído ao empresário “era o de apaixonado por todos os aspectos que se referiam ao sexo oposto” e que, embora tenha tido dois filhos com a mulher (Noemy), mais um fora do casamento e fama de galanteador, nem sempre teve sorte nesta seara, pois “antes de conhecer dona Noemy se sentia um homem sem habilidades para o amor. Seu curso de pilotagem, por exemplo, foi pago com o dinheiro obtido com a venda de um anel de rubi devolvido por uma namorada que o abandonara”. A

reportagem traz informações sobre o autor do livro, diz que Guracy foi jornalista de vários veículos de comunicação e escreveu outros seis livros (o último é “O Homem que Falava com Deus”) e que havia sido escolhido pelo próprio Rolim para escrever sua biografia.

Outras fontes citadas na reportagem estão: Ozires Silva (presidente na época da Varig), José de Anchieta Élcias (ex-diretor da Transbrasil e lobista no Congresso); Joaquim Pereira da Rosa (tio de Rolim e piloto que o levou ainda criança ao primeiro voo); Wagner Canhedo (dono da Vasp), PC Farias (caixa da campanha de Collor); Lula, ditadores Hugo Banzer (Bolívia) e Hugo Stroessner (Paraguai) e Adriana Conti (gravou as entrevistas com Rolim para documentar a biografia).

1.2. TAM entre a fusão e o plano B

O *EU&* traz uma segunda reportagem relacionada ao comandante Rolim, com o título “TAM entre a fusão e o plano B”⁵⁴, de Vanessa Adachi, sobre como estava a situação da TAM na era pós-Rolim. A frase de um executivo da empresa, a qual abre a matéria já dá o tom: “Da era de glamour da TAM só ficou o tapete vermelho”. Mas, a jornalista informa que a empresa ainda impõe respeito, pois em julho chegou a ultrapassar a Varig na liderança do mercado doméstico com participação de 34,5%, embora a crise tivesse resultado em um prejuízo de R\$ 605 milhões em 2002 e que, meio a contragosto, a empresa se fundiu com a Varig.

Manter o leitor atualizado e bem informado é outro ingrediente que o *EU&* adota em suas reportagens, portanto publicar o diagnóstico do legado do comandante em uma matéria complementar parece óbvio. Entretanto, a matéria não se limita a esta finalidade, pois extrapola o assunto e fornece informações fundamentais para um tipo de público acostumado a utilizar o transporte aéreo com frequência tanto a trabalho como em férias. Desta forma, o suplemento discute um problema que vinha se agravando dia a dia, que era o excesso de capacidade dos aviões, que implicou voos deficitários para a empresa e mudanças na oferta do serviço. Novamente as referências internacionais sobre vagas ociosas na aviação são utilizadas na reportagem como, por exemplo, a taxa média de ocupação no Brasil (55%), Europa (65%) e EUA(70%), colocando o leitor em contato com informações de abrangência internacional, o que representa incremento de capital cultural e simbólico para o leitor.

Mas, o *EU&* também prospecta no âmbito nacional a causa original do problema, ao explicar que, em 2000, a TAM tinha comprado 21 aviões e, portanto, passou a ter a mais nova frota do mundo, mas começou a ter ociosidade de vagas porque Rolim não havia

⁵⁴ “TAM entre a fusão e o plano B” - *EU&*, nº 157, de 5, 6 e 7/set/2003, p.14-15

previsto o surgimento da Gol que operava com baixo custo. A reportagem dimensiona a gravidade da situação ao resumir o quadro de ociosidade das vagas, associado ao número de aviões da empresa: “Enquanto 74 de suas aeronaves voam, outras 19 estão no chão. São 17 *Fokker-100* e dois, *Airbus A-330*, que representam altos custos e nenhuma receita para a companhia”. Também indica que a causa não era só o tamanho da frota, mas a mudança do perfil do usuário, que em 2003, esperava pontualidade e frequência e não queria pagar por pequenos luxos, o que pôs em xeque o modelo de serviço diferenciado da TAM.

Os problemas enfrentados por empresas nacionais, novamente mantém relação com referenciais internacionais, vinculando a crise da empresa a dificuldades no nível mundial, o que reforça a visão cosmopolita contida na maioria das matérias. Desta vez, o *EU&* aponta o 11 de Setembro como fator de agravamento da crise, já que prejudicou o tráfego aéreo mundial e os planos de voos internacionais da TAM. O suplemento, então, fornece o diagnóstico da situação em 2003, informando que a TAM só utilizava, na época, 5 dos 9 *Airbus-330* e que mantinha as rotas de Miami e de Paris: “três têm sido usados em fretamentos domésticos e para a Argentina. Dois estão parados. Há alguns meses negociava-se um acordo ‘wet lease’ (*leasing* com tripulação) dessas duas aeronaves para China. Mas o ‘efeito Sars’⁵⁵[...] que impediu o negócio”.

Assim como em outras reportagens, o suplemento também expõe as possíveis alternativas de solução e explica que a TAM tenta duas saídas simultâneas: associar-se à Varig e um plano “B” (contratação da consultoria da *Bain & Company*, o que implicou corte de rotas não rentáveis, eliminação da “superclasse” nos voos domésticos, simplificação dos serviços de bordo e dos hotéis para a tripulação). O *EU&* foge da superficialidade ao detalhar o intrincado jogo das negociações para a associação com a Varig: o pré-contrato de garantia para o governo investir na Varig, a negociação da dívida da Varig (mais de US\$1,2 bilhão) e a definição da participação acionária (a Varig teria de 5%, a TAM, deveria ter 35% e o governo, menos de 50%). Também esclarece que tudo ainda dependeria de aprovação do Cade (Conselho Administrativo de Defesa Econômica) já que a empresa teria mais de 60% do mercado doméstico.

Na previsão dos desdobramentos, prática comum do *EU&* é utilizar a opinião de especialistas para demonstrar a instabilidade à que a fusão das duas empresas estava sujeita como é o caso do analista do setor aéreo da Unibanco *Research*, Carlos Albano, que entende

⁵⁵ Sars –(*Severe Acute Respiratory Sindrome*) surgiu na província de Guangdong, na China, em novembro de 2002 espalhou-se por Hong Kong, Sudeste Asiático, Europa, América do Norte e o mundo todo Depois que a epidemia global foi anunciada em 2003, ocorreram cerca 8000 casos e 800 mortes registradas. Disponível: <http://boasaude.uol.com.br/lib/ShowDoc.cfm?LibDocID=4924&RetumCatID=1766>. Acesso: 10/01/2010

que, a ausência de um marco regulatório adequado poderia colocar em risco o futuro da nova empresa: “Trata-se de um setor muito cíclico, com demanda muito volátil, por isso a necessidade de uma estrutura regulatória que acomode esses fatores”, pois segundo ele, “50% da demanda do setor é turística e, portanto, totalmente dispensável [em crises, é a primeira a ser eliminada]. Os outros 50% são viagens de negócios e as tecnologias de comunicação as tornaram menos necessárias”. Também apresenta a opinião da consultoria contratada e responsável pela elaboração do chamado plano B, na pessoa do vice-presidente, André Castellini, para quem, devido à grande extensão territorial do Brasil e poucos passageiros frequentes, “não pode haver mais que dois concorrentes de maior peso, uma empresa de porte nacional e outra de modelo ‘low cost’ regional”.

Outras fontes ouvidas legitimam as informações contidas na reportagem:; brigadeiro Mauro Gandra (diretor do instituto do Ar da Universidade Estácio de Sá e ex-diretor do Depto. de Aviação Civil (DAC) e do Sindicato das Empresas Aéreas (Snea).

1.3. Estrangeiras fogem do prejuízo

Uma terceira matéria, cuja autora é Tatiana Bautzer, de Washington, complementa o assunto da capa com o título: “Estrangeiras fogem do prejuízo”⁵⁶ traça o panorama do setor da aviação civil fora do Brasil. Informa que o ramo aéreo foi um dos mais afetados em 2003 pela sars e pela Guerra do Iraque, que desaceleraram a economia mundial e disseminaram o medo depois do 11 de Setembro, portanto o suplemento relembra dois importantes fatos históricos que impactaram o setor. Além disso, traz referenciais internacionais, possibilitando ao leitor se sintonizar com os acontecimentos nos EUA, onde as empresas aéreas acumulam prejuízos desde 2001 e devem terminar 2003 também no vermelho, com uma sucessão de falências, apesar da ajuda do governo.

Devido ao fato de o assunto estar relacionado à vida profissional do público do *Valor* (executivos, empresários e profissionais liberais que se deslocam com frequência para diversas partes do mundo), o *EU&* procura fornecer um painel da situação do setor aéreo norte-americano de forma detalhada e que está resumida a seguir:

- em 2002, a maior empresa do mundo a *American Airlines* cortou a capacidade em 6,5%;
- a *United Airlines*, a segunda maior dos EUA, estava em concordata (esperava receber do governo US\$ 900 milhões para sua reestruturação);
- a *US Airways* passou por concordata de oito meses e se recuperou; outra que estava em concordata era a *Midway* (empresa regional);

⁵⁶ “Estrangeiras fogem do prejuízo” - *EU&*, nº 157, de 5, 6 e 7/set/2003, p.16

- nas férias de verão (julho) as empresas com serviços simples e baixo custo (inspiradas no modelo da Gol), como a *Southwest Airlines*, a *Jet Blue* e a *Airtran Holdings* (a qual elevou em 32,6% sua receita em milhas/passageiro), ganharam o mercado.
- Em relação a 2000, as viagens a negócios caíram 15% e o risco de um eventual ataque terrorista (violência no Oriente Médio) poderia levar mais algumas empresas à falência.

Como solução da crise, o *EU&* aponta que entre as medidas para recuperação estão: reservas e vendas de passagens via internet e emissão em caixas automáticos nos aeroportos; demissões e renegociação salarial; redução da frequência e acordos *co-sharing*⁵⁷ da rota entre os EUA e Hong-Kong. Enfim, o *EU&* mantém algumas das características comuns às reportagens sobre conjuntura econômica também para retratar o perfil de profissionais de sucesso, como é o caso da visão cosmopolita na abordagem, a linguagem bem cuidada e vocabulário e expressões do mundo empresarial.

As matérias que compõem a reportagem especial sobre o comandante Rolim, constituem importante ferramenta para acúmulo de conhecimento num mundo social cada vez mais competitivo, e que conforme a teoria dos campos é um espaço de conflitos e de concorrência. Conforme Bourdieu (2004, p.83), neste espaço social, a força dos agentes varia de acordo com o jogo, da mesma forma que varia a hierarquia nas diversas espécies de capital (econômico, cultural, social, simbólico) de cada campo. Assim, acumular cada vez mais capital cultural é uma estratégia para se manter na posição social.

2. Angela Martins, a embaixatriz no Irã

2.1. Uma brasileira nas finanças islâmicas

Ainda na mesma proposta de priorizar histórias diferenciadas de pessoas destemidas e determinadas que obtiveram êxito profissional, o *EU&* traz na capa da edição nº 383, a seguinte chamada “A embaixatriz do Brasil no Irã”, completada com a frase: “Executiva abre caminhos para financiamentos muçulmanos”.

Trata-se da matéria de Cristiane Perini Lucchesi, que recebeu na parte interna do suplemento o seguinte título: “Uma brasileira nas finanças islâmicas”⁵⁸ e a linha-fina: “As aventuras de Angela Martins, diretora do banco árabe ABC Brasil, no misterioso universo dos bancos islâmicos, que passam longe do aperto de liquidez da Europa e Estados Unidos”.

⁵⁷ *Co-sharing* – compartilhamento de rotas

⁵⁸ “Uma brasileira nas finanças islâmicas - *EU&*, nº 383, de 8, 9 e 10/fev/2008, p. 4-7

A linha-fina traz a conotação de que desvendar os bastidores do sistema bancário islâmico é um misto de desafio profissional, peripécias e prazer. Assim são reforçados os



critérios de noticiabilidade que incluem o inusitado, conforme demonstra a reportagem ora analisada sobre a “primeira mulher a entrar na sede do maior banco islâmico do mundo, o *Al-Rajhi*, em *Riad*, capital da Arábia Saudita”. Angela Martins, brasileira, católica “teve que conseguir autorização especial, pois, no país, mulher só pode fazer negócios com mulher. Preciso usar *abaia* preta – capa que deixa apenas o rosto de fora”.

O *EU&* abre espaço para a história do sucesso profissional de uma mulher, mas não qualquer mulher, nem qualquer profissão, nem em qualquer lugar. É uma executiva que atua em um campo extremamente difícil para o sexo feminino, como é o setor bancário com o agravante de ousar negociar em uma sociedade extremamente fechada, com regras rigorosas para as mulheres, como a islâmica. Portanto, o suplemento vai buscar no incomum, o tema que pode agregar ao leitor, conhecimentos singulares. Novamente percebe-se, que entre os valores-notícia do caderno cultural estão histórias de pessoas bem sucedidas, que se arriscam, destemidas, ousadas e determinadas, conforme é possível comprovar na frase a seguir: “Mas, persistente, cheia de determinação para uma mulher, não desistiu”.

Entretanto, esta reportagem transcende os limites da abordagem biográfica, pois como se refere à atuação da executiva fora do Brasil, incorpora informações da cultura árabe à narrativa, o que permite ao leitor ampliar a visão sobre os hábitos e costumes de uma Nação do Oriente Médio, com códigos morais e sociais específicos tanto para o comportamento familiar e social quanto para o mundo dos negócios, conforme demonstra o trecho a seguir:

Ansiosa fez uma apresentação para oito executivos muçulmanos sem olhar nos olhos de nenhum deles, pois isso seria considerado íntimo e sensual demais. Ao andar de um lugar para outro de carro ou avião, temeu ser deportada pela polícia religiosa, que não permite que mulheres desacompanhadas de pai ou filho ou marido entrem no país. No final de sua missão, obteve sucesso: estreitou relações com os bancos islâmicos e conseguiu linhas de crédito para o Brasil.

Para legitimar o sucesso da executiva, o *EU&* informa que dez anos depois, a diretora da área internacional do banco de capital árabe ABC Brasil tornou-se especialista no sistema financeiro islâmico e lançou o livro “A Banca Islâmica”, resultado de conclusão da pós-graduação em finanças corporativas, que em 2008, ganhava atualidade renovada devido

à abundância de riqueza disponível no Oriente Médio por causa dos altos preços do petróleo. A crise de liquidez e o aperto no crédito nos Estados Unidos e Europa passam longe do sistema bancário islâmico, que segue as leis da *xariá* – o conjunto de preceitos morais presentes no Corão e na tradição oral associados ao profeta Maomé, que serve de orientação para a vida religiosa e civil dos muçulmanos e proíbe a cobrança de juros.

Dados históricos também são incluídos, quase sempre com finalidade didática de explicar uma condição atual, constituindo-se numa informação cultural, como é o caso do esclarecimento sobre a não cobrança de juros pelos bancos islâmicos. Segundo o *EU&*, a não cobrança começou quando “os britânicos se aproveitaram da dívida externa do Egito (1875) para comprar uma participação no Canal de Suez⁵⁹ e ocupar o país, o que gerou revolta contra os bancos tradicionais entre os muçulmanos”.

O *EU&* explica que em 2003, o sistema islâmico dependia de aprovação de cada produto pelos conselhos compostos por estudiosos⁶⁰ do *xariá*⁶¹, pois os financistas assumem parte do risco e dos lucros dos investimentos feitos pelos tomadores de empréstimos (uma espécie de acionista). Entre as práticas criticadas pelo *xariá* está o entesouramento que não é bem vista pelo Corão, portanto para eles é justo ganhar dinheiro desde que se “corra o risco do empreendimento”. O *EU&* informa, ainda, que “para o Islã, a riqueza deveria ser toda investida. Caso contrário, seria exaurida pela *zakah*, uma espécie de imposto de renda”.

Outro princípio da cultura muçulmana que o *EU&* revela é com relação à função do principal objeto de troca no capitalismo, pois como “o dinheiro existe para o desenvolvimento do mundo”, os bancos islâmicos têm que assegurar que “seus lucros são obtidos por meio de

⁵⁹ O Canal de Suez é o mais longo do mundo, não tem eclusas e permite a passagem de navios com 15 metros de calado: são 163 quilômetros que ligam o porto egípcio *Port-Said*, no mar Mediterrâneo, a Suez, no Mar Vermelho, com largura média de 365 m, dos quais 190 m são navegáveis. A posição estratégica, que liga a Europa à Ásia sem contornar a África, gerou várias contendas internacionais: a construção começou no Egito antigo e, por vários séculos, foi mantido de forma parcial. A construção efetiva pelo Egito e França, começou em 1859 e foi concluída em 1869. A dívida externa do Egito obrigou-o a vender sua parte para o Reino Unido, em 1875. Com a Convenção de Constantinopla, em 1888, foi aberto a todas as nações, mas em julho de 1926, o Egito nacionalizou o Canal e em outubro do mesmo ano os britânicos e franceses atacaram o Egito sob o pretexto de o Canal ser reaberto a todas as nações. De 1967 a 1975, permaneceu fechado com uma força da paz da ONU e, em 1978, com a *Guerra do Yom Kipur*, o Egito recuperou o Canal de Suez. Disponível: <http://historia.abril.com.br/guerra/guerra-canal-suez-faz-50-anos-435131.shtml>. Ver também: http://i-cias.com/e.o/suez_can.htm. Acessos: 12/01/2010

⁶⁰ Estudiosos do *xariá* – são raros e chegam a ganhar US\$100 mil em honorários.

⁶¹ *Xariá* – código de leis do islamismo

investimento em atividades econômicas consideradas éticas,” logo, exclui investimentos em empresas dos ramos: álcool, jogo, pornografia, tabaco, armas ou carne de porco. A informação que pode ter a conotação de simples curiosidade induz à reflexão. Evidente que esta afirmação carece de outro tipo de pesquisa para ser confirmada e nem é o objetivo deste trabalho, mas não deixa de ser uma ideia provocativa para se pensar no sistema capitalista ocidental que não tem esse tipo de preocupação. Além disso, permite outro olhar sobre a cultura islâmica.

A prática do *EU&*, pelo menos nas matérias analisadas, tem sido a de indicar possíveis oportunidades de negócios e, nesta reportagem não é diferente. O caderno informa que, segundo a executiva, o Brasil poderia aproveitar a liquidez do mundo muçulmano, na época, com cerca de US\$ 2 trilhões em recursos privados e públicos. Apesar da cultura e da legislação rigorosa daquela região, vários governos e alguns xeiques mais ricos, embora sejam árabes e muçulmanos não seguem as regras islâmicas e aplicam em fundos soberanos tendo sido o socorro de grandes bancos dos EUA e da Europa.

A vinculação do país com o a realidade brasileira é feita por meio de uma recomendação de Angela sobre a cultura das nações árabes, ao afirmar que “muitos fundos soberanos árabes estão investindo na Bovespa” e que muitos clientes do banco ABC têm vindo ao Brasil para investimentos diretos. “Daí a grande importância de entender as diferenças culturais”, aconselha Angela, que diz ter ficado “fascinada com aquele mundo diferente”.

Segundo a reportagem, a executiva explicou que em 2008 “são as pessoas físicas ricas religiosas, empresas e bancos do mundo islâmico que respeitam as regras do Corão para investir. Há hoje, um total de 1,6 bilhão de fieis do Islã em busca de investimentos específicos”. Disse, ainda, que por não ter afrontado as tradições conseguiu “muitos amigos” na região, que “nenhum negociador internacional tem o direito de interferir na cultura alheia” e que na cultura deles “a mulher é vista como uma joia que deve ficar em uma caixinha, para sua proteção”. Mas, quanto aos costumes, “no país [Arábia Saudita], mulheres sentam de um lado nas fileiras do avião e os homens, de outro” e que Bahrein é o centro financeiro dos muçulmanos, mas que “Dubai é mais aberto em termos de costumes. Mulheres andam de shorts e tomara que caia”.

No *EU&*, a mulher aparece como participante ativa do mundo dos negócios em cargos estratégicos e com espaço que registra as dificuldades enfrentadas pela figura feminina ao atuar na sociedade moderna, que ainda mantém restrições em certas áreas, como é o caso desta executiva: “Angela argumenta que a ascensão de uma mulher num banco é sempre muito difícil, seja ele islâmico ou não” e narra as dificuldades para chegar ao posto que ocupa, os preconceitos e o desestímulo, mas reconhece que conseguiu com ajuda de

colegas montar o primeiro contrato de *murabaha*⁶² do Brasil (1997), tendo como lastro a exportação de empresas e clientes, visitou bancos islâmicos em Bahrein (Kuait) e na Arábia Saudita e que, sem afrontar as tradições, conseguiu muitos amigos.

Outras fontes ouvidas nesta matéria foram: Brad Setser (*Council on Foreign Relations*) e Rachel Ziemba (analista do site de economia RGE Monitor).

2.2. R\$ 180 milhões com selo do Corão

Uma matéria secundária com o título “R\$ 180 milhões com selo do Corão”⁶³, também de Cristiane Perini Lucchesi complementa o assunto, cujo texto compartilha o espaço com um quadro onde estão um mapa e a relação dos bancos islâmicos por país; os investimentos dos fundos soberanos do Oriente no setor financeiro do Ocidente e um mapa de localização dos recursos das arábias. O foco da matéria mantém o leitor do *EU&* atualizado, pois registra que o Banco ABC Brasil se preparava para emprestar recursos de origem islâmica no total de US\$ 180 milhões no modelo *murabaha*. Segundo a executiva, “em geral, o banco islâmico compra os produtos do fabricante à vista e vende a prazo para o importador, com um lucro pré-acordado”. Angela considera ainda a possibilidade de realizar a “primeira emissão brasileira de um *sukuk*,”⁶⁴ [...] sempre tendo como lastro um bem tangível”.

O suplemento completa que “além de empréstimos islâmicos e títulos islâmicos, há cartões de créditos islâmicos e, em alguns casos, até mercados de derivativos islâmicos”. Assim, desta reportagem emergem valores reconhecidos pelo público do *EU&* que apontam para as qualidades desejáveis para um indivíduo empreendedor, as quais envolvem ser determinado, destemido, arrojado, inovador e que goste de correr riscos, associando esses atributos a um cenário de aventura sintonizado com o mundo globalizado.

Quadro Setorial

Entre os critérios do *EU&* para decidir o que interessa ao leitor do *Valor*, também está a cobertura jornalística de determinados setores econômicos, mais uma vez demonstrando organicidade de propósitos com o jornal, ou seja, atender os interesses de um público específico. A importância que o *Valor* dispensa à economia de diversos setores é

⁶² *Murabaha* - estrutura popular de financiamento ao comércio exterior do sistema financeiro islâmico

⁶³ “R\$ 180 milhões com selo do Corão” - *EU&*, nº 383, de 8, 9 e 10/fev/2008, p.7

⁶⁴ *Sukuk* – eurobônus emitido sob as leis islâmicas

confirmada pela manutenção de uma revista *ValorSetorial*⁶⁵, recebida esporadicamente pelo assinante do jornal com informações de setores específicos da economia. Conforme o site, são 17 setores acompanhados pela revista: Cobre; Infra-estrutura (sic); Higiene, Perfume e Cosmético; Vendas Diretas; Turismo; Ferrovias; Logística & Transportes; Refeições Coletivas; Energia; Indústria do Plástico; Petróleo e Gás; Mercado Imobiliário; Comunicação Corporativa; Saneamento; Atendimento ao Consumidor; Logística; Saúde.

1. O Pôquer

1.1. A indústria do pôquer virtual

Embora o jogo de pôquer não se enquadre na classificação de setores cobertos pela *ValorSetorial* trata-se de uma nova atividade empresarial que começava a se difundir no



mundo todo, em especial no Brasil e que chegou a movimentar US\$ 20 bilhões de dólares ao ano, portanto foi categorizado, apenas para fins desta pesquisa, como um setor econômico por causa de suas características promissoras. Assim, o jogo de pôquer na internet origina a capa da edição nº 389 com a chamada: “Como funciona a bilionária indústria do pôquer virtual” e que vai explorar as informações desta atividade, tanto como oportunidade de negócio quanto para possibilitar que o leitor tenha visão abrangente de sua difusão na modernidade.

A reportagem, feita por Guther Faggion, na parte interna do suplemento, recebeu como título “A indústria do pôquer virtual”⁶⁶ e a frase complementar: “Numa região nebulosa da Constituição brasileira, jogo tem atraído dezenas de milhares de pessoas em busca do pote de ouro em torneios online com prêmios milionários”. A intencionalidade da linha-fina tem dupla conotação, pois tanto permite entender o jogo de pôquer virtual como um empreendimento lucrativo a ser pensado como

⁶⁵ *ValorSetorial* –circulação mensal, produzida pela Unidade de Projetos Editoriais (Revistas, Suplementos e Seminários), do *Valor*. Ver site: <http://www.valoronline.com.br/> Acesso: 12/01/2010

⁶⁶ “A indústria do pôquer virtual” - *EU&*, nº 389, de 21, 22 e 23/mar/2008, p.4-7

possibilidade de investimento, quanto como probabilidade de se enriquecer como mero jogador. Também alerta para o risco da ilegalidade do ramo.

O suplemento subtrai da indústria cultural cinematográfica e da imagem já conhecida de diversas produções da chamada “sétima arte⁶⁷”, a inspiração para tornar mais atraente a abertura da reportagem, conforme fragmento a seguir:

O carteadado deixou as eletrizantes cenas dos filmes de faroeste e as salas dos cassinos para invadir a internet com sites especializados na versão eletrônica do pôquer. O jogo tem atraído diariamente dezenas de milhares de pessoas em busca do pote de ouro em torneios online e prêmios milionários e constituído uma verdadeira indústria global.

Deste modo, o *lead*, além de reavivar cenas comuns em tantos filmes o que se apresenta como um recurso para despertar a imaginação das pessoas, já situa o leitor quanto à ampla difusão da prática deste jogo no mercado virtual em rede globalizada. Mas, o “gancho” jornalístico é a inauguração oficial da “Sociedade Recreativa *Dealer*” na região nobre de Alphaville, em Barueri (SP) que começaria a operar na semana seguinte à daquela edição.

Se a abertura da reportagem alude ao jogador em cenas cinematográficas clássicas, o decorrer da narrativa informa que houve mudança do perfil do público: “Em vez de senhores acima dos 40 ou 50 anos tomando uísque e fumando charutos, estão jovens entre 20 e 30 anos, vestindo bonés e agasalhos de seus sites preferidos de pôquer virtual”. A previsão da nova casa de jogos é de um faturamento da ordem de R\$ 1 milhão num único torneio. Portanto, em que pese o enfoque principal quanto aos aspectos econômicos da atividade, a referência a um produto e a esse novo perfil de público denotam uma mudança cultural, indiretamente apontada pelo suplemento, decorrente da revolução tecnológica com uma geração que reinventa formas para o que já foi prática comum, e isto confere à reportagem certo caráter lúdico e cultural.

Seguindo a mesma trilha das matérias anteriormente analisadas, o *EU&* também aponta, para a novidade como uma oportunidade de negócios ao informar o leitor de que se trata de um dos ramos mais lucrativos da atualidade:

⁶⁷ Em 1911, Ricciotto Canudo, usando da força simbólica do número 7, escreve o Manifesto das Sete Artes. Porém essa referência é apenas ilustrativa, pois cada uma das artes se caracteriza por seus elementos básicos que formatam sua linguagem. Elas se ordenam da seguinte forma: 1ª Arte- Música (som); 2ª Arte- Dança/Coreografia (movimento); 3ª Arte - Pintura (cor); 4ª Arte - Escultura (volume); 5ª Arte - Teatro (representação); 6ª Arte - Literatura (palavra); 7ª Arte - Cinema (integra os elementos das artes anteriores). Atualmente este conceito está ultrapassado, mas não perdeu sua força no imaginário popular. Disponível: <http://cultura.updateordie.com/7-artes/2009/09/11/7-artes-enfim-um-comeco/> Acesso: 12.01.2010

De olho no potencial brasileiro, o site *PokerStars*⁶⁸, que realiza 100 mil torneios por dia e já distribuiu US\$ 10 bilhões em prêmios, acaba de contratar um executivo regional. Na TV por assinatura, canais como a ESPN já dedicam consideráveis espaços para transmitir torneios patrocinados por jogos de cartas virtuais. Segundo o Ibope, o pôquer alcançou, em 2007, 21% da audiência da TV paga, algo em torno de 3,6 milhões de pessoas.

A matéria revela números gigantescos, aliás, conforme mencionado antes os argumentos predominantes no *EU&* são dados. Portanto, cita que o site *PokerStars* tem 13 milhões de jogadores, chegou à marca recorde de 170 mil internautas simultâneos e é uma plataforma para outros negócios, pois também organiza torneios milionários exibidos pela ESPN, ou seja, além de sugerir a imagem de lucro fácil, conduz à ideia de diversificação de atividades, inclusive com mais recente produto do site que é o *Latin America Poker Tour* (Lapt) para promover o pôquer na América Latina. Também informa que na época havia 50 sites especializados com jogo em tempo real e que, ainda, diversas casas tinham sido inauguradas pelo país e que, em 2007, a indústria do pôquer virtual faturou US\$ 20 bilhões, além do incremento nas vendas de móveis, fichas e publicações sobre pôquer. Isto é, mais oportunidades de negócio indicadas pelo suplemento.

O *EU&*, para oferecer um quadro completo sobre o assunto, aborda questões controversas e ainda obscuras do ponto de vista legal: “[a movimentação para criação de casas de pôquer] se desenrola numa região nebulosa da Constituição brasileira e reside no centro da polêmica em torno da categorização do pôquer como jogo de azar ou não”. Esclarece o leitor que a resposta é difícil para um jogo em que nem sempre o melhor jogador vence e utiliza três opiniões, as quais afirmam não se tratar de um jogo de azar, pois

- no pôquer a capacidade de blefar sobre os oponentes conta mais do que o mero acaso e do que a capacidade de fazer cálculos. Esta é uma das conclusões de laudo realizado pelo professor da Unicamp e perito particular Ricardo Molina de Figueiredo. Seu estudo revela que cerca de 65% das rodadas de pôquer chegam ao fim sem que os jogadores mostrem as cartas.
- Existem jogadores que ganharam torneios mundiais diversas vezes consecutivas em competições com mais de 3 mil pessoas cada uma. Não existe sorte que leve a tal fato. (André Akkari, um dos principais jogadores brasileiros)
- A maioria dos investidores de pôquer se baseia pouco no fator sorte e mais nas habilidades como “players” de negócios. Boa parte se estrutura em relatórios como recente estudo publicado pela *PriceWaterhouse Coopers*, que mostra a viabilidade dos investimentos e calcula que

⁶⁸ *PokerStars* – maior site de pôquer virtual do mundo (*EU&*, nº 389, de 21, 22 e 23/mar/2008, p.6)

cassinos e outros jogos regulamentados devem fechar o ano de 2010 com um faturamento anual no mundo de US\$ 125 bilhões com uma taxa de crescimento anual de 8,8%.

Como contraponto a esses argumentos, o *EU&* expõe a visão do autor da CPI dos bingos, senador Magno Malta (PR-ES), “ferrenho opositor de atividades do gênero” que diz:

- os jogos de azar, categoria em que inclui o pôquer, são financiados pelo dinheiro do narcotráfico. “Se legalizarmos os jogos de azar no Brasil, vamos fazer do país o paraíso da contravenção”, afirma.
- o mesmo poder público que proíbe a jogatina, recorre a loterias para aumentar seu poder de arrecadação [...] o Estado pratica livremente ações de jogo de azar que dependem exclusivamente de sorte, em que se aposta dinheiro e têm potencial de desenvolver o vício. Se é assim, creio que deveria haver uma atividade similar junto à iniciativa privada.⁶⁹

Para Tavares, seria preciso emenda constitucional ou projeto de lei no Congresso para alterar a situação em que se encontrava o jogo de pôquer real ou virtual, na época e entendia que as casas de jogos estavam sujeitas a serem autuadas, “especialmente levando em conta a interpretação do Ministério Público, que é bem legalista”. Mas, o *EU&* deixa claro para o leitor que o aspecto nebuloso da Constituição coloca a possível infração sujeita à interpretação da lei ao exemplificar que em diligência ao Omega Texas *Club*, no Grande ABC, o delegado-assistente Waldir Covino, da Seccional de São Bernardo do Campo (SP), constatou que a casa operava regularmente, inclusive com alvará de funcionamento: “A iniciativa privada pode fazer aquilo que a lei não proíbe e, como não existe uma legislação clara a respeito do assunto, relatei aos meus superiores que não havia crime no local”.

A conexão com referenciais externos ao território nacional, mais uma vez reaparece, como demonstra o trecho a seguir:

Enquanto isso, nos paraísos fiscais, os sites de pôquer virtual seguem contabilizando lucros sobre lucros livres da arrecadação de impostos e seus caixas nunca estiveram tão fluidos. A estimativa da “*Economist*” é de que haja no mundo entre 80 milhões e 100 milhões de jogadores regulares e desse montante aproximadamente 75% estão nos Estados Unidos.

No trecho final, a reportagem traz a estimativa de Raul de Oliveira, considerado um dos precursores do *Texas Hold'em*, de que “no Brasil existem cerca de 100 mil jogadores regulares. Um crescimento impressionante, considerando que há sete anos eram apenas ele e o atual sócio, Christian Kruehl”. Tanto o tipo de ramo quanto as transformações decorrentes da

⁶⁹ Declaração do jurista André Ramos Tavares, da Faculdade de Direito da Universidade de São Paulo (USP)

sociedade em rede configuram elementos de interesse do público do *Valor*, sobretudo como forma de ampliar o repertório cultural no que diz respeito aos setores que exploram ferramentas virtuais.

1.2. O perigo da compulsão

Uma matéria secundária, também de Guther Faggiom, complementa a cobertura do assunto, com o título “O perigo da compulsão”⁷⁰. O conteúdo alerta para o fato de que a compulsão por jogo fica atrás apenas da compulsão do álcool e do tabaco, superando calmantes e drogas ilícitas. A legitimação das informações pelo *EU&*, mais uma vez, é feita a partir de estudos e pesquisas, como esta feita pelo psiquiatra Hermano Tavares⁷¹: “1,5% da população adulta e adolescente é jogadora compulsiva” e mais “1,5% está sob risco e tem um comportamento alterado sobre os jogos de azar”. O mesmo se repete com a informação seguinte em que outro levantamento feito pela Unicamp na região de São José dos Campos é empregado para confirmar essa tendência à compulsão por jogos: “entre 20% e 30% dos frequentadores [de bingos] preenchem os critérios de um jogador compulsivo”. Quanto ao pôquer, Tavares explica que a única maneira realmente segura de evitar a compulsão é “não apostar dinheiro, mas ninguém quer jogar dessa maneira”. Ambos os argumentos formulados a partir de estudos conferem à matéria um caráter de alerta para os riscos do vício irrefreado para a saúde mental e financeira do jogador.

Entretanto, assim como em outras matérias, o *EU&*, não deixa de publicar opinião divergente sobre o assunto: “No sentido diametralmente contrário, nos Estados Unidos, o professor Charles Nesson⁷² (...) vem causando polêmica ao defender o ensino do pôquer para crianças [...] seria mais recompensador do que o videogame, por exemplo”. A reportagem relativiza a opinião do professor ao informar que, em 2007, Nesson fundou a *Global Poker Strategic Thinking Society* (GPSTS) para defender suas ideias, pois considera o pôquer uma ferramenta educacional.

O encerramento da matéria traz certa dose de ironia e a seguinte reflexão ao transpor o comentário para a realidade brasileira: “Pode até ser que se prove alguma razão desse tipo de argumento no futuro, mas num país como o Brasil, onde o acesso a uma saúde pública básica é luxo para a maioria da população, as ideias do professor Charles Nesson podem soar um tanto esquizofrênicas”. Nota-se que, apesar do caráter cosmopolita presente em diversas

⁷⁰ “O perigo da compulsão” - *EU&*, nº 389, de 21, 22 e 23/mar/2008, p.7

⁷¹ Hermano Tavares - coordenador do Ambulatório do Jogo Patológico da Universidade de São Paulo (USP)

⁷² Charles Nesson – pesquisador da Faculdade de Direito de Harvard

matérias, inclusive nesta, o *EU&* pondera que, em que pese as contribuições de referenciais externos, é preciso sempre levar em consideração a realidade nacional.

2. O trânsito

2.1. Deixe-me ir

Não obstante não se tratar de um setor privado, a reportagem sobre o trânsito de três cidades brasileiras importantes (São Paulo, Rio de Janeiro e Brasília) foi categorizada como



pertencente a este item, inclusive porque o *Valor* mantém a revista *ValorSetorial*⁷³ com finalidade de fornecer informações de setores específicos da economia e entre eles está o de “Logística & Transportes”. Além disso, percebe-se pela reportagem que, como ao setor público cabe promover e implantar modelo eficiente deste serviço essencial garantido pela Constituição como direito do cidadão, o governo nas diversas esferas não tem conseguido cumprir a contento essa determinação legal. Assim, com o título “Basta!” e a frase complementar “São Paulo tem

prejuízo de R\$ 33,5 bilhões por ano por causa de congestionamentos cada vez maiores”, a capa da edição nº 394 resume a indignação do paulistano com relação à malha viária da maior metrópole brasileira.

A reportagem de autoria de Mário Rocha, na parte interna do *EU&* recebeu o título “Deixe-me ir”⁷⁴ completado, praticamente, com a mesma frase: “São Paulo tem prejuízo de R\$ 33,5 bilhões por ano com problemas de trânsito”. A opção pelo destaque do problema circunstanciado a São Paulo é justificada, tanto na reportagem quanto nesta análise, pela situação caótica do trânsito da cidade informação: “A frota de veículos emplacados e registrados no Departamento Estadual do Trânsito (Detran) passa dos 6 milhões na capital

⁷³ *ValorSetorial* – publicação, produzida pela Unidade de Projetos Editoriais (Revistas, Suplementos e Seminários), do *Valor Econômico*. Ver site: <http://www.valoronline.com.br/> Acesso: 12/01/2010

⁷⁴ “Deixe-me ir” -*EU&*, nº 394, de 25, 26 e 27/abr/2008, p.4-9

paulista, equivalentes a cerca de 14% do total nacional”. Portanto, só esta informação mais que justifica a predominância da discussão no âmbito da capital paulista. Mas, o suplemento retira da história das três cidades os argumentos para comprovar que a afirmação de que o trânsito e o congestionamento não são uma novidade nos grandes municípios brasileiros:

A cena urbana do Rio mudou drasticamente há 200 anos, quando com a chegada da Família Real portuguesa e a sua comitiva de mais de 10 mil pessoas. O número de carruagens aumentou de tal forma com os novos e nobres moradores que as estreitas ruas da então capital do reino português conheceram seus primeiros congestionamentos. Em São Paulo, na primeira metade do século XX, os bondes (última linha parou em 1968) disputavam as ruas com os carros já irritando os motoristas. [...] Na segunda metade do século, o mundo conheceu Brasília, uma cidade de longas distâncias projetada para o livre fluxo de automóveis [...] hoje, quem mora lá, aprendeu a usar o trânsito como desculpa por algum atraso.

O texto procura despertar a imaginação do leitor ao utilizar a descrição como técnica de humanização e de aproximação com o leitor, como é possível verificar no trecho a seguir, como se colocasse o leitor no cenário descrito: “A imagem de uma cidade paralisada, com vias entupidas de carros e ônibus, as pessoas dentro deles respirando fumaça, não pertence mais à ficção nem ao pesadelo. Está nas primeiras páginas dos jornais e na televisão”. Assim, construção textual revela certo refinamento incomum na prática diária do jornalismo, além, de estar bem fundamentada em dados e ter como recurso estilístico da metáfora para facilitar a explicação de que o assunto requer mais do que medidas paliativas e efêmeras:

Os médicos costumam dizer que não basta tratar a febre de um enfermo. Também é preciso diagnosticar a doença, detectar as causas e conhecer as condições de saúde do paciente para ele faça o tratamento adequado e se restabeleça a contento. A febre está nos números que mostram as dificuldades de mobilidade nos grandes centros urbanos. Em São Paulo, o índice de congestionamento chegou a 229 quilômetros de lentidão, no início da noite do dia 3, uma quinta-feira, o que equivale a 27,4% dos 835 quilômetros monitorados pela Companhia de Engenharia de Tráfego (CET).

Constata-se pela leitura que, além de ser um assunto que afeta indistintamente as pessoas que vivem e trabalham nas cidades objeto desta reportagem, sobretudo, executivos, empresários e profissionais liberais, portanto perfil do público do jornal *Valor*, os congestionamentos provocam transtornos tanto na saúde quanto financeiros que atingem a todos. Assim, a pertinência do tema é explorada para o leitor do *EU&*, com quatro fotos aéreas diagramadas em páginas separadas e no formato similar ao das faixas de circulação de veículos. Há também uma foto do retrovisor interno de um carro com o *close* dos olhos da

motorista entrevistada refletido. Semelhante a outras reportagens, a abordagem se caracteriza por argumentos baseados em pesquisas que comprovam as perdas econômicas, conforme se pode confirmar no trecho a seguir:

Levantamento feito pelo Economista e professor Marcos Cintra, da Fundação Getúlio Vargas, aponta um prejuízo anual de R\$ 33,5 bilhões com congestionamentos em São Paulo. Cintra chegou a esse valor calculando o custo de oportunidade da mão de obra ao custo pecuniário em 2008. O primeiro soma R\$ 27 bilhões e o segundo, R\$ 6,5 bilhões. O custo de oportunidade se baseia naquilo que o cidadão deixa de fazer enquanto está parado no trânsito, seja relativo ao trabalho ou ao lazer. O custo pecuniário ocorre quando cidadão ou a sociedade põe a mão no bolso para pagar o preço da lentidão do tráfego. Cintra divide esse custo em três itens: custo adicional de combustível (R\$ 4,154 bilhões), custo de saúde pública gerado pela poluição (R\$ 406 milhões) e custo adicional de transporte de carga (R\$ 1,955 bilhão).

Da mesma forma, para explicar as condições do trânsito na capital carioca os recursos são estudos feitos por pesquisadores como, por exemplo, o do professor de Engenharia de Transportes da Coppe/UFRJ, Ronaldo Balassiano que desenvolve uma série de pesquisas sobre o trânsito desde 2004. “O conjunto desse trabalho mostra que o tempo perdido no trânsito na cidade do Rio, seja no automóvel ou no ônibus, gera um prejuízo de até R\$ 12 bilhões ao ano”. Também menciona que o estudo do “engenheiro e professor Fernando MacDowell aponta uma queda de 70% na velocidade média nas principais vias da capital fluminense nos últimos dez anos”.

Ponto comum a todas as matérias do *EU&*, pelo menos nas analisadas até o momento, é aprofundar a discussão dos temas à que se propõe desenvolver, por meio da revelação das origens dos problemas. Nesta matéria sobre o trânsito e os congestionamentos, a prática também se confirma ao serem explicitadas duas razões diferentes:

As causas desses problemas são históricas. O professor aposentado da USP Cândido Malta Campos Filho volta ao período da colonização do Brasil para buscar os indícios da enfermidade no trânsito. A forma de urbanização das cidades brasileiras com ruas estreitas, becos e ruelas é uma herança portuguesa, em contraste com a espanhola (avenidas largas).

A causa mais recente para os congestionamentos aponta para a quantidade cada vez maior de automóveis em circulação. O crescimento econômico, o crédito farto e o aumento do poder aquisitivo da população fazem que a indústria automobilística bata recordes de produção e vendas. Dados da Associação Nacional de Veículos Automotores (Anfavea) mostram um aumento sem precedente de 31,4% nas vendas no primeiro trimestre deste ano em comparação com o mesmo período de 2007. Foram vendidas 648 mil unidades, ante uma produção recorde de 783 mil veículos no trimestre. Em São Paulo, 800 carros são licenciados diariamente.

O *EU&*, mais uma vez mantém a estratégia de utilizar referenciais internacionais, conferindo ao assunto dimensão global como, por exemplo, ao informar que a frota mundial tinha, na época, 1 bilhão de unidades e que, segundo a Organização Mundial da Indústria Automobilística (Oica), “em um período de seis anos, os países chamados Brics (Brasil, Rússia, Índia e China) venderão mais carros do que os americanos e europeus”. Portanto, o leitor também tem à disposição informações que o colocam em contato com dados que permitem visualizar os prováveis desdobramentos e os imagináveis complicadores deste problema. Mas, apesar de todos os transtornos e das previsões de agravamento da situação, o suplemento, por meio do artigo do professor Renato da Silva Queiroz, do Departamento de Antropologia da USP, defende que “os carros não devem ser desprezados”, mas sim terem uso adequado. Segundo o professor, o carro “expressa a condição de classe e o desejo de ascender socialmente” e a “publicidade explora essa simbologia envolvendo o carro com representações de liberdade, riqueza, poder, autonomia, requinte, aventura, velocidade, escolha, sucesso, beleza, juventude, sofisticação, ascensão social, sensualidade, realização, conquista, individualização e lazer”.

O suplemento cita também que uma parcela da população já buscou alternativas de transportes em helicópteros e que a revista britânica *Wealth* publicou que os helicópteros se tornaram táxis de elite em São Paulo, com a terceira maior frota particular do mundo equivalente a 500 aparelhos, atrás de Nova York e Tóquio. Se realmente o carro carrega toda essa simbologia explorada pela publicidade e expressa a condição de classe, esses novos hábitos já incorporados por uma parcela privilegiada da população devem conferir mais distinção ainda.

Outra alternativa apontada pelo *EU&* são as bicicletas, cujas desvantagens são não ter ciclovias e o clima instável da capital paulista. Novamente proporciona informações internacionais ao citar o sistema de bicicleta pública em Paris, no qual “o ciclista se cadastra, paga uma taxa mensal e utiliza os estacionamentos e as ‘bikes’ do sistema”.

Enfim, o suplemento indica três medidas para solucionar o problema e que estão resumidas a seguir: limitar a circulação dos veículos privados, incentivar o transporte coletivo eficiente com qualidade (brasileiro no exterior usa metrô e ônibus) e fazer valer uma regulação urbanística de zoneamento e ocupação do solo em consonância com a circulação de pessoas.

Para a redução do número de carros em circulação apresenta duas sugestões: (1) proibir o estacionamento nas vias principais, aumentar o preço dos estacionamentos e da zona azul, ampliar o rodízio para dois dias (medida que teria apoio de por 56% dos

paulistanos), cobrança de pedágio nas zonas centrais como Oslo, Londres e Cingapura (proposta reprovada por 74%). (2) Outra sugestão é a “revascularização”, isto é, criar rotas alternativas para desviar o trânsito das grandes vias arteriais, sobretudo as linhas de ônibus, pois é no centro expandido que estão as ofertas de emprego, cultura, saúde, comércio, o que obriga quem mora nos bairros a se deslocar diariamente para o centro.

O *EU&* ainda narra as dificuldades cotidianas de uma diarista que demora entre uma hora e meia e três horas para fazer o percurso para o trabalho. Entre as dificuldades explica que, como o bilhete único dá gratuidade para outra condução dentro de duas horas, os passageiros que entram nos ônibus ocupam a parte da frente e não passam pela catraca para prolongar o tempo de validade do bilhete. Com isso a parte da frente fica lotada. Outra consequência é que quando há congestionamentos, as pessoas podem ter os atrasos descontados e até perderem o emprego.

Entre as fontes ouvidas estão: Jorge Wilhelm (arquiteto e urbanista); arquiteto Paulo de Tarso (*Sampabikers*); Marcos Pimentel Bicalho (superintendente da Associação Nacional de Transporte Público–ANTP); Oded Grajew (presidente do conselho deliberativo do Instituto Ethos e integrante do Movimento Nossa São Paulo). Eric Ferreira (Instituto de Energia e Meio Ambiente); Regina Meyer (professora de urbanismo na USP); urbanista Raquel Rolnik (professora da PUC-Campinas e relatora da ONU para o Direito à Moradia Adequada); Luiz César de Queiroz Ribeiro (professor da UFRJ e coordenador do Observatório das Metrópoles); Cecília Rosa dos Santos (diarista).

Assim, constata-se que os temas locais também pertencem ao repertório de pautas do *EU&*, no entanto, o tratamento aprofundado da problemática universaliza a discussão, com a apresentação de saídas alternativas para a questão sem, contudo, deixar de apontar as vantagens e desvantagens de cada uma delas, como é possível constatar-se nas reportagens complementares a seguir, que abordam a situação em Londres e em Brasília. Este procedimento confere noção ampla do que acontece em outros lugares, ampliando a visão do leitor quanto ao assunto.

2.2. Pedágio no centro de Londres resolve só parte do problema

Uma matéria secundária também de Mario Rocha, com o título “Pedágio no centro de Londres resolve só parte do problema”⁷⁵ expõe os planos de trânsito para duas das principais dificuldades de locomoção na metrópole, dos candidatos a prefeito da cidade, cuja eleição

⁷⁵ “Pedágio no centro de Londres resolve só parte do problema” - *EU&*, nº 394, de 25, 26 e 27/abr/2008, p.8

seria dia 1º de maio: pedágio (*congestion charge*) e transporte público. A complexidade que envolve o trânsito de grandes centros urbanos pode ser percebida na seguinte afirmação: “Londres é um exemplo de que só o transporte público eficiente e de qualidade não impede o caos no trânsito”. O *EU&* emprega dados sobre as características do metrô londrino e o compara com o de capitais de outros países, fornecendo referencial que coloca o leitor em sintonia com o que ocorre no mundo, reafirmando sua tendência de mentalidade cosmopolita:

O automóvel é uma mania mundial. A capital inglesa tem amplo sistema de ônibus integrado aos metrô e aos trens. O metrô londrino data de 1863 e é o mais antigo do mundo. É o segundo maior do planeta, com 408 km de extensão e 274 estações, ficando atrás do de Nova York e à frente dos de Paris, Tóquio e Moscou. Mesmo assim, o pedágio foi implantado com o objetivo de reduzir os congestionamentos, acidentes e atrasos provocados pelo trânsito.

Em seguida, o suplemento possibilita ao leitor tomar conhecimento de detalhes sobre a implantação deste mecanismo no centro de Londres, pelo atual prefeito Ken Livingstone que tenta seu terceiro mandato. Esclarece que, polêmica no início, “a iniciativa acabou aprovada pelos moradores” e que, o dinheiro arrecadado é aplicado no transporte público. A redução do trânsito no centro foi de 20% (táxis, vans, ônibus, motos e veículos com combustíveis alternativos e moradores do centro não pagam ou têm desconto). Em Nova York, o prefeito Michael Bloomberg tentou implantar o pedágio em algumas regiões, mas não deu certo.

Também informa que o principal adversário dele é Boris Johnson que propõe uma revisão no sistema, mas não o seu fim. Apesar de ter amplo sistema integrado de ônibus e metrô o caos no trânsito também existe. Segundo o *EU&*, em fevereiro, Livingstone anunciou novos planos: uma rede de vias para pedestres e ciclistas igual a de Paris, que em 2007 criou o Velib – “*Vélos en Libre Service*”, um sistema que aluga bicicletas 24 horas como parte do projeto para reduzir em 40% até 2020 a circulação de veículos. Informa que outras cidades que adotaram sistema similar ao de Paris são Copenhague e Munique.

O *EU&* também cita como iniciativa para tentar reduzir o tráfego nas áreas centrais de algumas cidades alemãs, a tarifa de ônibus associada a ingresso para evento esportivo mais barato. Informa ainda que na América Latina há o “Transmilênio” de Bogotá, criado em 2000 inspirado no sistema Curitiba, que envolve corredores de ônibus monitorados por satélites e bilhete único pré-pago, com estacionamentos nas estações para carros e conectadas a ciclovias.

2.3. Brasília vai investir US\$ 269,8 milhões no transporte público

Uma terceira matéria feita por Alex Ribeiro tem o título “Brasília vai investir US\$ 269,8 milhões no transporte público”⁷⁶ e informa que a frota de Brasília quase dobrou desde 2000 e até maio deve chegar a 1 milhão de carros, motos, caminhões e ônibus e com média de um veículo para cada 2,4 habitantes, com congestionamentos severos e que, portanto, “a melhoria no transporte público passou a ser vista como uma das prioridades do governo local”.

O *EU&* explica que convencer as pessoas a deixarem de usar o carro é difícil por uma lógica simples: um morador de Ceilândia para trabalhar no Lago Sul gasta cerca de R\$ 12, por dia, com transporte público, o que dá um total mensal de R\$ 300,00, portanto é mais compensador comprar um carro parcelado. Com financiamento do Banco Mundial a prefeitura quer convencer 30% das pessoas a deixarem o carro e utilizarem o transporte coletivo: “o governo lançou um plano de reforma, ampliação e interligação dos transportes coletivos, batizado de Brasília Integrada, com investimentos previstos US\$ 269,8 milhões” e que inclui

a renovação da frota de ônibus, criação de corredores exclusivos para eles e linhas de veículos leves sobre trilhos, além da adoção de uma espécie de bilhete único. Uma das primeiras medidas foi ampliar o horário do metrô, que tem 42 km de extensão e dá um prejuízo anual de R\$ 150 milhões. O metrô operava das 8 às 20 horas e agora funciona das 6 às 23h30. Com isso, o número diário de passageiros subiu de 50 mil para 100 mil.

A reportagem informa que, apesar de não haver aferição de congestionamentos em Brasília, um indicativo dos problemas no trânsito é que um táxi fazia 26 viagens por dia e hoje faz 20, o que levou a um aumento na frota de táxis. Entre as fontes ouvidas estão: Alberto Fraga (secretário de Transportes do DF); Célio Batista de Araújo (presidente da Coobrás –cooperativa de táxis); Délio Cardoso (presidente do Detran/DF); Paulo César Marques (professor de transportes da UnB) .

2.4. Executiva vai trabalhar por vias alternativas

A quarta matéria “Executiva vai trabalhar por vias alternativas”⁷⁷ sobre trânsito é de Jacílio Saraiva e conta o trajeto da gerente regional do hotel *Caesar Park* em São Paulo, Adriana Ramos, que trabalha na Vila Olímpia, “bairro conhecido pela vida noturna e grande concentração de escritórios comerciais” , que mora na Chácara Santo Antonio, na zona sul e há um ano faz um trajeto de 5,9 km em de 30 minutos. Ela cruza apenas um bairro: o Brooklin, evita as avenidas e segue um labirinto de ruas: “A rota opcional de Adriana

⁷⁶ Brasília vai investir US\$ 269,8 milhões no transporte público” - *EU&*, nº 394, de 25, 26 e 27/abr/2008, p.9

⁷⁷ Executiva vai trabalhar por vias alternativas” - *EU&*, nº 394, de 25, 26 e 27/abr/2008, p.10

começa no primeiro subsolo do prédio onde guarda o carro, A estratégia adotada é evitar as avenidas e seguir um labirinto de vias dentro do bairro” e em seguida descreve em detalhes o trajeto, o que coloca o leitor na mesma situação da personagem.

Também nesta matéria encontram-se referenciais internacionais e a própria escolha da personagem revela que não se trata de qualquer usuária, mas sim de alguém que é dinâmica, independente, bem sucedida e que já viveu uma experiência fora do Brasil:

Morou nos Estados Unidos durante uma década e vai ao México duas vezes por ano. Em Miami, a executiva também amargava uma fila de carros entre *Coral Gables* e *South Beach*. “Só a Cidade do México consegue ser mais insuportável do que São Paulo”. A capital mexicana é uma das campeãs mundiais em transporte tartaruga, com 3,5 milhões de automóveis nas ruas – número que cresce em até 250 mil unidades por ano. Quando vai a negócios no Rio, faz um bate e volta entre os escritórios de Ipanema e Botafogo, na já conturbada zona sul carioca.

No encerramento da matéria retoma aspectos mais pessoais da vida da personagem e na última frase surge certa dose de sensibilidade e de ironia: “A uma quadra do seu objetivo [portão da sua casa], liga para a filha e dispensa a diarista. ‘Tô quase’. São Paulo registra 149 km de trânsito, agraciados por uma chuva fina que abriu a noite”.

2.5. A overdose de carros e a saúde das cidades

A quinta e última matéria sobre trânsito foi feita por Marli Olmos, com o título “A overdose de carros e a saúde das cidades”⁷⁸ compara a velocidade dos carros hoje em São Paulo, perto de 27 km/h e os ônibus 12 km/h, à do modelo T, criado por Henry Ford há um século e que deu origem ao processo de linha de montagem para baratear o custo em 1908, cujas condições das ruas limitavam a velocidade a 55 km/h. Diz que o centenário do modelo “T” tem “menos motivos para comemorar do que desafios para enfrentar os novos tempos”.

Vilão dos problemas ambientais e figura indesejada num ambiente em que se discute a organização do transporte coletivo, o automóvel perdeu um pouco do encanto e boa parte da força que levou a América a se transformar numa potência industrial no início do século XX. Há quem entenda que o chamado fordismo está mais vivo do que nunca. O indiano Ratan Tata, que ganhou projeção mundial logo nos primeiros dias do ano ao lançar o Nano, carro de US\$ 2,5 mil, já é chamado pela comunidade automotiva como o novo “Henry Ford”.

⁷⁸ “A overdose de carros e a saúde das cidades” - *EU&*, nº 394, de 25, 26 e 27/abr/2008, p.11

O suplemento explica que Ratan Tata “quer criar um modelo mais barato do que os disponíveis no mercado para que mais gente possa comprá-lo. A ideia surgiu depois que o empresário indiano se chocou ao ver uma família inteira se equilibrando em um veículo de duas rodas em Nova Déli”. O texto recupera informações da história do modelo “T”. Diz que “um século depois da criação do carro para as massas, o dilema do planeta é definir o papel do automóvel no futuro da mobilidade. À primeira vista ninguém parece contra o carro em si, mas sim ao seu uso”. O professor Luis Antonio Lindau, que falou sobre a “overdose de carros” na conferência mundial sobre desenvolvimento das cidades em Porto Alegre, “propõe o planejamento das cidades, começando com as que têm menos de 500 mil habitantes, com ações ligadas ao planejamento do solo. ‘Trabalhando nessa espinha dorsal evitaremos que mais cidades se transformem em novos pacientes terminais, como São Paulo’”. Entre as fontes, também foi ouvido o chefe do centro de design da Fiat, Luís Peter Fasbender.

A pertinência do trânsito e do jogo de pôquer virtual num caderno cultural como o *EU&* está relacionada não só ao ritmo de vida dos grandes centros urbanos na contemporaneidade, mas também aos mecanismos de distinção conforme defende Bourdieu (2003, p.233): “o universo das propriedades pelas quais se diferenciam, com ou sem intenção de distinção, os ocupantes das diferentes posições no espaço social não passa em si mesmo de um balanço, em determinado momento, das lutas simbólicas cujo pretexto é a imposição de estilo de vida legítimo”.

Reflexões econômicas

3. Atualidade do pensamento marxista

3.1. Pensamento capital: o eterno retorno de Karl Marx

Ainda para continuar a construção do panorama da economia mundial, em que pese a desconfortável posição de instaurador do debate sobre o mais crítico filósofo do capitalismo junto a um público constituído por adeptos de tal sistema, o *EU&* traduz de forma cortês e elegante, mas com firmeza, o emaranhado de problemas econômicos e sociais do início deste século por meio de matéria elucidativa apoiada nas ideias de Karl Marx.

A reportagem analítica pode parecer corpo estranho numa publicação dirigida a um público que, em tese, não estaria sintonizado com as idéias desse pensador. Entretanto, mesmo assim, o assunto é explorado com moderação e fidelidade, na matéria de capa da

edição nº 18 do *EU&*. A produção da capa é uma fotomontagem de Beto Nejme, na qual há closes emparelhados do perfil de Marx, Engels e Bill Gates sobre fundo vermelho, com o



título “Os donos do capital: Marx, Engels, autores da obra que previu a globalização e Bill Gates, ainda têm muito a ensinar aos capitalistas”. A matéria, assinada por Carlos Haag, com a colaboração de Cristina Calmon (Rio) e Rodrigo Bittar (Brasília), recebe na parte interna do suplemento, o título: “Pensamento capital: o eterno retorno de Karl Marx”⁷⁹, com a linha-fina: “O filósofo alemão precisa voltar às estantes dos capitalistas”.

O caderno cultural antecipa-se ao lançamento da “mais completa biografia” de Marx, o que confere um significado de informação privilegiada para o leitor do *EU&*, pois utiliza como “gancho” jornalístico o livro “Karl Marx” de Francis Wheen, colunista do jornal inglês “The Guardian”, a ser lançado, no Brasil, no ano seguinte (2001). Como sugestão de ampliação do repertório cultural do leitor e para mantê-lo bem informado sobre a existência de outras publicações, cita ainda outras obras sobre o filósofo, como os livros “Certa Herança Marxista” e “Marx: Vida e Obra” ambos do professor José Arthur Gianotti e o “*Adventures in Marxism*” ainda a ser traduzido de autoria do americano Marshall Berman, que mostra um Marx “preocupado com a felicidade individual, um pensador que amava a democracia e permanece atual, mesmo que os trabalhadores vitorianos tenham sido substituídos pelos contemporâneos manipuladores de computador”, bem como o livro que estava em fase de preparação pelo filósofo francês Edgar Morin dedicado a Marx a quem considera “um grande pensador, cujas idéias ainda estão fecundas, embora o marxismo, ou seja, a corrupção de suas teorizações em credos, o que foi feito por discípulos como Lênin, Stalin ou Mao, esteja, felizmente, morto”. Ou seja, a matéria transcende os limites da simples divulgação de lançamentos de livros como é comum nas resenhas jornalísticas e dá amplitude ao conteúdo ao apresentar para o público um leque de

⁷⁹ “Pensamento capital: o eterno retorno de Karl Marx” - *EU&*, nº 18, de 1º, 2 e 3/set/2000, p.16-19

informações atualizadas sobre obras e pensamentos de outros autores de várias partes do mundo dedicados a Marx, sintonizando o leitor com a contemporaneidade.

Apesar de não se tratar de reportagem sobre macroeconomia e sim do lançamento de um livro, portanto mais afeito ao campo da cultura, foi categorizada como panorama geral por se referir a um autor de importância teórica nas discussões econômicas atuais, sobretudo por abarcar o âmago do capitalismo e ser indispensável para compreensão dos processos sociais, além de fazer uma convocação geral já na abertura da matéria: “Capitalistas de todo o mundo, uni-vos. E correi às livrarias para comprar ‘O Capital’. Karl Marx? Sim, o profeta do socialismo, hoje afoitamente abandonado por muitos, precisa estar na cabeceira de todos aqueles que pretendem entender a moderna economia do mundo moderno”.

Mesmo sem utilizar subtítulos, a estrutura da reportagem está dividida em três etapas identificadas por meio do conteúdo abordado: uma disserta sobre a atualidade do pensamento marxista, outra traz curiosidades da biografia do autor alemão e uma terceira analisa alguns detalhes da obra “O Capital”. Mas, a argumentação segue na linha de reafirmar que Marx está mais atual do que nunca por meio da reprodução de informações contidas na biografia. Também por assinalar que o pensador alemão já havia avisado da globalização há 150 anos e, conforme é possível comprovar na relação de itens a seguir, de ressaltar que são várias as predições dele:

A mudança do eixo econômico do Atlântico para o Pacífico (graças aos “tigres asiáticos”), a tentativa crescente do monopólio (em nítido contraste com a pregação de que o capitalismo precisa mesmo é de competição), a desigualdade mundial, o declínio da cultura (agora de domínio global), a formação de um mercado sem fronteiras, toda essa nossa realidade já se prenunciava nos escritos de Marx.

Assim, a construção textual elenca para o leitor os componentes de vários fenômenos da vida moderna renunciados por Marx e assume tom de alerta sobre as interpretações equivocadas do pensamento do filósofo alemão ao aconselhar que “não se deve confundir as idéias originais [de Marx] com as leituras feitas por seus pretensos discípulos, responsáveis por matanças intermináveis em seu nome”. Percebe-se que o texto não tem a preocupação de mostrar um Marx coerente. Ao contrário, expõe as incongruências sem receio como, por exemplo, ao revelar, por meio de uma declaração paradoxal de Wheen, que Marx “admirava as conquistas do capitalismo, embora abominasse o sistema” ou quando explica que, segundo Gianotti, com Marx “aprendemos o caráter contraditório do capital, ao mesmo

tempo capaz de trazer liberdade e domínio da natureza, mas também fonte de destruição das aspirações do homem que nasce desse processo”.

A articulação textual e a argumentação são qualidades intrínsecas do *EU&*, como é o caso desta matéria que transgride conscientemente as fronteiras delimitadoras dos interesses capitalistas atuais, ao ressaltar que Marx foi pioneiro ao antever os efeitos perversos da globalização, alguns deles discutidos neste trabalho, quando registrou que

a busca de novos mercados “levava a burguesia a todos os cantos do globo”, como escreveu em “O Manifesto Comunista”, fazendo com que “as velhas indústrias nacionais fossem destruídas a cada dia (...) substituídas por novas indústrias, cuja introdução se transformou numa questão de vida e morte para todas as nações civilizadas”.

Mais que isso, por meio de citações de trechos do filósofo alemão, o *EU&* conduz o leitor para um universo cognitivo que se estende como processo amplo a ser assimilado para além do campo econômico com impacto no escopo cultural do público do suplemento, desembocando inevitavelmente numa reflexão sobre os efeitos periféricos da economia globalizada: “Não apenas os negócios foram prejudicados. Culturas inteiras foram varridas pelas forças incansáveis da modernização e da integração internacional” e, portanto, “as criações intelectuais de nações individuais viraram propriedade comum”.

A preocupação com o equilíbrio jornalístico revela-se quando o *EU&* justapõe a este trecho uma declaração de Berman, amenizando as consequências da padronização da produção intelectual ao admitir que, “apesar de gravadoras, editoras e internet lucrarem com a ampliação do mercado cultural, há que se levar em conta, que a beleza não está disponível apenas a poucos”. Em seguida, o jornalista contrapõe a opinião do autor da biografia a ser lançada como indicativo nítido da inquietação de Marx quanto à padronização imposta pela globalização, numa espécie de maus presságios, quando se tratam de aspectos culturais: “Marx, porém, ao afirmar que ‘das inúmeras literaturas locais surgirá uma mundial’, também dá um aperitivo indigesto da dominância do inglês, do mundo uniformizado por McDonald’s, Coca-Cola, MTV e os romances de John Grishan”.

Mesmo por se tratar de matéria intrigante sobre a biografia de Marx, o *EU&* não se restringe ao material biográfico específico e amplia a abordagem ao prospectar informações em outras fontes, como se percebe no trecho retirado do panfleto de Marx aos trabalhadores e reproduzido na matéria como uma espécie de lembrete de que o filósofo, além dos efeitos econômicos e culturais, já havia alertado também sobre os riscos sociais da globalização: “A integração internacional dos mercados e o capital está pressionando sociedades a alterar suas

práticas tradicionais e, por causa disso, amplos segmentos dessas sociedades estão se preparando para lutar”. Entretanto, Haag traduz com fidelidade e de forma pouco convencional para uma publicação destinada a leitores, cuja maioria atua em mercados globalizados, as contestações de diversos grupos contrários a esse processo como forma de confirmação das previsões de Marx: “Estão aí os detratores da globalização para ressaltar a precedência do Mouro”.

O suplemento permite ampliar o horizonte da compreensão das ideias do filósofo por meio da opinião dos autores dos livros citados e imergir em questões bem específicas, como um dos modelos empresariais cada vez mais frequente neste início de século: as megafusões. Assim, utiliza uma declaração de Wheen sobre os monopólios para informar que Marx já advertia há 150 anos que “o capitalismo tendia para o monopólio. ‘Antes se pregava que a essência do sistema estava na competição. Hoje, no entanto, temos o capitalista mais bem sucedido do mundo, Bill Gates, julgado pelo governo americano por monopólio’, lembra Wheen”. E, em tom de alerta, complementa o raciocínio com a explicação de Morin de que os escritos de Marx já avisavam que é “preciso uma regulamentação dessa liberdade excessiva do mercado, a custo de, no futuro, enfrentarmos preços altos e pouca oferta para os consumidores, vítimas desse monopólio”.

A matéria reconhece algumas das contribuições do capitalismo, quando aponta que, mesmo sem ter dado o crédito devido a certas conquistas sociais, ele “introduziu reformas sociais (salário mínimo, moradia pública, leis trabalhistas etc.) e, sem dúvida, teria cumprido o destino previsto por Marx de implosão, se não tivesse feito isso”. E, em outra advertência, observa que de acordo com Wheen “hoje, curiosamente, muitos pregam o fim desses auxílios, em nome da supressão de gastos públicos, trazendo de volta a desigualdade descrita por Marx, a concentração de capital nas mãos de poucos”.

Ao retomar a questão da atualidade do pensamento marxista, o *EU&* ainda destaca que a biografia a ser lançada também menciona que entre as crises econômicas embutidas na macrovisão de Marx estão a Grande Depressão e os abalos no México e na Ásia, o desemprego crescente e o distúrbio das condições sociais. E como para asseverar a importância do filósofo, a matéria reafirma que “mesmo os detratores [de Marx], como o economista e ex-ministro do Planejamento João Paulo dos Reis Velloso, que se classifica como um ‘não-marxista convicto’ reconhecem a importância do Mouro”. Encerra a parte argumentativa sobre a atualidade do filósofo com uma declaração do ministro da Educação Paulo Renato: “Ele [Marx] conseguiu sintetizar a mecânica do capitalismo de forma completa e brilhante. É uma referência para qualquer pessoa que queria entender o processo social”.

A partir do final do trecho dissertativo, a matéria reproduz certas informações extraídas da biografia de Marx, algumas das quais estão resumidas a seguir. É interessante notar que, por meio das informações selecionadas pelo *EU&* retiradas da biografia a ser lançada, não há qualquer preocupação em apresentar um Marx coerente: nasceu em 1818, em Trier, filho de judeus burgueses, estudou Direito e “casou-se, para espanto geral, com a filha de um aristocrata”. Teve um filho com uma criada e, para manter as aparências, foi adotado por Engels. “Em carta a Engels, pedia dinheiro, pois se recusava a ver as filhas crescerem “numa vizinhança puramente proletária” e “proibia as filhas de saírem com quem considerava um ‘mau partido’”. Em certas ocasiões manifesta um ponto polêmico da personalidade dele – o racismo, como mostra o fragmento da biografia a seguir:

“Não há como negar que Marx, quando irado com algum inimigo, sempre lançou mão de xingamentos racistas e até mesmo antissemitas, apesar de suas raízes. Chamou, por exemplo, Ferdinand Lassalle, o socialista alemão que não concordava com ele, de ‘crioulo judeu’ e não fazia por menos com outros que odiava”, conta Francis Wheen. (...) “Ainda assim, embora haja uma parcela racista inegável, Marx sabia separar ser judeu do judaísmo. Abominava não as pessoas, mas a religião”.

No trecho em que aborda algumas considerações sobre “O Capital”, o suplemento reproduz uma comparação constante na biografia de Marx para expor a ideia equivocada que a leitura apressada e superficial de muitos dos críticos do filósofo disseminaram e reforça a informação citada no início da reportagem sobre a incompreensão do pensamento marxista: “Aliás, para Wheen, Marx é uma eterna vítima do mau entendimento. ‘Seja por seus críticos, seja pelos seus pretensos discípulos, suas idéias são usadas como os cristãos modernos em geral usam o ‘Velho Testamento’: de maneira ignorante ou só a partir de jargões”.

Com a revelação de um Marx incompreendido, o suplemento conduz a uma espécie de recomendação de leitura literária de “O Capital”, mais uma vez por meio da opinião do autor da biografia que entende que a obra, “não deve ser lida de forma rígida como um tratado científico. ‘Em cartas a Engels, ele afirmava tratar-se de uma obra de arte, que reunia economia, história, geografia, literatura, em suma, o que hoje se chamaria uma peça multidisciplinar’, explica”. Wheen esclarece, ainda, que “dessa maneira, ‘O Capital’ está próximo da novela gótica⁸⁰, da literatura de Swift ou Sterne. Acho mesmo que sua estrutura foi

⁸⁰ Segundo o site Spectrum portal brasileiro de literatura obscura), a novela gótica se constroi de forma espontânea a base de símbolos que habitam nas profundezas da mente, da mesma forma que ocorre nos sonhos. As trevas são produto da própria escuridão: sentimentos de solidão, medo, desagrado ante o que nos rodeia; passadiços e subterâneos, os múltiplos recôncavos do cérebro, a incerteza sobre o caminho a tomar; os personagens fascinantes, esses que procuramos em vão na realidade ou esses que, em todo ou em parte,

mais inspirada pelo ‘Tristram Shandy’⁸¹ do que por Hegel”. Quanto à associação da obra à literatura, o *EU&* informa que isto já havia sido discutido antes: “O crítico literário Edmund Wilson, aliás, foi um dos primeiros (e únicos até então) a indicar, ainda que de passagem, esse caráter literário de ‘O Capital’. Haag completa com uma provocação de Wheen: “O mais notável na obra dele é a aproximação metafísica que faz entre dinheiro e mercadoria com os males humanos. Além disso, é um livro carregado de ironia, algo perigoso, pois quase sempre faz com que Marx seja lido erroneamente. Quando é realmente lido pelos seus críticos”.

Para finalizar o enfoque sobre a incompreensão da obra máxima de Marx, o *EU&* fornece ao leitor subsídios persuasivos em tom de crítica ao atribuir esse entendimento equivocado à principal característica do livro, a ironia, provocada pela revolta do pensador alemão com a situação precária em que viveu e que está bem demonstrada no extrato a seguir:

“Muitos levam tudo ao pé da letra, sem perceber o tom irônico. Outros dizem tratar-se de uma obra insana. Bem nada mais natural, já que ele escrevia sobre um sistema que considerava insano”, diz [Wheen]. O humor, ou mau humor marxista, igualmente transparece nas entrelinhas do livro. “Em Londres, ele vivia em condições de penúria com a família. Muitas vezes tinha que sair e penhorar suas roupas para poder comprar pão, passando frio até ter dinheiro para tomá-las de volta. É difícil imaginar que tenha escrito tanto e com tamanha pertinência em tal situação de miséria a que ele e sua família viviam reduzidos, observa [Wheen]”.

No entanto, para o trecho que precede o desfecho da reportagem, o jornalista do *EU&* opta por uma informação mais leve e uma espécie de resumo da característica extremamente polêmica e irreverente do filósofo. Para tanto, diz que as cartas entre Engels e Marx tratavam de tudo, do fetiche das mercadorias ao fetiche da imperatriz Eugène e reproduz o seguinte trecho: “‘Aquele anjo sofre de uma indisposição indelicada: é viciada em peidar. Napoleão a proibiu e ela agora se ‘ventila’ sem barulho, apenas um pequeno murmúrio. Mas você sabe como os franceses são sensíveis a qualquer ruído’, escreveu o Mouro”.

O texto ganha tom de ironia no desfecho da reportagem ao informar que Marx morreu em 1890 de câncer em Londres e que “O Capital” foi “publicado em 1895, sem sucesso. Que viria, apenas em 1900, nos EUA, onde vendeu 5 mil cópias. Afinal o editor enviara a Wall Street um panfleto em que afirmava que o livro revelava ‘os segredos

quiséramos ser. Disponível: http://www.spectrumgothic.com.br/literatura/literatura_gotica.htm. Acesso: 04/01/2010

⁸¹ Tristram Shandy: quatro características principais: hipertrofia da subjetividade, digressividade e fragmentação, subjetivação do tempo e do espaço e interpenetração do riso e da melancolia. Disponível: http://scielo.bvs-psi.org.br/scielo.php?pid=S1519-94792008000100011&script=sci_arttext. Acesso: 14.01.2010

mágicos para acumular capital””. E é justamente num acúmulo de capital, não o econômico, e sim capital cultural que a leitura desta matéria resulta.

4. Dólares e Arte

4.1. O vil papel: a nota vale US\$ 250,00

A capa da edição nº 23 traz uma nota de dez dólares na diagonal sobre um fundo verde e a questão: “Quanto vale esta nota?” com a frase: “Olhe bem e descubra na página D16”. A



frase faz remissão à reportagem interna dividida em duas matérias. Uma é assinada por José Roberto Campos. Internamente a matéria recebeu a retranscrição “O vil papel” e o título: “A nota vale US\$ 250,00”⁸² e a linha fina “Contanto que seja um desenho do artista americano J.S.G.Boggs, que faz do dinheiro uma metáfora, idéia da qual parte o jornalista Oscar Pilagallo em livro recém-lançado”. Mas, o conteúdo que dá origem ao título e à capa está na matéria “*In Boggs we trust*”, de Carlos Hagg, e que complementa o assunto, o que se configura um diferencial,

pois a prática jornalística convencional é de se extrair do *lead* o título. Como se percebe, o gancho jornalístico é o livro “A Aventura do Dinheiro”, recém-lançado e cujo autor entende o dinheiro como “uma metáfora – uma coisa que significa outra””. O *EU&* afirma que essa outra coisa é explicada pela História e que o livro se trata de uma “agradável, ilustrativa e bem-humorada primeira história em língua brasileira sobre a origem e evolução” do vil papel. E a matéria também apresenta os mesmos atributos, embora não fique claro se o conteúdo publicado é extraído do livro ou não.

De qualquer forma, a criatividade e articulação textuais das duas matérias são exemplares e transformam o que seria um levantamento histórico não muito atraente e a entrevista com um artista americano em matérias descontraídas e reflexivas, despertando interesse no leitor. O *lead* da primeira matéria já denota isso:

⁸² “A nota vale US\$ 250,00” - *EU&*, nº 23, de 6,7 e 8/out/2000, p.16-18

Literatura e filosofia já empilharam milhares de páginas para definir o que é o homem e no que ele se distingue dos animais. Ele cria linguagem, obras de arte, planeja o futuro e sabe que vai morrer, mas a essas distinções podemos somar outra: o que o diferencia dos demais seres é o dinheiro, dizia Gertrude Stein⁸³. “Nunca ninguém viu um cachorro fazer uma troca justa e deliberada de um osso com outro cachorro”, afirma um dos pais da economia, Adam Smith. No mundo moderno, o valor de um homem se mede principalmente pelo que ele pode comprar. O dinheiro pode tudo.

Nesta última frase “O dinheiro pode tudo”, o *EU&* expressa de forma sintética a importância do dinheiro na vida moderna. O conteúdo está recheado de episódios e citações de autores, estudiosos, pensadores e grandes figuras da História que invariavelmente impõem boa dose de ironia, saltam do texto em vários e agradáveis trechos reflexivos, como a indagação a seguir comprova: “Ninguém mais se pergunta [...] como marmanjos vendem suas almas em troca de papéis arbitrariamente recortados e pintados com caras de pessoas que muitas vezes não valem nem um tostão furado?” O suplemento vai buscar na Filosofia um dos significados de “dinheiro” ao contar que “um notório sovina, o filósofo Arthur Schopenhauer” define o dinheiro como “a satisfação abstrata de todos os desejos”, mas o *EU&* também se inspira na mitologia grega com o especialista nesta área Jean Pierre Vernant⁸⁴, que questiona: “o que havia quando não havia coisa alguma? Ou como ele se tornou o fetiche dos fetiches, como queria Marx, a figura descarnada de todas as mercadorias?”

Percebe-se, assim, claramente, uma vez mais, a ponte entre cultura e economia, em seu caráter mais provocativo de levar à reflexão itens da vida moderna sobre os quais, pela própria dinâmica social, não se pára para ponderar como, por exemplo, quando diz que “no princípio e no fim havia a necessidade. Até hoje as sociedades não encontraram uma forma universal de satisfazer as carências básicas (comer, morar, etc.). Nasceram então as formas reais e imaginárias de repartição e exclusão: o Estado e o dinheiro, por exemplo”.

Para contar a história do dinheiro o *EU&* informa que ele surgiu 25 séculos antes de Cristo e só evoluiu 18 séculos depois, na Lídia (região hoje incrustada na Turquia). “Com elas, e não por acaso, vieram o comércio, o jogo e o bordel. E também a sandice e o desvario: sentindo-se poderoso com tanta opulência, o rei local atacou a poderosa vizinha Pérsia. A

⁸³ Gertrude Stein (1874-1946) – escritora americana, filha de judeus alemães, tinha postura anticonvencional, atitudes à frente de seu tempo e hábito de entreter os convidados com frases cortantes e inteligentes. Disponível: http://www.sescsp.org.br/sesc/revistas/revistas_link.cfm?Edicao_Id=266&Artigo_ID=4135&IDCategoria=4696&reftype=2 Acesso: 20/01/2010.

⁸⁴ Jean Pierre Vernant (1914-2007)- historiador erudito, responsável por modificação significativa na compreensão das origens do pensamento grego, substituiu o mito do “milagre grego” pela análise concreta das condições históricas que deram nascimento à filosofia; em 1971, ministrou um curso semestral no Departamento de Filosofia da FFLCH-USP. Disponível: http://www.fflch.usp.br/df/site/index.php?pg=hom_jpv.html .Acesso: 20/01/2010

Lídia foi varrida do mapa”, ou seja, não apenas conta o surgimento do dinheiro, mas faz uma contextualização histórica das primeiras consequências que a posse das moedas causou.

Entre as “dezenas de formas de trocas monetárias”, o *EU&* destaca a das mulheres escravas “pelas quais se mediam na antiga Irlanda o valor de vacas, cabras, terra, habitações” e a dos gregos, que “com sua insuperável propensão à busca da verdade inventaram [...] o dracma e tiveram de se haver com outro problema – o poder da riqueza”, o que reforça o elo entre cultura e economia. E a partir de outra citação filosófica, faz o encadeamento de nova linha de raciocínio: “Platão, depois de muito meditar, chegou em ‘A República’ a proclamar que um homem honesto jamais poderia ser rico. Encontra eco até hoje, mesmo entre os insensatos”. E, ainda, estabelece novo vínculo, agora com a poesia ao acrescentar que: “Alexandre Pope, o poeta inglês do século XVIII, concordava nestes termos: ‘Percebemos o pequeno valor que Deus dá às riquezas pelas pessoas a quem Ele as entrega’”.

O suplemento informa que foi a partir do dracma grego que os romanos inventaram o “denário, palavra que deu origem ao dinheiro, lá pelo ano 286 a.C. Os romanos deixaram também outro termo que varou séculos: moeda, em homenagem à sua deusa Juno Moneta, de onde veio o termo ‘*monere*’ e, que, emblematicamente, significa ‘advertir’”. E, então, recupera importante episódio para a história da economia sobre Nero:

Além de matar a mãe e incendiar Roma, [Nero] foi o primeiro governante a roubar denários, mandando cunhar a moeda com menos metal do que o acordado. Ao que se sabe provocou incêndios e inflação e seus males só foram sanados por outro mandatário romano, Diocleciano, que com ele guardava pelo menos uma afinidade: adorava trucidar cristãos.

É possível perceber que a linha exploratória do suplemento estabelece um vínculo com leitor por meio dos componentes legitimados no campo econômico (inflação, tabelamento de preços, desvalorização da moeda, maximização de interesses) e na interface com a cultura (história, filosofia, literatura) que prende a atenção e convida à leitura. O trecho a seguir exemplifica as afirmações acima e vêm com certa dose de ironia quanto a alguns economistas:

Para os economistas que se gabam de inventar novidades, a perspectiva histórica ensina que eles criaram pouca coisa nova. Como o controle de preços, que Diocleciano inventou para apagar o fogo monetário de Nero ou o utilitarismo. O tabelamento romano deu no sumiço de mercadorias. Jesus, na Galileia, tomou contato com o denário de uma forma trágica – foi traído por Judas, um espertalhão da época, por 30 moedas que já não valiam grande coisa. Talvez estivesse maximizando seus interesses, como disseram séculos mais tarde os utilitaristas. De qualquer forma, arrependido, Judas enforcou-se.

Assim, a história do “vil papel” desenrola-se com argumentos que tanto trazem à memória fatos históricos relevantes, quanto revelam episódios de pouco domínio público, o que confere uma peculiaridade ao suplemento e, em decorrência disso, certa distinção ao leitor desta publicação. Dessa forma, não apenas dados, taxas e índices estão presentes nas matérias do *EU&*, mas também elementos curiosos como, por exemplo, a explicação do *EU&* de que as moedas foram difundidas pelos grandes impérios da Idade Média e que ganharam o reforço com os primeiros banqueiros de verdade, no século XIV, em Pisa, Gênova, Verona e Veneza:

Eles [banqueiros] inventaram a letra de câmbio, a mãe do dinheiro virtual – promessa de pagamento, o título podia ser vendido de mão em mão “*ad infinitum*”. O verdadeiro pai, porém, foi o papel moeda, adotado pelos chineses já no início da era cristã e que talvez tenham dado origem à expressão curso forçado do dinheiro – quem se recusasse a aceitar a moeda poderia ser condenado à morte.

A matéria mantém tom irônico e no âmbito dos elementos simbólicos traduz os fatores ideais que perpassaram as relações do papel moeda e as relações sociais ao afirmar que ele surgiu quando a parcela desenvolvida do mundo da época transformava tudo em mercadorias que poderiam ser compradas ou trocadas por dinheiro. Ou seja, “a força de trabalho, além daquela que labutava nos bordéis desde os tempos da Lídia, tinha sido despojada de qualquer meio de sobrevivência a seu alcance e lançada ao que hoje se convencionou chamar de mercado, durante o século XIX, com o advento do capitalismo”. E acrescenta que: “foi o capítulo mais decisivo e dramático da história do dinheiro tal como o conhecemos hoje”. Como é possível verificar nesta e em outras matérias, a superficialidade passa longe do suplemento que novamente evoca Marx como uma das referências intelectuais e destila certo sarcasmo: “Por bons motivos Karl Marx, o inimigo número um do capitalismo, batizou-o [o dinheiro] de ‘rameira da humanidade’. Depois a história e as rameiras são conhecidas”.

Para finalizar, o *EU&* opta por narrar que em meados do século XX o mundo optou pelo “padrão-ouro – paridade fixa entre o ouro e a moeda local, o ancestral do câmbio fixo – até entrar na época moderna das crises monetárias globais, em que as principais moedas comandam em marcha unida as que não têm a menor importância”. E a conclusão ganha novamente tom irônico: “A história também ensina que sempre foi mais ou menos assim”.

4.2. *In Boggs we trust*

Similar a outros temas analisados nesta pesquisa, o *EU&* complementa o assunto com uma matéria, de autoria de Carlos Haag com título em inglês: “*In Boggs we trust*”⁸⁵, o qual não é traduzido em função de o perfil do leitor pressupor domínio de certas áreas do público do *Valor*. Trata-se de uma reportagem sobre J.S.G.Boggs, artista americano, que entende o dinheiro como “apenas uma ideia e, em certo sentido, podemos dizer que ele não existe. Não passa do conceito e da fé que nos mandam depositar sobre ele” e completa: “fazendo jus às suas ideias, ele [Boggs], caprichosamente, desenha o próprio dinheiro, imprime e troca pelas mercadorias que deseja. ‘Acabei de comprar uma pizza, com uma ‘nota-boggs’ de US\$10’, conta ao *Valor*”. Novamente percebe-se o inusitado como um dos critérios de noticiabilidade, como forma de conferir distinção social para quem lê o suplemento. O texto é bem cuidado e o *lead* prenuncia o refinamento do conteúdo desta reportagem, que começa com uma frase em inglês, novamente sem ser traduzida, extraída de um produto cultural, do musical clássico “Cabaret: Adeus Berlim”, que apesar de dimensionar o dinheiro como principal força propulsora do mundo, tem suas características colocadas numa outra perspectiva:

Diz a canção: “*Money makes the world go round.*” Ainda assim, você já reparou? O dinheiro não passa de papel colorido com alguns desenhos geométricos abstratos, ladeados por pares de números. Depois que ele perdeu seu lastro em ouro, foi até preciso avisar ao portador: “Confiamos em Deus” (está lá no dólar) que ele valha alguma coisa. Com as operações on line, em que bips eletrônicos representam créditos, débitos, ele parece ter se virtualizado de vez.

O enfoque universalizado também se repete, quando o *EU&* explica que os governos inglês, australiano e americano levaram o artista a julgamento como falsário, que ele foi absolvido após ter pago seus advogados com mais “notas-boggs”. Em seguida, a matéria faz nova incursão no campo da cultura ao trazer a explicação do crítico de arte da revista *The New Yorker*, Laurence Weschler, a qual termina com duas perguntas intrigantes: “[...] ele é um artista provocador, um socrático que usa seu talento para que reflitamos sobre coisas a que não mais damos importância – qual é o valor do valor? Como atribuímos valor às coisas?”. São questões que levam o leitor a pensar sobre certos conceitos empregados diariamente de forma automática e que ganham dimensão cultural a partir das reflexões geradas. Além da escala de valoração variável em função dos elementos culturais de cada sociedade ao hierarquizar as coisas, o próprio significado de “valor” está em discussão no diálogo com o leitor.

⁸⁵ “*In Boggs we trust*” *EU&*, nº 23, de 6,7 e 8/out/2000, p.18

A capacidade criadora do artista personagem da matéria associada ao elemento primeiro da área econômica, o dinheiro, é retratada outra vez com viés cosmopolita como, por exemplo, quando informa que Boggs recria todo tipo de cédulas: francos, quando está na Suíça; dólares, nos EUA; e libras, em Londres. Também oferece descrição pormenorizada do processo, o que confere credibilidade à matéria, destacando que as cédulas são “feitas à mão, com o máximo de detalhes, mas sempre com algo que revele, de imediato, tratar-se de arte e não de dinheiro real”. Assim, reforça o caráter cultural tanto do produto quanto da forma de difusão desta arte singular:

Ele, em seguida, imprime a quantidade desejada e sai às ruas para sua performance. Colecionadores matam-se para ter uma “nota-boggs” e já chegaram a pagar US\$ 250 mil por uma mera cédula de US\$ 10. Mas ele nunca as vende diretamente, conseguindo a proeza de ficar rico gastando dinheiro. Ele entra em uma loja qualquer, escolhe o que precisa, vai até o caixa e oferece sua “nota”. Para deixar a nota, exige que o valor terminal seja respeitado e que receba troco e nota fiscal. Assim, se as mercadorias custam US\$ 25 e ele dá um “boggs” no valor de US\$ 50, vai receber de volta, em dinheiro real, US\$ 25. Nas costas da nota, ele assina e autentica, fazendo o mesmo com o recibo. Em horas, um “boggmaníaco” (avisado por ele) entra e oferece fortunas pela cédula. Sortudo de quem aceita. “Um entre dez é receptivo, mas há quem me ponha para fora ou chame a polícia”, conta o artista.

A complexidade que envolve o tema fica explícita no conteúdo provocativo, sobre determinados conceitos e práticas significativas sociais culturais, acrescidos das explicações do artista e do crítico de arte, que instigam a se pensar sobre a transgressão de certos paradigmas mundialmente aceitos e nunca questionados. O referencial teórico desta pesquisa respalda esta afirmação, pois conforme Bourdieu (1996, p.142), a aceitação desses paradigmas envolve um jogo social onde “os agentes bem ajustados ao jogo são possuídos por ele e tanto mais, sem dúvida, quanto melhor o compreendem”, sem muitas vezes se questionarem se o jogo estabelecido pelo campo vale à pena. Assim, o suplemento leva a refletir sobre o processo e a natureza das trocas, como é possível se confirmar a seguir:

A ideia é simples, mas não as questões que levanta sobre a natureza das trocas, o papel-moeda, a arte, a abstração, a representação e a reprodução. “O dinheiro é algo muito complexo e assustador e acho que não deve ser aceito irrefletidamente, mas apenas quando compreendemos o que é. Viver assim, frivolamente, é como torrar dinheiro”, diz Boggs. “Uma nota de um banco representa um valor e um ‘boggs’, não, ainda que tenha valor como arte. Ele não faz nada para resolver essa confusão, pois o propósito de sua obra é confundir”, nota o crítico [Weschler] Boggs questiona a legitimidade da fonte criadora do papel-moeda e não o próprio: “Todo dinheiro é arte”, assegura.

Entretanto, o texto da reportagem reconhece o caráter desafiador do próprio personagem ao reconhecer que o artista “não se limita a alfinetar nossas certezas monetárias, mas igualmente o inefável e inexplicável mercado das artes. ‘Há agora um frenesi no meio, com pessoas pagando fortunas por qualquer pedaço de pano com respingos de tinta’, analisa Wescheler.” E afirma que Boggs faz uma trapaça ao contrário ao oferecer obras valiosas, por preços muito baixos, embora não conte isso ao “comprador”: “Ele nos avisa de uma questão delicada: aceitamos trocar pedaços de papel desenhados (dinheiro) por outros pedaços de papel com desenhos (arte). O que nos leva a isso?”, pergunta o crítico. De novo, a evidência de um despertar reflexivo pode ser identificado como principal apanágio cultural na reportagem que prossegue nesta mesma trilha ao tentar desvincular os dois produtos (dinheiro e arte), elegendo a confiança como elemento fundamental para ambos:

Dinheiro tem a ver com troca e com confiança, já a arte é intercâmbio e comunicação. E ambos funcionam como veículos de algo de valor, com o dinheiro representando mercadorias e serviços e a arte, ideias, sentimento e tudo o que significa ser humano. Agora, sem confiança, nem dinheiro nem arte podem existir”, define Boggs. Heresia em sociedades que cultuam o vil metal.

Para encerrar a reportagem, o suplemento faz um exercício de imaginação: “E o que faria Boggs no Brasil?” para em seguida responder com a declaração do próprio Boggs: “Os brasileiros seriam muito receptivos ao meu trabalho, porque ele tende a se valorizar, numa deflação, ao passo que o dinheiro real se desvaloriza, já que está sujeito à inflação”. E informa que ele “já está se preparando para outras tarefas: acaba de prensar 100 mil ‘moedas-boggs’ de US\$ 1, que pretende gastar em dois anos. Absurdo? Bem, outro artista disse que seu cartão de crédito era uma navalha. Basta acreditar”.

Assim, *O EU&* delinea os panoramas gerais da economia, política e cultura de vários países, seleciona perfis profissionais, desenvolve análises setoriais e reflexões teóricas nem sempre compatíveis com os interesses capitalistas, o conteúdo possibilita ao leitor compreender certos fenômenos do mundo globalizado no qual a distância entre indivíduo e realidade universaliza as condições de solidão dos agentes na sociedade. A partir da análise percebe-se que a Economia passou a ocupar um espaço destacado no suplemento e, conseqüentemente é alvo de interesse do leitor e, de modo particular passou a integrar a cultura como elemento das relações que envolvem a sociabilidade moderna.

PARTE II

PERSPECTIVA DA MÍDIA

O segundo grande tema a ser analisado é o da mídia. Apenas uma capa do *EU&* foi destinada a este tema. Entretanto, o assunto gerou sete reportagens (Tabela 6) que discutem, não obstante a existência de novas tecnologias, sobre a cobertura jornalística do conflito no Iraque deixa a desejar. Deste modo, trata-se de tema único, isto é, como a imprensa, principalmente a dos Estados Unidos, estava atuando na cobertura da Guerra do Iraque em comparação à cobertura de outras guerras e daquela feita pela imprensa de outros países.

O exame detalhado da cobertura de um dos mais polêmicos conflitos de 2003, no qual a hegemonia norte-americana foi confirmada, revela a preocupação do suplemento em permitir que o leitor possa estar conectado de forma crítica com as informações que recebe desta guerra para poder formular a própria opinião. Assim, verifica-se que o aprofundamento da abordagem dos fatos relevantes do mundo contemporâneo está entre os principais recursos jornalísticos exigidos no início deste século e que é bem utilizado pelo *EU&*.

Tabela 6 – Perspectiva da Mídia

Data	Nº	Título / Linha-fina
28, 29 e 30 mar/2003	135	1. As mensagens e os meios: O <i>show</i> de George W. Bush Técnicas dignas de “ <i>reality show</i> ” chegam aos campos de batalha com a nova forma de cobertura da imprensa do conflito do Iraque.
		2. Deu no “ <i>The New York Times</i> ”
		3. A guerra dupla da rede CNN
		4. Cobertura para francês ver
		5. Nova ordem midiática
		6. Fogachos do “ <i>shock and awe</i> ”
		7. Letras no <i>front</i> - Escritores brasileiros imaginam como criariam ficções a partir da guerra no Iraque.

1. Cobertura da Guerra do Iraque

1.1. O *show* de George W. Bush

A capa da edição nº 135 recebeu o título “Notícias de uma guerra” e está complementada pela linha-fina: “Apesar das novas tecnologias, cobertura do conflito no Iraque desagradada analistas pela falta de objetividade jornalística”. Uma fotomontagem sem autoria



atribuída, na qual se vê um aparelho de televisão ligado, em meio a destroços de uma região bombardeada, que mostra na tela cena de um caça levantando voo de um porta-aviões compõe a capa.

A matéria principal, assinada por Carlos Eduardo Lins da Silva está intitulada “O *show* de George W. Bush”⁸⁶ e a frase: “Técnicas dignas de ‘*reality show*’ chegam aos campos de batalha com a nova forma de cobertura da imprensa do conflito do Iraque”. A opção do *EU&* para a abertura da matéria compara a Guerra do Iraque aos

“*realities shows*” televisivos e à produção cinematográfica para enfatizar o papel da tecnologia na cobertura do conflito e contextualiza o momento com distanciamento apropriado:

A invasão do Iraque pelas forças militares anglo-americanas ocorre num período em que a programação televisiva em quase todo o mundo é dominada pela onda de “*reality shows*” antecipada pelo filme “O *Show* de Truman”, de Peter Weir (1998). Assim, não surpreende que o maior sucesso da cobertura jornalística da segunda guerra do Golfo Pérsico sejam as transmissões ao vivo feitas por um videofone, um aparelho que pesa oito quilos e cabe numa valise de mão comum, por jornalistas que acompanham as tropas dos Estados Unidos num tipo novo de relacionamento entre as Forças Armadas do país e a imprensa.

O enfoque, de forma resumida, aborda o sistema chamado “*embedding*”, que significa incrustação, mas que foi traduzido como “*estar na cama* com determinadas unidades militares” porque “cerca de 600 repórteres acompanharam os soldados e dormiam nas mesmas tendas, comiam as mesmas rações, expuseram-se aos mesmos riscos”. A ideia, estimulada pelo secretário de Defesa norte-americano, Donald Rumsfeld, pretendia aumentar o noticiário favorável ao Pentágono e usar o jornalismo como pressão psicológica sobre o inimigo. Trata-se, portanto, de revelação que expõe o autoritarismo do governo Bush, mas sem se limitar apenas a confirmá-la, pois narra diplomaticamente os avanços e recuos do governo como num tabuleiro de xadrez para informar o leitor das artimanhas americanas.

⁸⁶ “O *show* de George W. Bush - *EU&*, nº 135, de 28, 29 e 30/mar/2003, p.9-11

Além disso, o *EU&* procura, na contextualização histórica, esclarecer que esta medida “inaugura um novo capítulo na longa e quase sempre litigiosa história do correspondente de guerra”, iniciada na Crimeia, em meados do século XIX, portanto, fundamenta as afirmações em livros e em episódios históricos a fim de manter a linha discursiva coerente e argumentativa. Em outras palavras, busca referenciais em estudos e pesquisas que deem sustentação às análises. É o caso da menção à obra clássica sobre o estudo de jornalismo de Phillip Knightley, que relatou que a verdade quase sempre é “A Primeira Vítima sacrificada nos campos de batalha devido aos interesses. Também compara o desempenho da imprensa no Iraque à cobertura da Guerra do Vietnã, aliás, esta última e a do Golfo são recorrentes o tempo todo nas sete matérias referentes à temática:

Os militares, por diversos métodos de coerção ou convencimento, e o sentimento de patriotismo em geral produzem informações que depois se revelam exageradas, distorcidas ou mentirosas. A grande exceção talvez tenha sido a Guerra do Vietnã na fase final do envolvimento americano.

Ao rememorar o desempenho da imprensa na Guerra do Vietnã, o *EU&* recupera o constrangimento do governo dos EUA na época. A narrativa prossegue no sentido de tornar o leitor ciente de que isto provocou a busca de fontes independentes pelos correspondentes de guerra, porque “estabeleceu-se uma situação de desconfiança recíproca entre militares e jornalistas, que deu o parâmetro dos regulamentos que o Pentágono adotaria para a atuação da imprensa no futuro”. Isto resultou no bloqueio do acesso às frentes de combate na Guerra do Golfo (1991) originando a figura dos “guerreiros de hotel”, quando os jornalistas ficavam em hotéis e recebiam informações resumidas dos comandantes militares sem poder checar a veracidade no campo. Faz nova ponte com o presente e explica que “agora, Rumsfeld inverte a equação com resultados até aqui considerados satisfatórios por ele. Os jornalistas têm completo acesso aos acontecimentos e podem transmiti-los ao vivo aos seus espectadores, com grau de realismo comparável aos programas do tipo *Big Brother*”.

A despeito do desconforto ético-profissional, o suplemento não deixa de registrar, de forma crítica, que os jornalistas americanos “engajaram-se na causa dos soldados, narram os fatos na primeira pessoa do plural, o que desnuda sua completa integração com as tropas, passam ao público duvidosa aparência de que retratam a realidade crua”.

Quanto ao uso dos meios de comunicação como linha direta com os inimigos, informa com detalhes que a estratégia americana para “a operação ‘Liberdade no Iraque’ parece ter tido como um dos eixos a presunção de que, fora do círculo mais diretamente ligado a Saddam Hussein e sua família, todos os iraquianos apenas esperavam a oportunidade, que lhe seria

concedida pelos invasores, para se livrar depressa do tirano”. O suplemento assinala que após uma semana de guerra suspeitava-se que “as hipóteses de baixa disposição para resistir à invasão por parte dos iraquianos podiam estar erradas”. Revela que o governo Bush incluiu os meios de comunicação em sua tática de guerra, pois, pouparam os sistemas de transmissão de TV no Iraque para permitir aos iraquianos se informarem sobre as batalhas e que esta não foi a única novidade na cobertura:

Outra é a multiplicidade de fontes de informação para o público americano e outras nacionalidades. Na Guerra do Golfo, só havia uma rede mundial de notícias na TV, a CNN. O monopólio acabou. Agora as informações americanas podem ser contrastadas pelas redes europeias e até pelas árabes, entre as quais a *Al-Jazeera* se destaca como alternativa.

Da mesma forma que em outras matérias, o *EU&* não se furta de abordar assunto controverso como a intrincada relação entre o governo Bush e os meios de comunicação americanos que mantiveram certa sintonia com o discurso oficial. Entretanto, explica que este emaranhado de articulações foi potencializado pela ampliação da diversidade de fontes sobre as atividades bélicas por meio da internet, o que neutralizou as tentativas de censura aos jornalistas pelos comandos militares.

Quando no fim de semana passado surgiram as imagens dos primeiros americanos mortos e feitos prisioneiros, o Pentágono fez um apelo aos meios de comunicação americanos para que não as divulgassem, e foi atendido. Mas, além da *Al-Jazeera* que pode ser captada por satélite por americanos (embora poucos o façam), a *BBC*, a *DW*, a *Telemundo*, *RTP*, *RAI*, *RTF* e diversos sites da internet não seguiram a orientação do Departamento de Defesa. No final, os parentes das vítimas foram informados e procuram os meios de comunicação de maior audiência para contar sua história, que acabou chegando ao público, ainda que atrasada e com menos impacto emocional.

Deste modo, a análise explora o tema e descortina os bastidores das estratégias, nada lisonjeiras, da maior superpotência econômica e bélica mundial quanto à decisão de invadir o Iraque e revela os temores do governo Bush com relação aos efeitos da mídia: “O que Rumsfeld e seus falcões⁸⁷” menos desejam é que as salas de estar das casas americanas voltem a ser invadidas por imagens de jovens de seu país despedaçados, como ocorreu na década de 1970”, em alusão às cenas da Guerra do Vietnã, as quais mudaram a opinião pública do país. Mas ressalva que a vulnerabilidade do governo atual é maior, pois “desta vez, o apoio à posição de Bush no Iraque não é tão irrestrito como era o endosso a Lyndon Johnson no início

⁸⁷ Falcões americanos – integrantes da administração Bush, mais agressivos

da grande participação americana no conflito do Vietnã”. A matéria termina com uma expectativa: “E talvez uma mudança possa ocorrer ainda mais rapidamente se os correspondentes incrustados nas tropas começarem a transmitir –ainda que nas imagens entrecortadas dos videofones– eventuais desastres com os soldados americanos”.

Embora a remissão explícita à atividade cultural esteja apenas na citação de um livro sobre os correspondentes de guerra, a construção textual está mais para uma dissertação do que para uma reportagem, tal é o nível de reflexão que ela desperta. O aprofundamento e a sofisticação da linha argumentativa na abordagem conferem ao conteúdo peculiaridade cultural por possibilitar ao leitor agregar conhecimento e atualização sobre o campo jornalístico e, ao mesmo tempo, sobre o poder de interferência do governo na mídia americana. Além disso, sintetiza um viés cosmopolita ao tratar a questão num cenário de “aldeia global” no qual a imbricação das forças mundiais ficou à mercê da decisão unilateral americana, conforme se pode confirmar em Giddens (1991, p.173), de que os novos modos de interdependência mundial provocados pela globalização também “criaram novas formas de risco e perigo ao mesmo tempo em que promovem possibilidades de longo alcance de segurança global”.

1.2. Deu no ‘*The New York Times*’

Outra matéria, referente ao assunto, é a que recebeu o título “Deu no ‘*The New York Times*’”⁸⁸, de Carlos Haag e Robinson Borges. O *lead* da reportagem instiga à primeira de uma série de reflexões para as quais o conteúdo desperta. A frase incisiva balança os pilares da credibilidade do jornalismo americano e os do leitor: “Deu no ‘*The New York Times*’. Ou na CNN. E você acreditou”. Este diálogo inicial com o leitor é justificado com a opinião de John MacArthur⁸⁹, aliás todas as fontes utilizadas nesta reportagem são autores de obras sobre cobertura de guerra o que legitima a autoridade delas sobre o assunto.

Assim, o *EU&* informa que MacArthur defende a liberdade de imprensa e a posição crítica dos jornalistas mesmo em tempos de conflito e que se manifesta de forma contundente quanto ao desempenho dos jornalistas americanos na cobertura da Guerra do Iraque: “Hoje, temos uma imprensa ‘venezuelana’, que representa os interesses da oligarquia americana. Cerca de 95% dos jornalistas defendem os valores do governo e da comunidade empresarial e 5% deles reagem”. E ainda por meio da mesma fonte (MacArthur), o

⁸⁸ “Deu no ‘*The New York Times*’” - *EU&*, nº 135, de 28, 29 e 30/mar/2003, p.12-14

⁸⁹ John MacArthur - editor da *Harper’s Magazine* e autor de “*Second Front: Censorship and Propaganda in the Golf War*”

suplemento conduz a se pensar sobre o conceito de patriotismo: “Muitos repórteres acham que ser patriota é ser leal ao presidente Bush. O dever do jornalista é a fidelidade à Constituição e esta nos dá liberdade de imprensa todo o tempo”. E continua de forma crítica:

“Agora, a censura não é mais externa, mas é autocensura. Em todo o mundo foram mostradas as imagens dos soldados americanos mortos, mas um povo soberano como o dos EUA foi impedido de ver os cadáveres de seus combatentes. A imprensa nos trata como crianças”, diz MacArthur.

Entretanto, quanto à autonomia para obter informações durante a guerra, a matéria também prospecta na história elementos comparativos para confirmar que o filtro já existia no passado: “Se na Segunda Guerra, os jornalistas tiveram maior acesso ao *front* do que na anterior, tudo que escreviam passava por uma censura militar e também se proibia a publicação de fotos de soldados mortos”. Ao ouvir outras fontes sobre o caráter comprometedor da atividade dos “*embedded*” americanos, o *EU&* reforça claramente sua intenção de instaurar debate ao manifestar posições de crítica à hegemonia do governo americano nesse episódio. Exemplo disso é a declaração de Judith Mattlof⁹⁰ para quem “(...) muitos [*embedded*] chegam ao absurdo de falar em ‘nós’, colocando-se como combatente, sem imparcialidade e com apenas uma perspectiva de avanço contra o Iraque”.

Outro exemplo é quando o *EU&* oferece a noção de como é a condição de censura dos “*embedded*” com a declaração de Hedrich Smith⁹¹ de que “há uma multidão de correspondentes na guerra, mas boa parte deles está confinada pelos militares”. Em seguida o jornalista relembra que na Guerra do Vietnã era o inverso “apesar do desejo do presidente Lyndon Johnson em censurar a imprensa, a extensão dos campos de batalha tornava impossível a contenção dos repórteres. E, pela primeira vez, os correspondentes descobriram que os governos em guerra, mentem e muito”.

O suplemento desperta a atenção do leitor para as ideias de muitos analistas, os quais entendem que a guerra atual pode vir a ter surpresas imprevistas. Também critica a cobertura das TVs que “estão com medo de colocar no ar qualquer coisa controversa ou que possa ser considerada antipatriótica por seus anunciantes ou por boa parte da audiência nacionalista”, conforme Daniel Hallin⁹² sobre a mídia no Vietnã. Identifica-se, portanto, dois recursos flagrantes que permeia a construção do texto desta reportagem: intercalar afirmações e

⁹⁰ Judith Mattlof - ex-correspondente de guerra e professora de “*War Report*” da Columbia University

⁹¹ Hedrich Smith – ex-correspondente de guerra do *The New York Times* e autor de “*Media and Golf War*”

⁹² Daniel Hallin – autor de “*The Uncensored War*”

opiniões de fontes credenciadas sobre o assunto, legitimando a credibilidade da informação prestada e a contraposição com coberturas passadas.

A despeito da expectativa de que a tecnologia permitiria a cobertura em tempo real, o *EU&* informa que “houve um ‘*blackout*’ da cobertura da imprensa nas primeiras 48 horas do conflito (repetindo o que houvera em 1983, na invasão de Granada e em 1989, no Panamá)”. E acrescenta que, segundo MacArthur, apesar dos satélites da CNN o que se via nas telas eram “apenas notas oficiais militares e documentários sobre as bombas ‘inteligentes’”.

O conteúdo textual segue sua construção em ideias dialogadas entre os entrevistados que ora se complementam, ora revelam novas perspectivas, mas todos cobrando atitude mais digna dos correspondentes. É o caso de Smith ao argumentar que espera que os jornalistas “saibam aproveitar melhor isso [o fato de estarem dispersos] do que o que venho lendo e assistindo na mídia”. Ou Judith: “Boa parte deles [correspondentes atuais] não têm experiência de cobertura de guerra, conhecem mal o Iraque, não falam a língua, e desconhecem a cultura”. E ainda MacArthur: “Ontem, conversei com um repórter no Iraque e ele me disse, envergonhado, que as perguntas feitas pela imprensa estrangeira no Qatar são mais incisivas e melhores do que as dos jornalistas americanos. Isso precisa mudar”.

O suplemento, ao revelar o descompasso do desempenho dos correspondentes americanos, desconstrói a simbologia que exaltava a mística da eficiência americana, pois registra que “a ‘cutucada’ está vindo de onde se menos esperava, ao menos nos países ocidentais” e complementa com a declaração de El-Nawawy⁹³: “Ao contrário da Guerra do Golfo, monopólio da mídia do ocidente, agora os árabes podem revelar suas opiniões sobre o resto do mundo e mostrar a sua visão de guerra”, o que para o americano Mac Arthur, a *Al-Jazeera* “ao mostrar o que censuramos por aqui, forçam a CNN a repensar sua cobertura e a mostrar a realidade para os EUA”.

Mas, por meio desta reportagem o *EU&* reconhece a influência da opinião pública na imprensa ao informar que as contestações populares podem recuperar a liberdade de expressão e que “boa parte dos veículos da mídia americana não esperava os protestos de rua contra a guerra”. E embasa a afirmação com a opinião de Hallin, que difere da constante na matéria anterior, de que na Guerra do Vietnã, “ao contrário do que se imagina, não foi a mídia que virou a opinião pública contra a guerra. ‘Foi o oposto: foi o público, em especial o movimento antiguerra, que obrigou a imprensa a fazer uma cobertura mais precisa e crítica do Vietnã”.

⁹³ El-Nawawy - autor de “*Al-Jazeera: How de(sic) Fee Arabs News Network Scooped the World and Changed the Middle East*”

Também é possível identificar-se, pelo conteúdo da abordagem, que o suplemento valoriza o papel da mídia como instauradora de debate, apoiado, mais uma vez na opinião de uma fonte. Desta vez é David Paletz⁹⁴ para quem “antes da guerra, houve uma discussão interna sobre ir ou não ao ataque, mas foi pífia [e pouco noticiada]. Até mesmo porque faltou capacidade aos democratas de criar uma oposição ao conflito. Isso teria chamado a atenção da mídia, que se veria obrigada a divulgar o debate”.

É interessante registrar que os elementos interpretativos do conteúdo ganham preponderância sobre os meramente informativos, o que revela qualidade reflexiva do texto mesmo quando reproduz a opinião de uma fonte. Segundo Jeffrey Allan Smith⁹⁵, “após o 11 de setembro o país, imune das matanças que marcaram o século XX, se viu jogado no patriotismo. Houve uma tendência a tratar o governo com benevolência e a imprensa é um reflexo direto disso. Só se esquecem de que o jornalismo crítico é um dever patriótico”.

E ao optar por um encerramento questionador, o *EU&* reforça essa tentativa de induzir o leitor a pensar sobre o papel da mídia, quando reproduz a indagação de MacArthur: “Devemos lamentar que um cinegrafista mostrou um soldado americano morto sendo arrastado em Mogadishu, nos tirando da Somália? Só sei que, com censura nós não sabemos o que nós não sabemos”. E finaliza com uma frase instigante, sem tradução: “Nem sempre ‘no news is good news’”.

1.3. A guerra dupla da rede CNN

Uma entrevista com o título “A guerra dupla da rede CNN”⁹⁶, do tipo “pingue-pongue” feita por Carlos Haag com o jornalista inglês, 30 anos de profissão e presidente da *CNN International*, Chris Cramer, é a terceira matéria referente à cobertura da Guerra do Iraque. A abertura do texto inicial que antecede a entrevista é impactante e incisiva: “As bombas podem cair, mas os lucros sobem. Foi com uma guerra, a do Golfo, que a rede de televisão CNN, criada em 1980, ganhou respeito e altos índices de audiência”. A introdução da entrevista recorre a episódios passados como referencial comparativo à atualidade [2003] para o leitor: “a cobertura feita em Bagdá, com Peter Arnett, Bernard Shaw e John Holliman mostrando os ataques à capital iraquiana, em 1991, prometia um futuro eternamente brilhante à emissora”. Mas informa que o quadro mudou com a chegada de emissoras por cabo também 24 horas no ar com notícias que passaram a dividir a audiência com a *Fox News* e com a *MSNBC*.

⁹⁴ David Paletz - autor de “*Media and American Politics*”

⁹⁵ Jeffrey Allan Smith - o autor de “*The War and Press Freedom*”

⁹⁶ “A guerra dupla da rede CNN” - *EU&*, nº 135, de 28, 29 e 30/mar/2003, p.14-15

As questões, muito bem elaboradas, são ousadas e cortantes e as duas primeiras não interrogam, apenas são formuladas como afirmação o que configura tom de diálogo, nem por isso condescendente. Haag afirma que “analistas da mídia reclamam que as redes de TV têm evitado colocar no ar tudo o que possa soar como antipatriótico para anunciantes e para boa parte dos espectadores”. Cramer rebate: “Isto é uma idiotice e quem conhece a nossa emissora sabe que essa crítica é ridícula” e prossegue justificando que as equipes estão correndo riscos etc.

No entanto, o *EU&* não se dá por satisfeito e insiste: “Mas, a emissora, assim como a guerra e o presidente Bush, são alvos dos protestos dos muitos manifestantes pelo mundo”. O entrevistado contra-argumenta que a emissora cobre um “conflito controverso, muitos, aqui e no exterior são contrários à guerra”, que ele sabe “das reações apaixonadas que as notícias podem despertar”, mas entende que a função da emissora é se “concentrar no trabalho e deixar a parcialidade de lado”. Outras questões sobre a conduta jornalística na cobertura da guerra também são formuladas como, por exemplo, se a “CNN equilibra a necessidade de utilizar fontes militares oficiais e a verdade” ou sobre o espaço para iraquianos na emissora.

Ou, ainda, sobre qual a contribuição da cobertura desta guerra para o futuro. A resposta de Cramer a esta última questão leva ao entendimento de que ele considera os procedimentos da cobertura da Guerra do Iraque como avanço: “esta foi a primeira vez na história em que pudemos assistir imagens ao vivo, diretamente da frente de batalha” e, outro trecho da resposta dá origem a uma frase destacada pelo suplemento que desnuda a visão do entrevistado sobre a cobertura jornalística de conflitos, como se ao expor cenas produzidas de forma engajada fosse possível reproduzir a realidade: “no futuro, as crianças não precisarão perguntar aos pais o que eles fizeram na guerra, porque terão assistido na televisão. Acho que isso tudo é muito profundo, mas também muito assustador”.

1.4. Cobertura para francês ver

A quarta matéria referente às relações entre imprensa e Guerra do Iraque é produzida a partir de Paris, por Fernando Eichenberg, com o título “Cobertura para francês ver”⁹⁷. O *lead* já informa sobre a posição destoante dos governos francês e espanhol em relação aos aplausos recebidos pelo ministro de Relações Exteriores da França Dominique Villepin devido ao discurso antiguerra feito na ONU e censurados pelas TVs americanas e pela TV pública espanhola do governo José María Aznar, favorável ao ataque ao Iraque.

⁹⁷ “Cobertura para francês ver”- *EU&*, nº 135, de 28, 29 e 30/mar/2003, p.15-16

Sem ignorar o desconforto político francês, o *EU&* enfatiza que a França, a despeito de liderar alguns países contra o belicismo de George W. Bush, ficou fora do *front* de guerra, “está presente na luta pela informação, com enviados especiais em inúmeros pontos da região, Bagdá, inclusive, e uma abundante cobertura televisiva do conflito”. Entretanto, o suplemento não sucumbe ao impulso nem de enaltecer, nem de criticar o desempenho jornalístico dos correspondentes franceses. Apenas reporta a opinião da editora-chefe da TV5, do programa de debate Kiosque com correspondentes estrangeiros, Sylvie Braibant: “Falta profundidade à cobertura francesa e um distanciamento maior do factual. É preciso dar mais espaço à discussão, e não se contentar com a troca de palavras entre militares que se interrogam sobre se o terceiro batalhão já avançou 100 metros ou não”. Quanto à imparcialidade da cobertura, a jornalista entende que “nenhuma TV francesa faz uma cobertura neutra”, pois a imprensa do país adotou a posição do governo francês.

A manutenção de opiniões divergentes pelo suplemento ratifica a disposição de oferecer a pluralidade de enfoques, como é o caso da opinião de Jean-Marie Charon⁹⁸, de que houve evolução na cobertura de guerra das TVs francesas: “Hoje a cobertura é mais prudente. A maioria dos jornalistas revela a origem das fontes e assinala que elas estão envolvidas no conflito (...) a tendência da mídia francesa é ser institucional, mas nesse caso, como o país não está engajado no conflito, teria menos razões para sê-lo”.

Outra opinião é a do jornalista Patrick Denaud⁹⁹, que ameniza as críticas aos enviados especiais: “O trabalho das TVs estrangeiras é muito limitado. Você é completamente enquadrado pelo Ministério de Informação Iraquiano, está sempre sob o controle de alguém do governo”. Para encerrar, o *EU&* opta por uma opinião desfavorável aos correspondentes, como a do polêmico Daniel Schneidermann¹⁰⁰: “Não me sinto informado pela televisão. Sinceramente, acho que a TV não encontrou seu lugar na informação dessa guerra”. Assim, percebe-se que nesta reportagem a preocupação do suplemento é apontar, de forma equilibrada, a avaliação crítica que a mídia da França faz quanto ao desempenho dos correspondentes franceses na cobertura da Guerra do Iraque.

⁹⁸ *EU&* - Jean-Marie Charon - pesquisador especialista em mídia do *Centre National de Recherches Scientifiques*

⁹⁹ *EU&* - Patrick Denaud - cobriu a guerra Irã-Iraque para a TV CBS e autor de “Iraque – Guerra Permanente”

¹⁰⁰ *EU&* - Daniel Schneidermann - crítico de TV do jornal “*Le Monde*”, o polêmico Daniel Schneidermann

1.5. Nova ordem midiática em tempos de guerra

Com o título “Nova ordem midiática em tempos de guerra”¹⁰¹, a análise criteriosa de Nélson de Sá, editor do caderno “Ilustrada”, da Folha de S. Paulo, comprova que o *EU&* publica material produzido por jornalista não pertencente aos quadros do *Valor* abrindo espaço para a pluralidade de ideias. O autor descreve as imagens de horror de uma guerra que não chegava à maioria da população ocidental, reproduz a assimetria sinuosa e oscilante entre realidade e grotesco e transporta a atenção do leitor para o que gerou debate na cobertura jornalística do conflito:

O nó dramático desta nova Guerra do Golfo foi a sequência de imagens transmitida ao mundo pela emissora do Qatar, *Al-Jazeera* em dois dias seguidos. Num hospital iraquiano, o corpo de uma criança é descoberto e o que aparece é uma cabeça pela metade. Um dia depois, mais corpos desfigurados, agora de soldados americanos. São cenas do horror da guerra, mas a partir daí a cobertura se dividiu. Para um lado foram as emissoras que não desejam apresentar o horror, que poderia ferir o propósito das forças anglo-americanas no Iraque. Emissoras como a *Fox News* e as grandes redes americanas. Para outro, foram as emissoras que, para não esconder a verdade da guerra ou simplesmente para prejudicar o esforço anglo-americano, passaram a retransmitir as imagens sem parar. Foi o que fizeram as emissoras europeias, inclusive britânicas e árabes.

O *EU&* revela que a posição da *CNN* era indefinida e que, por ter aderido ao “*embedding*”, tinha sido expulsa pelo governo iraquiano, segundo relato do próprio ex-correspondente Nic Robertson. E recupera fatos históricos para facilitar a compreensão do quadro atual, portanto, não fica restrito aos relatos das fontes. Informa que foi assim que a emissora perdeu a “medalha de isenção” obtida com a cobertura do conflito de 1991. Cita a origem da radicalização da mídia americana no 11 de setembro, quando, na guerra do Afeganistão surgiu a “*Al Jazeera* com os vídeos chocantes de Bin Laden”, no Qatar, e quando, para concorrer com a *CNN*, foi criada a *Fox News* pelo empresário Rupert Murdoch. Diz que a proximidade das empresas dele (além da *Fox News*, *Fox*, *Weekley Standard* e *New York Post*) com o governo abalou as demais mídias americanas e reproduz a declaração do editor-executivo do *The New York Times*, Howell Raines, ao receber um prêmio, em fevereiro de 2003:

“A conquista do pós-guerra, entre os jornalistas americanos, foi a aceitação de uma ética que diz que não usamos os colares políticos dos nossos proprietários, do governo e dos partidos. É um legado que temos que proteger. Nós que trabalhamos em publicações e TVs com mentalidade isenta, temos sido passivos em denunciar os que usam o jornalismo como ferramenta política, ao mesmo tempo em que apontam o dedo contra quem pratica jornalismo equilibrado”.

¹⁰¹ *EU&* - “Nova ordem midiática em tempos de guerra” - *EU&*, nº 135, de 28, 29 e 30/mar/2003, p.16

Esclarece que o jornalista falava de “Murdoch e suas *News Corp*” e que o âncora da *Fox News* “ataca a cobertura das concorrentes –e até do ‘*NYT*’– por ser ‘antiamericana’”. Também informa que os enviados da emissora ao Iraque são “o coronel aposentado Oliver North, o pivô do escândalo Irã-Contras, e Geraldo Rivera, versão americana do Ratinho”. E que do início ao fim, “a programação é uma propaganda, mais do que americana, republicana. Apóia campanhas de boicote a produtos franceses, ouve celebridades pró-guerra, divulga fatos que estimulam a causa anglo-americana – e nem sempre se confirmam, mas isso não é problema”.

Pela seleção da declaração do editor-executivo do *The New York Times* e considerações referentes à atitude da *Fox News*, é possível deduzir que entre os valores jornalísticos do *EU&* está, além do emprego da ética, a autonomia editorial desvinculada dos interesses políticos, o que volta a transparecer quando informa que a *Al-Jazeera* que “já foi chamada de *CNN* do mundo árabe, está mais para a *Fox News* do mundo árabe”, pois exagera no engajamento às causas políticas em um outro conflito: israelenses e palestinos.

No encerramento da matéria, o texto retoma as consequências das “cenas dos soldados e da criança, que redefiniram a direção da cobertura, [e que] tiveram um efeito de propaganda contrária ao ataque anglo-americano”, mas reconhece o dinamismo que estas emissoras provocaram na cobertura deste conflito:

Para além do engajamento, o que une a *Fox News* e a *Al-Jazeera* é aquilo que se poderia chamar de cobertura vibrante, ou, num termo talvez mais adequado, sensacionalismo. (...) É o contrário do que se vê na hesitante *CNN*, na modorrenta *BBC* ou nas grandes novidades desta guerra, em televisão – as concorrentes da *Al-Jazeera*, recém-lançadas: *Abu Dhabi (ADTV)* e *Al Arabya*, ambas dos Emirados Árabes [mas que] já permitem falar numa mídia muçulmana em oposição à mídia cristã ocidental.

E é desta forma que o suplemento conduz a uma reflexão sobre o quadro midiático a partir da avaliação crítica da cobertura do conflito entre EUA e Iraque. As referências utilizadas remetem a fatos históricos e ao presente e, portanto, permitem o estabelecimento de conexões tanto temporais quanto factuais para contextualização do comportamento da mídia na cobertura jornalística da Guerra do Iraque que se desenvolve em meio à tensão mundial. Destaque também para as fontes altamente qualificadas e para os valores jornalísticos passíveis de apreensão a partir da leitura desta matéria.

1.6. Fogachos do “*shock and awe*”

A sexta matéria sobre a Guerra do Iraque é de Cristina R. Durán, com o título “Fogachos do ‘*shock and awe*’”¹⁰², sem a respectiva tradução, apresenta a foto feita por Juca Varella, da Folha/Imagem, de uma criança cercada por cinegrafistas e fotógrafos com a seguinte legenda: “Hospital no centro de Bagdá: Ahmed Ali, de 5 anos, chora diante dos jornalistas que rodeiam sua cama: as imagens chegam ao mundo rapidamente, mas o acesso à informação é difícil”. A reportagem informa que o “furo” da Guerra do Iraque foi da *Rádio e Televisão Portuguesa (RTP)*, dos repórteres Carlos Fino e Nuno Patrício com seus videofones, conforme depoimento do diretor de informação da emissora, José Rodrigues dos Santos. O diretor afirma que, apesar de a equipe da *RTP* estar trabalhando muito em campo e com equipamentos mais sofisticados, as informações ainda são insuficientes: “Estou certo de que aqui apenas recebemos ‘fogachos’ (lampejos) do que está a acontecer de fato”. Portanto, configura que a cobertura é ainda escassa e que há restrições a serem superadas pelos correspondentes. Assim como em outras matérias, esta também volta a adotar referências passadas, e neste caso, a cobertura de guerras anteriores: segundo Santos, “os americanos parecem mais abertos a dar informações do que na Guerra do Golfo (1991), mas pedem para não divulgar fatores operacionais” com o consequente questionamento sobre até que ponto os novos equipamentos garantem a precisão da informação.

Reafirmando a vocação do suplemento de promotor de debate de ideias o próprio texto registra que “para discutir a questão, o *Valor* ouviu repórteres brasileiros que já cobriram guerras”, portanto as referências à cobertura de conflitos passados são inevitáveis nesta matéria. Entre eles, o suplemento ouve o correspondente Sérgio Dávila¹⁰³, que informa que o Pentágono, Londres e o Iraque tentam controlar a informação para os jornalistas estrangeiros em Bagdá e que não há inocentes (nem mesmo na imprensa), pois “cabe ao jornalista se virar para conseguir a informação isenta, imparcial e próxima da realidade possível, independentemente de os governos de plantão facilitarem ou não a sua vida”.

Outro ex-correspondente ouvido é o sogro de Dávila, José Hamilton Ribeiro, que segundo o *EU&*, cobriu a Guerra do Vietnã para a extinta revista *Realidade* e foi o primeiro repórter brasileiro ferido em uma guerra: “‘Naquele conflito, os EUA estavam em uma posição secundária e não tinham moral para controlar a imprensa do mesmo modo como controlaram a informação na Guerra do Golfo e agora nessa’, analisa Ribeiro”. Ele diz que

¹⁰² “Fogachos do ‘*shock and awe*’” - *EU&*, nº 135, de 28, 29 e 30/mar/2003, p.17

¹⁰³ *EU&* - Sérgio Dávila, da “*Folha de S. Paulo*” - único brasileiro em Bagdá (com o fotógrafo Juca Varella)

que hoje o diferencial é a “Internet, meio para o qual pode ser jogada a informação por qualquer um” e alerta que isso pode ser perigoso porque, no caso do jornalista, há uma empresa por trás. Mantendo a prática de contrapor opiniões o *EU&* expõe que Leão Serva¹⁰⁴ discorda, pois considera a Internet positiva já que “serviu de contravapor à concentração da mídia”, mas avalia a cobertura brasileira “ainda muito noticiosa e pouco reflexiva”.

A valorização pelo *EU&* da prevalência da dedicação pessoal no exercício do jornalismo, principalmente no de guerra, se traduz nas histórias dos correspondentes, como, por exemplo, a do diretor de redação da IstoÉ Hélio Campos Mello, que com William Waack (Globo) cobriu a Guerra do Golfo para *O Estado de S. Paulo*, e conta que ambos se rebelaram e se embrenharam Iraque adentro, para tentar obter informações por vias não oficiais, correndo riscos, mas que tiveram sua produção veiculada no mundo todo e, de certa forma, critica o desempenho atual: “Hoje os repórteres estão ‘embutidos’ na força de guerra com tecnologia nova, como os videofones”. Ao retomar a questão dos recursos tecnológicos, o suplemento também faz ressalvas positivas ao ponderar que o uso da internet encurta distâncias, pois a jornalista Teté Ribeiro (filha de Hamilton e casada com Dávila) diz que o contato com o marido é difícil, mas é mais ágil que na época da mãe.

1.7. Letras no *front*

A sétima matéria sobre a Guerra do Iraque, intitula-se “Letras no *front*”¹⁰⁵ e a linha-fina: “Escritores brasileiros imaginam como criariam ficções a partir da guerra no Iraque”, produzida por José Castello, une o conflito e a criação literária num exercício imaginativo já no *lead*, que por meio de indagações instigam o leitor a refletir sobre esta relação:

Pode a literatura dar conta de um conflito tão difuso como a guerra no Iraque? Teriam os escritores algo a dizer, diante das imagens instantâneas e massacrantes oferecidas pela televisão? Na verdade, a ficção brasileira parece ter, até mesmo, se antecipado ao horror que, hoje, assistimos. Pelo menos dois dos romances do escritor gaúcho Gilberto Noll “A Céu Aberto” e “Berkeley em Bellagio” tratam da guerra.

O *EU&* retira da literatura mundial as referências para esclarecer que os livros de Noll não tratam “da guerra clássica e nítida que Tolstoi descreve em ‘Guerra e Paz’”, mas da guerra assombrosa e confusa que se fazia naquele momento “sob o peso da falsificação”. Portanto, pressupõe já ser de conhecimento do público ou, pelo menos, informa quem ainda

¹⁰⁴ *EU&* - Leão Serva diretor de jornalismo do IG, cobriu conflitos civis na Bósnia, Angola, Somália, Irlanda do Norte

¹⁰⁵ “Letras no *front*” - *EU&*, nº 135, de 28, 29 e 30/mar/2003, p.18-19

não conhece a obra citada de Tolstói, sobre as características que a diferenciam da abordagem dos dois livros de Noll, para quem “tudo se passa sob o signo da simulação, do sucateamento, de um épico papelão”, pois em “ambos os livros, há uma espécie de amnésia, ou desconhecimento das causas da guerra”.

O caderno recorre a diversos autores brasileiros para investigar a possibilidade de empregar a guerra como ponto de partida de uma ficção literária. Entretanto, como é possível perceber, o exercício não fica na superficialidade e aprofunda questões que levam à reflexão sobre várias concepções e princípios. A pluralidade de fontes mais uma vez se repete. Como se trata essencialmente de relatar a criatividade de cada autor ouvido, abaixo estão resumidas as opiniões de cada fonte ouvida, sem entrar no mérito da proposta de cada uma delas.

A escritora Carmem de Oliveira¹⁰⁶ diz encontrar “um veio *hollywoodiano* na guerra do Iraque”, cujo personagem seria “o homem que inventou a guerra”, interessado “apenas em patrulhar o espaço e criar máquinas de matar”, que teria o cérebro e o coração vasculhados, além de “um sorriso *shakespeareano*”. Ela diz que também aproveitaria para rever “mentiras indiscutidas, como o suposto genocídio dos curdos por armas químicas do Iraque, quando todos sabem que as armas que mataram os curdos provinham do Irã”.

Para Fernando Monteiro¹⁰⁷, em vez de a guerra chegar à arte, o cinema entrou na guerra, pois nas cenas de decolagens de caças americanos na TV “há uma câmera dentro da cabine do piloto”, semelhante a um “*game*” enlouquecido. Mas, a imaginação de um terceiro escritor Nelson de Oliveira¹⁰⁸ é cética: “no máximo a guerra do Iraque daria um romance vagabundo, cheio de ação e peripécias, ótimo para ser filmado e ganhar estatuetas do Oscar”. Para ele, não existem mais os conflitos épicos do passado, pois “não existem mais Aquiles, nem Ulisses entre os combatentes. Perdeu-se a mitologia da guerra” e lamenta que a guerra esteja na TV como “uma final da Copa do Mundo (...). Que arte poderia brotar de uma experiência tão frouxa?”

Cristóvão Tezza¹⁰⁹ diz que pensa em tudo quando vê essa guerra, “menos em literatura” e que se viesse a escrever sobre isso seria sobre aquele “soldado americano enlouquecido que jogou uma granada nos colegas”. Já Lya Luft¹¹⁰ pensaria no “drama humano, na loucura, na perversidade e, sobretudo, no enigma que somos todos nós”. Diz que ainda “somos homens das cavernas, a matar, estuprar e saquear”.

¹⁰⁶ EU& - Carmem de Oliveira - autora de “Flores Raras e Belíssimas”, premiado ensaio sobre a poeta americana Elizabeth Bishop

¹⁰⁷ EU& - Fernando Monteiro - autor de “O Grau Graumann”

¹⁰⁸ EU& - Nelson de Oliveira - autor de “O Século Oculto”

¹⁰⁹ EU& - Cristóvão Tezza - autor de “A Suavidade do Vento”

¹¹⁰ EU& - Lya Luft - autora de “O Lado Fatal”

O escritor Moacyr Scliar¹¹¹ diz que “toda guerra é medonha, mas esta tem um *plus*: ela é antiliterária” e o carioca Sérgio Sant’Anna¹¹² pensa que “um jornalista, talvez a meio caminho entre o real e a ficção, pudesse escrever ‘uma ótima farsa sobre o imperialismo-humanitário dos americanos’. Um iraquiano, por sua vez, talvez escrevesse um livro sobre a verdadeira face heróica da guerra”. Ana Miranda¹¹³ diz que a guerra do Iraque poderia dar um romance “sobre a ambição desmedida, a prepotência”, estilo *Shakespeare*.

Raimundo Carrero¹¹⁴ escreveria sobre a ausência e diz que todos se embelezam para matar: “Olhando essa guerra, não vejo outra coisa senão o vazio”. Para o ficcionista e filósofo Gustavo Bernardo¹¹⁵, o “Bush Júnior” seria o anti-herói: o “Júnior é o cristão convicto, que acredita na divindade de Cristo com todo o seu coração, mas não com a sua mente, e acredita em todos os seus preceitos com toda a sua mente, mas não com o seu coração” e teria que começar cômico e terminar trágico, com “uma frase interrompida por “reticências explosivas”.

O jornalista Bernardo Ajzenberg¹¹⁶ sintetiza o sentimento de irrealdade e imagina “um jovem soldado, prisioneiro de guerra dos iraquianos, [que] descobriria que sua vida é tão virtual quanto uma imagem de TV. De novo, o vazio”. Milton Hatoum¹¹⁷ diz que um romance sobre a guerra requer um forte sentimento histórico, o que está totalmente ausente dos relatos apresentados pela TV. O ficcionista e crítico literário Silviano Santiago¹¹⁸ sugere uma revisão dos grandes romances, que no século XX trataram do colonialismo¹¹⁹. Diz que diante da Guerra do Iraque o escritor deve voltar a ser leitor. O poeta e crítico literário Antonio Carlos Sacchin¹²⁰ diz que o romance sobre a Guerra do Iraque já existe e é “Iracema”, de José de Alencar, num trocadilho, “Ira(que)cema”, Sachin interpreta:

Iracema, a guardiã do tesouro (a Jurema/o petróleo), deixa-se conquistar pelo estrangeiro. (...) “o povo de Iracema, além de hostil ao invasor, vive em conflito com tribos vizinhas. Iracema aceita aliar-se ao estrangeiro, assiste passivamente à dizimação dos membros de sua tribo, e é possuída pelo conquistador [que] retorna a seu país, deixando Iracema morta, mas carregando o valioso fruto de suas entranhas (filho/petróleo).

¹¹¹ EU& - Moacyr Scliar - autor de “O Exército de um Homem Só”

¹¹² EU& - Sérgio Sant’Anna - autor de “A Senhorita Simpson”

¹¹³ EU& - Ana Miranda - autora de “Boca do Inferno”

¹¹⁴ EU& - Raimundo Carrero - autor de “Sombra Severa”

¹¹⁵ EU& - Gustavo Bernardo - autor de “A Dúvida de Flüsser”

¹¹⁶ EU& - Bernardo Ajzenberg - autor de “A Gaiola de Faraday”

¹¹⁷ EU& - Milton Hatoum - autor de “Dois irmãos”

¹¹⁸ EU& - Silviano Santiago - autor de “Nas Malhas da Letra”

¹¹⁹ EU& - Silviano Santiago sugere a releitura de “O Coração das Trevas”, de Joseph Conrad e “Viagem ao Fim da Noite”, de Louis-Ferdinand Céline; dos romances de John Dos Passos “*Manhattan Transfer*” e de livros que combinem relato dos noticiários com a narrativa de biografias

¹²⁰ EU& - Antonio Carlos Sacchin - autor de “Poesia e Desordem”

Por fim, o *EU&* indaga e tem resposta inusitada: “Afinal, a guerra do Iraque daria um romance? ‘A pergunta soa imprudente, como aquela maquiagem do Bush antes de detonar os canhões’, avalia a poeta Adélia Prado¹²¹”, que diz que “o escritor que honra esse nome não precisa de um ‘grande tema’ para escrever. (...) A questão, portanto, não termina na guerra, mas em nossa maneira de olhá-la”.

Desta forma, a avaliação que o *EU&* faz da mídia dentro deste grande tema sobre as “perspectivas comunicacionais”, revela-se no aprofundamento das discussões que resultam na responsabilidade do jornalismo durante a cobertura de guerra. Os valores predominantes nas abordagens, como a isenção, a luta pela autonomia jornalística, a busca pela imparcialidade possível, a reflexão sobre o jornalismo engajado, sobre a estratégia do “*embedding*” associada aos recursos tecnológicos contrapostos à verdade, entre tantos outros, denotam que o suplemento se dispôs a debater estas questões.

Também se deduz que o estilo bem cuidado das matérias, os enfoques abrangentes, bem como os referenciais internacionais, conferem caráter universalizado ao conteúdo abordado, colocando o leitor em sintonia com o mundo e seus fatos. Por tudo isso, além do exercício literário com vários escritores, a leitura que o *EU&* faz da cobertura de conflitos internacionais, da mesma forma que as matérias sobre Economia, constituem-se numa abordagem cultural que se revela como estratégia para acúmulo de conhecimento e capital cultural e simbólico.

¹²¹ *EU&* - Adélia Prado - autora de “Bagagem”

PARTE III

PERSPECTIVA DA SAÚDE

O terceiro grande tema a ser analisado refere-se ao campo da saúde, que deu origem a capa de duas edições, com um total de seis reportagens (tabela 7) e aborda o quadro mais geral em que se encontra a área e uma, mais específica, sobre bipolaridade. A análise mostra a inquietação do suplemento em debater temática relevante a fim de possibilitar que o leitor se aproprie de novos ou de atualizados conhecimentos e venha a construir sua própria opinião sobre aquele campo, prospectando nos referenciais externos e no conteúdo universalizado as diretrizes para isso. Trata-se de material cultural em consonância com a concepção de cultura adotada para esta pesquisa, uma vez que os assuntos abordados de forma contextualizada representam o incremento do capital cultural e simbólico do leitor.

Tabela 7 – Perspectiva da saúde

Data	Nº	Título / Linha-fina
18, 19, 20 Jul/2003	150	1. A saúde na sala de emergência Fórum procura saída para o setor, pressionado pelo excesso de médicos e a falta de infraestrutura.
		2. Diagnósticos desconhecidos
		3. Paciente europeu e americano na Índia
13, 14, 15 Jun/2008		4. A nação bipolar Até o fim do mês psiquiatras de todo o mundo participam de uma pesquisa que produzirá novos subsídios para o melhor conhecimento das dificuldades enfrentadas no tratamento de transtornos bipolares. O levantamento, apoiado pela Sociedade Internacional de Transtornos Bipolares, é parte de um esforço contínuo, empreendido nos meios psiquiátricos, para se desenvolverem formas mais efetivas de lidar com a doença, amplamente disseminada e ainda sujeita a controvérsias já a partir do diagnóstico
		5. Velho lítio mantém popularidade
		6. Controvérsia num mercado de US\$ 15 bilhões

Panorama geral

1. Diagnóstico da saúde

1.1. Os males da saúde

A capa da edição nº 150 tem como título “Os males da saúde” com a frase: “Fórum busca solução para excesso de médicos no mercado, endividamento do setor e a queda na

qualidade do atendimento”, mas nas páginas internas a respectiva reportagem recebeu o



título “A saúde na sala de emergência”¹²² e está assinada por Robinson Borges.

O gancho jornalístico, conforme indicado pela linha-fina na capa e na matéria é a realização do Fórum do Ministério da Saúde, do qual participam 59 entidades, para diagnosticar os problemas e encontrar soluções e que ocorre em três etapas, uma em junho e a segunda marcada para setembro de 2003. Quanto à terceira, não há indicação de data.

O *EU&* traduz toda a complexidade que envolve a área da saúde no país,

delineia o mapa detalhado dos problemas essenciais deste campo, o que reforça uma das características da publicação: traçar panoramas sobre as temáticas abordadas com aprofundamento e com fundamentação, evitando a superficialidade. Também, entre os atributos do suplemento encontra-se a prática de fugir da abordagem convencional tanto na forma quanto no conteúdo, como é possível verificar já na abertura da matéria –e que se repete no decorrer do texto– ao utilizar a analogia com o setor, por meio de várias metáforas e desenhar com nitidez o cenário intrincado dos serviços médicos:

O sistema de saúde no Brasil está na *UTI* e os últimos *boletins médicos* apontam uma possível *falência múltipla dos órgãos* do setor, se não forem tomadas *medidas de emergência*. São vários os *sintomas* que indicam o *estágio avançado* da crise, que tem se *espalhado como uma infecção generalizada* pelo ensino superior de medicina, mercado de trabalho, operadoras de planos de saúde, o SUS, recursos tecnológicos e pacientes. As principais reclamações são o *inchaço* do mercado de trabalho; a *dilatação* das escolas médicas; o excedente de hospitais e profissionais nos centros –e *profunda anemia* em áreas periféricas do país–; a baixa remuneração dos profissionais; a briga entre os prestadores de serviço, operadoras e médicos por não haver reajuste, e a elevação dos custos para as próprias operadoras. (grifos meus)

Praticamente a essência da matéria está resumida no fragmento acima, mas o aprofundamento da temática se constroi ao longo da reportagem que abarca em detalhes a

¹²² “A saúde na sala de emergência” - *EU&* nº 150, de 18, 19 e 20/jul/2003, p.10-13

diversidade dos aspectos envolvidos. O suplemento aponta, por meio do depoimento de uma das fontes, que o problema reside no fato de que “a grande massa da população não tem acesso aos serviços de qualidade”, conforme observa Reynaldo Brandt¹²³. A inclusão deste depoimento permite inferir que o *EU&*, não procura apenas esboçar panoramas com finalidade de municiar o leitor com possibilidades de bons negócios, mas também toca num aspecto premente da sociedade brasileira contemporânea que atinge milhões de pessoas.

Similar à estrutura argumentativa do material referente à economia, o *EU&* mantém a prática de utilizar dados para comprovar suas afirmações como é o caso de indicar que apenas 5% dos brasileiros têm acesso aos centros de excelência, e ainda que no Brasil só “25% da população têm acesso ao sistema complementar de saúde (convênio/seguro). Setenta e cinco por cento, portanto, dependem do SUS. Mas desde 1999, o setor privado enfrenta uma queda total de seis milhões de conveniados”.

O *EU&* reconhece a problemática da atualização tecnológica ao mencionar que um dos entraves do sistema reside, de acordo com a avaliação das operadoras de serviço, “na obsolescência rápida [dos equipamentos], com vida útil de no máximo cinco anos, o que impede a devolução dos aparelhos para o fabricante”, em caso de não se conseguir pagar as prestações. Isto é, a questão ganha amplitude reflexiva ao ser colocada como tendo parte das raízes em uma das características principais da modernidade que atinge também outras áreas, mas que é sentida de forma mais dramática num setor que lida com a vida das pessoas.

Também informa que a proposta do governo para a questão é “criar uma câmara de regulação de cooperação tecnológica para discutir os vazios assistenciais e o custo-benefício de novos equipamentos” e que, segundo Fausto Pereira dos Santos¹²⁴, “a política atual é fortalecer o Sistema Único para garantir a universalidade, a integralidade e a equidade da saúde. Este é um dever do Estado”. Assim, o caderno ao divulgar a proposta e a visão do governo permite a interpretação de que valida o discurso oficial. Entretanto, com o emprego de dados comparativos fornecidos pela Anahp e associados ao PIB brasileiro e norte-americano, o *EU&* proporciona ao leitor a noção exata de quanto o investimento do governo ainda tem que avançar para um serviço público de qualidade. Ao fornecer elementos de um referencial externo ao país, possibilita uma macrovisão da situação:

Segundo estimativas de 2000, feitas pela Anah, o sistema de saúde é responsável por 6,5% do Produto Interno Bruto (PIB) do Brasil. São R\$ 30 bilhões do serviço público e R\$ 28 bilhões do privado. Nos Estados

¹²³ *EU&* - Reynaldo Brandt - presidente do Conselho Deliberativo do Hospital Albert Einstein e da Associação Nacional de Hospitais Privados (Anahp)

¹²⁴ *EU&* - Fausto Pereira dos Santos - diretor de Regulação, Avaliação e Controle do Ministério da Saúde

Unidos, esse valor é equivalente a 13% do PIB (US\$ 1 trilhão). Ou seja: o Brasil gasta apenas 2% do que os americanos desembolsam para o segmento.

O texto retoma a metáfora inicial ao afirmar que, para levar adiante a perspectiva de uma “*medicina holística* –aquela em que tudo funciona de forma equilibrada e sistêmica– o Ministério da Saúde promoveu uma ‘*junta médica*’ num fórum para *diagnosticar* os problemas e encontrar *terapias* adequadas para que o setor se *recupere* e alcance o grau *salutar de sobrevivência*”. Portanto, esta preocupação em tornar o texto mais prazeroso sem perder a seriedade constitui-se num mecanismo estilístico com bom resultado.

Novamente identifica-se no fragmento acima, certa aproximação com o discurso oficial contraposta à visão, reproduzida a seguir, do setor privado ao registrar que as discussões no Fórum têm como ponto de partida a formação dos profissionais: “‘O maior problema é que em alguns locais do país há quatro vezes o número necessário de profissionais e, em outros, os habitantes estão completamente desprovidos de atendimento. É o mapa da exclusão’, declara o presidente da Anahp”. Diante do impasse quanto ao excedente de profissionais médicos, mais uma vez o suplemento recorre a um referencial externo e cita como exemplo o Canadá, país em que há planejamento da formação e de distribuição dos médicos. Em seguida, contrapõe o cenário nacional quanto ao ensino da medicina com o do modelo canadense:

O Brasil, por outro lado, soma 119 instituições de ensino, que registram cerca de 11 mil matriculados no primeiro ano da faculdade, concentrados nas regiões mais abastadas do país. Este número tem promovido a inflação no mercado de trabalho, que tem capacidade para apenas 40% desse índice. A recomendação da Organização Mundial da Saúde (OMS) é de mil habitantes por médico. No país, entretanto, a média é de 680 habitantes por médico e, em alguns centros chega a 250 habitantes por médico. Esse é o caso de São Paulo.

Entretanto, o *EU&* não se limita apenas a mencionar os dados sobre o quadro nacional, mas faz conexões com as prováveis causas da problemática atual do ensino superior, por meio da declaração de Adriano Matheis Londres¹²⁵: “Vinte e seis destas escolas foram criadas no país em apenas sete anos. Isso leva à destruição da medicina e uma oferta de profissionais excedentes, nivelando o preço dos serviços por baixo”. E, novamente, volta a utilizar a metáfora médica ao citar que para muitos especialistas, “a melhor medicação é acabar com o derrame de novas escolas. Isto é: em primeiro lugar seria preciso impedir que cursos de

¹²⁵ *EU&* - Adriano Matheis Londres - vice-presidente da Anahp

medicina sejam criados. Depois, fiscalizar rigorosamente as faculdades existentes e, por fim, fechar as que não estão em condições de funcionamento”.

O *EU&*, se não cobra das autoridades novos critérios para a autorização de novos cursos de medicina, pelo menos difunde essa necessidade, por meio da opinião crítica de Antonio Carlos Cunha¹²⁶: “Abrir faculdade não é como abrir padaria. Mesmo assim, neste ano, mais duas instituições vão funcionar: a Uninove e a Universidade da Cidade (Unicid), ambas em São Paulo, onde não há inserção social para elas’, afirma”. Em seguida, informa o leitor sobre o procedimento para a abertura de uma instituição de ensino de medicina¹²⁷. E mais uma vez recorre a referências internacionais ao expor que, o problema de excedente de médicos nos EUA e no Canadá foi solucionado no início do século passado de 1904 a 1910 quando o professor Abraham Flexner fez um estudo e constatou que eram 160 instituições para 93 milhões de habitantes; no período de 1910 a 1933 foram fechadas 94 e os EUA e o Canadá passaram a ter 66 faculdades de medicina cada.

Pelo fato de dialogar com o leitor sobre carreira, é possível identificar a preocupação do *EU&* em fornecer, embora não em detalhes, elementos sobre a mudança de profissional-liberal para profissional com vínculo (planos de saúde e setor público) dos médicos brasileiros. Também assinala, por meio da declaração de Brandt, que a medicina deixou de ser profissão diferenciada: “Tanto assim que havia médicos no concurso de garis no Rio”.

Para finalizar, o *EU&* opta por alertar para outro problema: o dos custos médicos gerados pela formação de especialistas em maior número do que a de médicos de clínica geral, o que leva à solicitação de elevado número de exames para diagnosticar. O suplemento divulga que esse custo só vai reduzir quando o clínico geral for o primeiro a ser consultado, mas que as faculdades não têm modelo pedagógico para formar um bom clínico geral.

1.2. Diagnósticos desencontrados

A segunda matéria, também de Robinson Borges, recebeu o título “Diagnósticos desencontrados”¹²⁸, pois está estruturada, desde o *lead*, na forma de contraposição das opiniões com relação à controvérsia gerada lei 9.656/98, considerada um divisor de águas nas relações entre operadoras de saúde, consumidores e prestadoras de serviço:

¹²⁶ *EU&* - Antonio Carlos Cunha, professor de Clínica Médica da Universidade Federal de São Paulo (Unifesp)

¹²⁷ *EU&* - Abertura de cursos de medicina: primeiro passa pelo Conselho Nacional de Saúde, depois pela Secretaria de Ensino Superior e, em seguida, pelo Conselho Nacional de Educação

¹²⁸ *EU&* - “Diagnósticos desencontrados” - *EU&* nº 150, de 18, 19 e 20/jul/2003, p.13-14

As mudanças nas regras do jogo, que propõem ampla cobertura e proibição de restrições ao tratamento, porém, não impediram transbordamentos e inundações por movimentações frequentes de alguns dos lados envolvidos na cadeia da saúde. As operadoras reclamam que as restrições impostas são severas demais e inviabilizam o negócio. O governo reitera que é preciso ser rígido e que ainda precisa criar outras normas.

Um sinal de alerta com dupla interpretação é acionado pelo suplemento com o depoimento de Fausto Pereira dos Santos¹²⁹, de que no início do Fórum Nacional de Saúde “o governo disse de forma clara que aquilo que não for consensuado nas três fases, o governo vai chamar para si a responsabilidade de apresentar as propostas que considerar adequadas ao Congresso e à Agência Nacional de Saúde (ANS)”. Como não há informações sobre o contexto em que a afirmação foi feita, pode ter dupla conotação: tentativa de intimidação por parte do governo ao setor privado para procurar o consenso e apresentar propostas para todos os itens; ou que o governo está disposto a definir medidas para as quais o setor privado for incapaz de apresentar propostas.

O *EU&* contrapõe a declaração de João Alceu Amoroso Lima, diretor da Fenaseg¹³⁰, que afirma que o governo precisa compreender “a importância do equilíbrio financeiro e atuarial da saúde privada no Brasil” impossível com a atual legislação e que “as seguradoras devem ser analisadas como operadoras financeiras e não assistenciais”, pois são gestoras de recursos de terceiros. Mas aponta que o impasse envolve também um terceiro segmento, representado pelo Instituto de Defesa do Consumidor (Idec) que se mostra cético sobre a possibilidade de entendimento entre as partes, pois segundo a advogada e coordenadora de campanhas do Idec, Andrea Salazar, “com toda a regulamentação da lei complementar 9.656/98, sempre há brechas e abusos pelas operadoras”. Ela também informa que “os médicos não têm reajuste há oito anos e muitos sofrem pressões para limitar procedimentos. Isso significa restringir o exercício legal de sua profissão”. Portanto, o suplemento descortina para o leitor as dificuldades enfrentadas por todos os segmentos.

Além desta situação controversa, o *EU&* esclarece que há, ainda, o problema de envolver 23 milhões de pessoas, ou seja, 65% dos usuários de planos de saúde têm contrato anterior à lei vigente desde 1999 que não inclui tratamentos como aids, câncer, hemodiálise, transplantes e problemas de saúde mental. Entre os pontos polêmicos apontados estão a possibilidade de o usuário poder trocar de operadora mantendo as carências e a redução nas

¹²⁹ Fausto Pereira dos Santos, diretor de Regulação, Avaliação e Controle do Ministério da Saúde

¹³⁰ Fenaseg – (Federação Nacional das Seguradoras) – representa 11 seguradoras de saúde

diferenças de preços entre faixas etárias nos planos de saúde. Portanto, o caderno dimensiona a situação que abarca o usuário e que confirma a pertinência do título nos trechos a seguir:

Na visão de Lima [Fenaseg], o governo confunde os princípios do Sistema Único de Saúde (SUS), um dever do Estado, com o papel das operadoras. “É o SUS que deve ser regido pela universalidade, integralidade e equidade. Essa base não se aplica ao sistema privado”, diz Lima.

Fausto Pereira Santos discorda radicalmente. Para ele, a universalidade é dever do Estado e não do mercado e o que o governo cobra é a integralidade. “A acusação não procede. Não há transposição de conceitos. Queremos apenas que se aplique o conceito de responsabilidade”, responde Santos.

Enfim, a matéria mantém a estrutura de forma a contrapor os argumentos dos segmentos envolvidos, portanto, pode-se afirmar que mantém o equilíbrio de fonte e possibilita ao leitor conhecer os meandros de uma área enigmática, habilitando a formar sua própria opinião.

1.3. Paciente europeu e americano na Índia

A quarta matéria trata-se de uma reportagem publicada no *Financial Times* traduzida por Sérgio Blum, com o título “Paciente europeu e americano na Índia”¹³¹ sobre os tratamentos médicos naquele país, sobretudo, nas áreas de assistência cardíaca, cirurgia cosmética, substituição de articulações e odontologia. A utilização de material traduzido provém de contrato entre o *Valor* e o *Financial Times*, portanto não descaracteriza a publicação, até porque o modelo do *FT* foi utilizado para a criação do *Valor*. Uma foto de Pedro Cafardo, do *Valor*, ocupa meia página e mostra turistas em frente ao Taj Mahal, com a seguinte legenda: “Um dos cartões-postais da Índia, o imponente Taj Mahal, em Agra: país recebe, além de milhares de turistas em férias, estrangeiros em busca de tratamento médico bom e barato”. A matéria se constitui em referencial internacional para o leitor, a partir das comparações de dados entre EUA, Índia e Reino Unido. O *lead* já transmite a ideia central da matéria:

Índia está divulgando as curas “*high tech*” operadas em seu setor de saúde privado como uma atração turística. O governo espera fomentar uma florescente atividade comercial vinculada ao turismo medicinal, vendendo a estrangeiros a ideia de viajar para a Índia em busca de tratamento de saúde barato, mas com padrão típico de primeiro mundo.

¹³¹ “Paciente europeu e americano na Índia” - *EU&* nº 150, de 18, 19 e 20/jul/2003, p.14-15

O *EU&* reafirma a prática de embasar as afirmações em levantamentos, estudos e pesquisas expõe que, segundo relatório da *McKinsey Consultants* e da Confederação da Indústria Indiana, um novo setor “turístico na área da saúde poderá gerar receitas de US\$2,1 bilhões por volta de 2012” e que a maioria das estimativas prevê custos “em torno de um décimo do preço de tratamentos comparáveis nos Estados Unidos ou Reino Unido”. Não apenas cita as estimativas, mas traz exemplos, para comprovar a afirmação feita: informa que uma cirurgia cardíaca complexa, com internação de 40 dias e passagens aéreas, em um americano de 87 anos, custou US\$ 8 mil contra US\$ 40mil em uma cirurgia bem menos complexa nos EUA. E que um *check-up* em Londres custa US\$ 574 contra US\$ 84 na Índia.

Percebe-se a preocupação em tornar possível ao leitor visualizar a dimensão dos resultados desses empreendimentos na área da saúde, pois informa que se o turismo associado à saúde der certo, a estimativa é atrair US\$ 2,1 bilhões até 2012. Mas destaca que a Índia tem elementos que desfavorecem a meta turística pretendida, como, por exemplo, “a visão dos repletos hospitais públicos do país, dos esgotos mal cheirosos a céu aberto e das ruas cheias de lixo.” A publicação contrapõe o argumento de que dentro dos hospitais privados o ambiente é semelhante ao dos hospitais dos EUA.

Ainda para demonstrar a viabilidade dos planos indianos, o suplemento assinala que há seguradoras que cobrem tratamentos na Índia. Além disso, afirma que há previsão de existirem 12 milhões de indianos fora do país que visitam a Índia e são eles o alvo principal. Por fim encerra dizendo que, apesar de a agência Kalra pretender lançar um pacote de turismo medicinal ainda neste ano, há quem permaneça cético quanto ao potencial do turismo de saúde.

Entre as fontes: Naresh Trechan (diretor executivo do *Escorts Heart Institute e Research Centre*); P.V.R.K. Prasad (direto do Instituto de Desenvolvimento de Recursos Humanos Marri Channa Reddy); Vishal Bari (vice-presidente da *Wockhardt Hospitals*); Hari Prasad (vice-presidente da *Apollo Hospitals*); Deep Kalra (executivo-chefe da agência de viagens makemytrip.com).

Panorama específico

2. Bipolaridade

2.1. Mentres divididas

A edição nº 401 traz na capa o título: “Mentes divididas” e a linha-fina: “Mais eficácia no diagnóstico e no tratamento da bipolaridade. É o que promete pesquisa entre psiquiatras de todo o mundo”. A matéria, de autoria de Marta Barcellos, do Rio de Janeiro, recebeu nas

páginas internas o título: “A nação bipolar”¹³², tem uma das páginas preenchida com fotomontagem, sem crédito, e a linha fina que é, praticamente, um *lead*:

Até o fim do mês psiquiatras de todo o mundo participam de uma pesquisa que produzirá novos subsídios para o melhor conhecimento das dificuldades enfrentadas no tratamento de transtornos bipolares. O levantamento, apoiado pela Sociedade Internacional de Transtornos Bipolares, é parte de um esforço contínuo, empreendido nos meios psiquiátricos, para se desenvolverem formas mais efetivas de lidar com a doença, amplamente disseminada e ainda sujeita a controvérsias já a partir do diagnóstico.

O *EU&* particulariza o problema ao abrir o texto de forma humanizada com a narrativa



do caso de uma advogada sem identificá-la, o que aproxima o leitor da temática desenvolvida, especialmente porque algumas características da advogada coincidem com as que a maioria do público do *Valor* reconhece como qualidades imprescindíveis ao perfil do profissional eficiente no início deste milênio: “Ela é uma bem sucedida advogada na área de fusões e aquisições e mercado de capitais. Criativa, 33 anos, ostenta uma capacidade de trabalho invejável e desejável, especialmente às vésperas de grandes negócios envolvendo

seus clientes”, para em seguida detalhar o drama por ela vivido, conforme fragmentos a seguir:

No entanto, quando começa a ficar “acelerada demais”, M.A. torna-se vigilante do próprio comportamento. Graças à psicoterapia, da linha cognitiva comportamental, ela aprendeu a identificar o início de uma crise de mania –como é chamada a fase de euforia do transtorno bipolar– e pode alertar seu psiquiatra para a eventual necessidade de mudança na medicação. Desde que acertou no tratamento, M.A. evitou as internações do passado –foram duas, além de sessões de eletro choques– e afastou a possibilidade de maiores prejuízos em sua vida pessoal. Apesar do reconhecimento profissional, já fora demitida de um grande escritório de advocacia, durante uma fase de depressão.

¹³² “A nação bipolar” - *EU&* n° 401, de 13, 14 e 15 jun/2008, p.10-13

Por se tratar de matéria de área específica, a abordagem do *EU&* subsidia as afirmações com a opinião das fontes e se revela detalhista, sobretudo quanto à polêmica em torno do risco de banalização do conceito de bipolaridade, por meio da declaração de Valentim Gentil Filho¹³³ ao alertar que “nem toda flutuação de humor chega a ser patológica”.

De forma didática, o suplemento esclarece que há duas linhas de pensamento, com estatísticas diferentes sobre o alcance da doença e que a mais conservadora “reconhece apenas um subtipo do transtorno, além do quadro clássico”¹³⁴, cujos pacientes “chegam a se colocar em perigo durante as crises de mania, fazem compras absurdas, fecham negócios arriscados, tomam atitudes impulsivas em seus relacionamentos, acreditam ter poderes especiais”.

Quanto ao segundo tipo, informa que as crises são menos intensas, chamadas de hipomania e o percentual total de bipolares chegaria a 3%. O caderno destaca, porém, que a controvérsia aumenta quando outras graduações passam a ser consideradas e explica que “partindo do conceito de que existe um ‘espectro bipolar’¹³⁵, as formas diferenciadas de instabilidade de humor fazem a taxa de incidência saltar para até 10%”.

O suplemento concede ao enfoque das reclassificações, tanto da depressão quanto da bipolaridade, explicação detalhada de que os pesquisadores mais conservadores assumem haver erro de diagnóstico em 10% dos pacientes deprimidos (são bipolares) e que, entre os que defendem o espectro, o percentual chega a 50%. Mais uma vez utilizando a associação com referenciais externos, destaca que é importante separar os parâmetros internacionais da quantidade de diagnósticos¹³⁶. Os elementos informativos convencionais predominam sobre os interpretativos, mas nem por isso deixam de ser elucidativos e a carga conotativa é no sentido de chamar a atenção para alguns pontos que passam ao largo do senso comum.

Esse caráter se repete quando o Olavo Pinto explica que “em tempos de competição crescente, uma crise de hipomania não só passa despercebida como até é valorizada socialmente, em ambientes em que aparentar energia e agitação desperta olhares de admiração”. Ou seja, muitas das características valorizadas pelo próprio suplemento para o perfil do empreendedor bem sucedido podem camuflar a doença. Um sinal de alerta é identificado quando o *EU&* pondera que convém não minimizar o quadro médico, pois nas

¹³³ *EU&* - Valentim Gentil Filho - professor e psiquiatria da Universidade de São Paulo (USP)

¹³⁴ O *EU&*, informa que sucessivas pesquisas mostram que o tipo clássico acomete entre 1% e 1,5% da população

¹³⁵ *EU&* - Espectro bipolar –teoria difundida a partir de um estudo publicado pelo médico americano Hagop Akiskal e pelo brasileiro Olavo Pinto

¹³⁶ *EU&* - Diagnósticos feitos - no Brasil, ainda são reduzidos, mas nos EUA são superestimados, banalizando o conceito de bipolaridade e conferindo ao país o rótulo de “Nação Prozac”

pessoas diagnosticadas com o tipo 2, “o índice de suicídios é o mais elevado, chegando a superar os percentuais observados nos bipolares clássicos e nos deprimidos.

Também é possível identificar que o *EU&* reconhece a importância quanto ao desempenho das pesquisas brasileiras na área, quando registra que Beny Lafer¹³⁷, integra o grupo de pesquisadores que escreve as novas diretrizes da *International Society for Bipolar Disorders* (ISBD). Do mesmo modo, quando informa que “o Brasil começa a ganhar destaque como um dos centros de pesquisa globais sobre o assunto e foi escolhido para sediar o congresso internacional da ISBD de 2010, que será realizado em São Paulo”. Oferece esclarecimentos em relação à doença como, por exemplo, sintomas, tempo para ser diagnosticado e que a discussão sobre bipolaridade extrapolou a academia e chegou à internet:

Autora de um blog, M.A. se surpreendeu com a repercussão de um texto que escreveu, no ano passado, falando do seu problema psiquiátrico. O “post” acabou ganhando 347 comentários, muitos deles com desabafos sobre a peregrinação por diferentes antidepressivos e tratamentos. “O espaço dos comentários virou um fórum de discussão, porque as pessoas queriam trocar suas experiências, falar da culpa e do sentimento de fracasso”. Não imaginava que houvesse tanta gente sofrendo, por causa da própria doença ou por conviver com alguém com transtorno bipolar”, diz M.A.

Além de toda a polêmica sobre a doença, o suplemento também alerta para o equívoco recorrente de pessoas que defendem não usar medicação e justificam com a existência de alguns “gênios criativos que supostamente só existiram por que enfrentaram sua doença ‘a seco’, como os escritores Willian Faulkner e Ernest Hemingway”, pois

com a descoberta do carbonato de lítio como estabilizador de humor e a evolução das drogas anticonvulsivantes e antipsicóticas, também utilizadas em casos mistos e específicos, artistas como Van Gogh ou Virginia Wolf apenas teriam vivido mais, devidamente medicados, sem que sua genialidade fosse comprometida.

Uma nova controvérsia aparece no encerramento do texto e que está relacionada à contemporaneidade quando o *EU&* aponta que, “alguns especialistas acreditam que o aumento no número de casos registrados não acontece apenas por consequência dos novos diagnósticos, mas também em função de a doença encontrar, no ritmo de vida moderno, um terreno fértil para se desenvolver”. Isto é, induz a pensar sobre o ritmo de vida de muitos

¹³⁷ *EU&* - Beny Lafer - coordenador do Programa de Transtorno Bipolar do Hospital das Clínicas da Faculdade de Medicina da USP

leitores do *Valor*. O caderno assinala que o psiquiatra Olavo Pinto, príndigo em polémicas, defende uma teoria ainda mais ousada:

“Além da ativação pelo estresse moderno, a doença conta com um fator a mais para se propagar. Os seus gens não se escondem. Ao contrário, se mostram e se reproduzem, porque estão em pessoas mais gregárias e com uma sexualidade mais espontânea. As mulheres bipolares, por exemplo, costumam ser mais interessantes do que as outras”, afirma. Pelo visto, será difícil impedir alguma glamourização do transtorno bipolar.

A reportagem apresenta certa conexão com o público do *Valor* e pode agregar conhecimento para o dia a dia deste leitor, pois, por ser um executivo ou estar em cargos de liderança se relaciona com diversos públicos (subordinados, clientes, fornecedores, autoridades etc) e tem atividade profissional intensa. Também procura desmistificar alguns pontos e por meio de argumentação fundamentada em pesquisa e em especialistas da área traz para o leitor um panorama da doença, com o emprego de referenciais que emergem da mesma temática em outros países.

2.2 . Velho lítio mantém popularidade

“Velho lítio mantém popularidade”¹³⁸ é o título da segunda matéria, não assinada, sobre transtorno bipolar, mas como mantém uma das fontes da matéria anterior, deduz-se que seja da mesma autora. Trata exclusivamente sobre o uso do lítio no tratamento de doenças psicóticas e bipolares, desde a história da descoberta de sua aplicação na medicina. Na abertura da matéria, dois eventos curiosos:

Reza a lenda que durante o Império Romano pacientes com crises de mania e melancolia eram encaminhados para uma estação de águas ricas em lítio, onde a melhora de seu quadro era visível. A história da utilização do elemento químico como estabilizador de humor é tão fantástica que tem direito a episódios delirantes, como o de um médico que, impressionado com os efeitos estabilizantes do lítio, resolveu adicioná-lo à água de distribuição pública, provocando casos de intoxicação na população.

Em seguida o suplemento conta que o uso do lítio chegou a ser inibido por causa de sua toxicidade, mas que “seus benefícios, porém eram tão evidentes que o tratamento acabou se impondo na psiquiatria moderna – resgatando a importância da descoberta feita exatamente 60

¹³⁸ “Velho lítio mantém popularidade” - *EU&* nº 401, de 13, 14 e 15 jun/2008, p.14

anos atrás pelo pesquisador australiano John Cade¹³⁹”, o que reafirma as práticas anteriores de buscar nos episódios históricos e em estudos a fundamentação para o leitor.

Segundo o *EU&*, a descoberta foi esquecida, até 1954 quando o dinamarquês Mogens Schou publicou um estudo sobre o assunto com as dosagens seguras a serem ministradas aos pacientes e efeitos profiláticos. Traz várias informações sobre o produto: que apesar do estudo, até a década de 1970, era o desenvolvimento de ansiolíticos que recebia grandes investimentos da indústria; que o lítio é encontrado na natureza e nunca foi patenteado; que até hoje não recebe a devida importância da mídia, apesar de ser um medicamento barato; que leva a uma remissão completa na maioria dos casos clássicos de transtorno bipolar; que deve ser prescrito por psiquiatras na forma de carbonato e que pouco se tem investido por se tratar de um medicamento de baixo custo em relação a outros produtos.

No Brasil, a Eurofarma, com 95% das vendas, domina o mercado de carbonato de lítio, que nunca foi especialmente disputado pela indústria por causa de seu baixo preço. Enquanto em outros tratamentos psiquiátricos o custo para o paciente pode chegar a R\$ 20 por dia, no caso do lítio, esse custo cai para cerca de R\$ 0,60.

Entretanto, o *EU&* informa que dados da auditoria *Close-Up International* indicam um aumento de prescrições lítio de uma média de 40 mil, em 2005, para 53 mil, em 2008. Com a indicação de que a prescrição de lítio em bipolares tem reduzido a predisposição ao mal de Alzheimer, a Eurofarma prepara um guia prático para os profissionais mais jovens que desconhecem a ação do lítio. Trata-se, portanto de uma matéria eminentemente técnica.

2.3. Controvérsia num mercado de US\$ 15 bilhões

A terceira matéria recebeu o título “Controvérsia num mercado de US\$ 15 bilhões”¹⁴⁰, foi produzida por André Vieira e traz no *lead* um lapso na utilização da expressão “doenças antipsicóticas atípicas”, quando deveria ser ou “doenças psicóticas atípicas”, ou “drogas antipsicóticas”. De qualquer forma, a mensagem principal não é afetada:

Com a mesma intensidade de sua rápida transformação em um dos grandes filões da indústria farmacêutica, movimentando US\$ 15 bilhões em vendas

¹³⁹ John Cade, conforme o *EU&*, em 1948, pesquisou a urina de pacientes com mania, depressão e esquizofrenia e constatou maior toxicidade em relação à de outras pessoas. Imaginou que o fato se relacionava à uréia, resolveu ministrar urato de lítio a porcos. Observou que os animais, embora completamente conscientes, tornavam-se letárgicos e indiferentes. No ano seguinte, o australiano testou o lítio em um paciente de 51 anos e os resultados promissores chegaram a ser publicados em uma revista médica, mas sem maior repercussão.

¹⁴⁰ Controvérsia num mercado de US\$ 15 bilhões” - *EU&* nº 401, de 13, 14 e 15 jun/2008, p.15

em 2007, as drogas para o tratamento de doenças antipsicóticas (sic) atípicas –a segunda geração desse tipo de medicamento– tornaram-se em pouco tempo alvo de polêmicas nos tribunais. Desde a chegada das drogas Risperdal (Janssen), Zyprexa (Eli Lilly) e Seroquel (AstraZeneca) ao mercado, em meados dos anos 1990, os pacientes tiveram, de modo geral, melhora em sua qualidade de vida e redução dos surtos, segundo uma grande parcela de médicos e associações de pacientes.

Com relação às polêmicas nos tribunais, de forma resumida, trata-se da seguinte situação: o Zyprexa desbancou o Prozac, mas surgiram alertas de que o medicamento provocava aumento de peso e, portanto, risco de diabetes; assim que surgiram os primeiros processos, a Lilly fez acordos na Justiça. O *EU&* informa que, por telefone, Tara Riyker¹⁴¹ explica que “o medicamento é seguro e já foi prescrito para mais de 20 milhões de pacientes” e que a empresa fez os acordos para preservar os “acionistas de uma longa batalha na corte”, mas não reconhece o vínculo de mortes por diabetes nos pacientes que tomavam o remédio.

O suplemento também divulga que “há menos de dois anos uma série de reportagens no *The New York Times* revelou documentos com conversas de executivos do laboratório que sabiam dos riscos de desenvolvimento de diabetes nos pacientes, mas que tentaram acobertar para não afetar as vendas da droga”. Segundo o *EU&*, a Lilly refutou e “considerou as informações incompletas e distorcidas” e alega que “pessoas com sérios distúrbios mentais, costumam ter duas a quatro vezes mais chances de desenvolver diabetes”. Uma tabela mostra os dez medicamentos mais vendidos em 2007 no mundo todo, com os respectivos valores dólares e porcentagens de crescimento.

Constata-se que o *EU&* trás à discussão tanto problemas estruturais do sistema público de saúde, aprofundando o debate sobre a área, quanto sobre doenças específicas como a bipolaridade que até bem pouco tempo era tratada de forma velada devido ao preconceito que a sociedade brasileira mantinha, e ainda mantém num certo grau, com relação às doenças mentais.

¹⁴¹ *EU&* - Tara Riyker - gerente global de neurociências da Eli Lilly nos EUA

PARTE IV

PERSPECTIVA POLÍTICA E FILOSÓFICA/ANTROPOLÓGICA

Sob o título de “Perspectiva política e filosófica/antropológica” estão dois grupos que somam oito matérias (tabela 8) abordadas pelo *EU&*: o item “Panorama político” inclui duas edições (145 e 406) uma internacional e outra nacional, respectivamente, que totalizam sete matérias e no item “Panorama filosófico/antropológico” está a edição 412 com uma única matéria sobre “O que é o homem no mundo”. As temáticas das três edições, embora não relacionadas diretamente com cultura têm abordagem ampla e diferenciada. As matérias de política resultam em elementos simbólicos de uma realidade, quase sempre tratada de forma superficial ou rápida, mas que no *EU&* recebe tratamento aprofundado. A matéria sobre filosofia/antropologia se revela num mergulho interior instigante.

Tabela 8 – Perspectiva política e filosófica/antropológica

Data	Nº	Título / Linha-fina
13, 14 e 15 Jun/2003	145	1. A imigração invisível Pesquisador da vida dos brasucas em NY diz que país passou a exportar cidadãos que hoje estão na mira do governo americano.
		2. Endurecimento americano atinge brasileiros
		3. Governo dos EUA fecha o cerco
		4. Brasil acolhedor, mas nem tanto
		5. Comunidade pequena em Paris
		6. A geografia do matrimônio
18, 19 e 20 Jul/2008	406	7. Voto emoção, voto cabeça A decisão do eleitor sempre resultará de um diálogo íntimo entre emoção e razão, instigado e alimentado por motivos que podem escapar facilmente às influências do marketing político.
29, 30 e 31 ago./ 2008	412	8. Entre dois mundos Um manto de incerteza cobre o presente e o futuro da condição humana – um vazio de compreensão da relação entre o mundo estabelecido pela ciência e o mundo de experiência vivida pelo homem.

Panorama político

1. Internacional – imigração brasileira

1.1. A imigração invisível

“Ilegais na mira” é o título da capa da edição 145 do *EU&*, com a linha-fina: “Depois do 11 de setembro, o governo dos EUA endurece leis de imigração e expulsa brasileiros de um grupo que pode chegar a 1 milhão de pessoas” e foi desenvolvido em seis matérias. As

reportagens referentes a esta edição foram classificadas como política internacional, pelo fato de que a situação dos imigrantes deriva das decisões políticas norte-americanas em



represália aos ataques terroristas sofridos pelos EUA.

Nas páginas internas, a reportagem principal, de Jadyr Pavão, recebeu o título “A imigração invisível”¹⁴² e a frase complementar: “Pesquisador da vida dos brasucas em NY diz que país passou a exportar cidadãos que hoje estão na mira do governo americano”. Uma foto de página inteira, sem crédito, mostra um brasileiro algemado seguindo um agente norte-americano, com a legenda: “Agente da patrulha de fronteira (à esq.), acompanha brasileiro preso em abril em

Spofford, New Hampshire, ao tentar entrar ilegalmente no país”.

O gancho jornalístico é o estudo “Brasil fora de si” a ser publicado no segundo semestre de 2003, no Brasil, e em 2004, nos EUA, do historiador José Carlos Sebe Bom Meihy, professor aposentado da USP, que ouviu mais de 600 brasileiros na “capital do mundo”, sobre a vida dura dos brasileiros que tentam a sorte em Nova York. O *lead* traz números assombrosos:

Segundo estimativas extra-oficiais que circulam entre acadêmicos e analistas, haveria hoje entre 3 e 3,5 milhões de brasileiros vivendo fora de casa. No Japão estariam pelo menos 254 mil enquanto nos Estados Unidos, a cifra atingiria 1,5 milhão¹⁴³ de pessoas, sendo que destas cerca de 70% seriam imigrantes ilegais. É possível que uma pequena porção consiga, como se diz, “fazer a América”, mas esta não é a única questão em jogo.

A abordagem da temática da imigração ilegal rendeu seis reportagens com enfoques diferenciados e que no conjunto desenhavam o quadro difícil em que se encontram os milhões de brasileiros que optaram por correr este risco. O *EU&* apresenta certo atrevimento ao explorar uma questão ilegal. As circunstâncias dramáticas destes brasileiros apresentadas pelo suplemento mais que justificam o inventário arriscado e intrincado da situação. A circunstância nebulosa, de acordo com o autor da pesquisa, ocorre porque segundo a reportagem “essa

¹⁴² A imigração invisível” - *EU&* nº 145, de 13, 14 e 15/ jun/2003, p.10-11

¹⁴³ A reportagem informa que para o Itamaraty são cerca de 800 mil brasileiros nos EUA

imigração ainda não foi identificada e devidamente reconhecida por autoridades e analistas. Não que ela não produza barulho e sofrimento. Ao contrário, os relatos reunidos pelo professor estão repletos de descrições de dificuldades, superação e até tragédias”.

O descaso do governo brasileiro com relação à questão é registrado pelo *EU&* com a declaração de Sebe, de que “os governos brasileiros não têm estabelecido uma política que dê visibilidade ao caso” e que “a exceção foi a ‘Carta aos brasileiros fora do Brasil’, apresentada pelo então candidato Luís Inácio Lula da Silva em 2002”, na qual segundo Sebe, o atual presidente reconhecia o problema.

O conteúdo também revela, por meio do estudo, que houve uma “mudança de perfil dos brasucas que partem para os EUA. Antes, nos anos 1970 e 1980, saíam do Brasil, pessoas das classes alta e média, em busca de estágios, contratos de trabalho ou aperfeiçoamento de inglês” e acrescenta que mais recentemente “as classes mais baixas passaram a se lançar à aventura, ‘muitas vezes são pessoas que nunca tinham saído de suas cidades (...) e que precisam resolver problemas econômicos permanentes’, diz ele”. Portanto, esta informação indica uma mudança na cultura migratória, consistindo num novo cenário da movimentação dos brasileiros, especialmente com destino aos EUA.

O suplemento se mostra sensível quanto à realidade revelada pelo estudo, ao apontar que a vida tem sido difícil para os brasileiros em NY: “os imigrantes se submetem a atividades braçais, por vezes humilhantes, sem contrapartida senão a remuneração que lhes garante a sobrevivência e possibilite um mínimo de consumo”. Da mesma forma, ao revelar que outra restrição enfrentada é a do convívio social, pois “dada à total precariedade de recursos, eles pouco se integram aos círculos de americanos ou mesmo de brasileiros” e acrescenta: “uma cena especialmente dramática é a solidão”. O tratamento textual tem traços emblemáticos da situação, ganha sensibilidade e humanização por meio do relato de vários casos de dramas pessoais que reafirmam a gravidade do cenário, conforme alguns fragmentos a seguir:

- Muitos nem aprendem o idioma: “É o caso do engraxate Alexandre Xezar, de 27 anos. A única frase que ele dirige a seus fregueses é *‘I don’t speak english’* (não falo inglês).”
- Vítimas de furtos: “A carioca Zoe de 29 anos, recém-chegada a Nova York e sem plano de sobrevivência, topou nas ruas de Manhattan com um brasileiro. Depois de levá-la para casa, o matuto prometeu trabalho e sumiu com o passaporte da moça por um ano. Zoe teve todo tipo de problema.”
- Mulheres: (a) Domésticas: salário de R\$ 1 mil a R\$ 1,5 mil – “...têm o horário e atividades rigidamente vigiados. Até mesmo folgas e saídas noturnas controladas”. (a)

“Há ainda as go-go-girls, jovens que começam como dançarinas de boates e acabam no submundo da prostituição e drogas.”

Entretanto o suplemento também deixa transparecer que há exemplos de outras histórias de vida e que apesar de todos os problemas muitos imigrantes se fixam por causa de dois tipos de compromissos: (a) os filhos passam a estabelecer laços afetivos (escola) ou (b) um membro da família vai, se estabelece e depois outros o seguem. A situação vem mudando desde o 11 de setembro, segundo o *EU&*, pois “com os ataques terroristas, imigrantes se tornaram alvo das autoridades americanas” e cita que a primeira medida restritiva foi a redução do visto de 30 dias para todos os turistas (não só brasileiros) e passado o prazo muitos turistas também se tornam ilegais. Para encerrar, o suplemento recorre de forma sutil a uma prática cultural no Brasil que ficou caracterizada como “jeitinho brasileiro” ao explicar que alguns chegam a New York, mas têm ido para cidades médias, como Atlanta: “Mais uma vez os brasileiros driblam as dificuldades que encontram pelo caminho.”

1.2. Endurecimento americano atinge brasileiros

A segunda matéria a explorar a temática da imigração nos EUA é de Tatiana Bautzer e Ivana Moreira (de Washington e Belo Horizonte), com a colaboração de Cristina R. Durán e recebeu o título “Endurecimento americano atinge brasileiros”¹⁴⁴ O *lead* já indica a dramaticidade da situação e o clima tenso que envolve os ilegais:

“a Embaixada brasileira em Washington deve se reunir nos próximos dias com o Departamento de Estado para tratar do crescente número de brasileiros deportados dos Estados Unidos. Como consequência dos ataques de 11 de setembro ao World Trade Center (WTC) e da guerra contra o Iraque, o serviço de imigração americano endureceu e dificulta a permanência de imigrantes ilegais de diversas nacionalidades em seu território – a situação é pior para os países da “lista negra” dos EUA, como Paquistão e Iraque. Alguns dos terroristas que atacaram o WTC, estavam em situação ilegal e provocaram uma caça às bruxas nos serviços de imigração”.

Para oferecer ao leitor a dimensão do problema, o *EU&* assinala que as estimativas indicam que a comunidade brasileira nos EUA é de mais de 1 milhão de pessoas, concentrada em Nova York, Boston e Miami. Também esclarece que o Departamento de Segurança Nacional determinou maior rigor na concessão dos vistos e que será implantado um controle, até o início de 2004, para informar a saída dos visitantes no país.

¹⁴⁴ “Endurecimento americano atinge brasileiros” - *EU&* nº 145, de 13, 14 e 15/ jun/2003, p.12-13

Parte da complexidade da situação é exposta ao mostrar que há um mês o Brasil conseguiu impedir a deportação de 260 brasileiros ilegais do Texas; outros 240 aguardam presos, a audiência judicial; que no ano passado, 2.500 brasileiros foram deportados e que o número de brasileiros presos na fronteira estava aumentando. A abordagem não fica restrita aos dramas vividos pelos imigrantes, mas também inclui os dos familiares que ficaram no Brasil e a informação de que a população de Governador Valadares, “cidade mineira famosa pelo grande número¹⁴⁵ de emigrantes residentes nos Estados Unidos, vive dias de angústia desde que a imigração americana colocou em prática essa operação. Entre os brasileiros detidos foram identificados vários valadarenses”.

Assim, é por meio da explicação humanizada que o leitor do *EU&* toma conhecimento da instabilidade emocional dos familiares, ao informar que eles não têm a quem recorrer, pois temem pedir ajuda à polícia e aos coiotos¹⁴⁶ (à PF pelo receio de que ao perseguir os falsificadores de passaportes e de vistos, os parentes imigrantes sejam atingidos; aos “coiotos”, por causa da cobrança de dívidas a serem pagas uma parte no Brasil e o restante depois de estarem empregados nos EUA).

O *EU&* recorre a elementos econômicos de modo a reafirmar o vínculo dialógico com o leitor do *Valor*: “O dinheiro dos valadarenses que trabalham nos EUA, a maior parte na clandestinidade, movimenta a economia da cidade”. E acrescenta: “Os ‘valadólares’ representam, de acordo com a associação comercial da cidade, a entrada de US\$ 1 milhão por mês. O dinheiro aquece setores como a construção civil e o varejo de automóveis”.

A situação de brasileiros com visto, mas que estão irregulares por estarem há mais tempo do que o permitido também é relatada pelo suplemento com a indicação de que “de acordo com informações divulgadas pelo serviço de imigração americano, Minas é o Estado de origem da maioria dos imigrantes brasileiros nos EUA”.

Mantendo a prática de contrapor opiniões, o *EU&* registra que a antropóloga Margolis Máxime, autora do livro “*Little Brazil: Imigrantes Brasileiros em Nova York*” diz que há um exagero, pois “a economia americana precisa dos imigrantes, principalmente dos ilegais, que trabalham por menos dinheiro, não têm poder e nem condições de reclamar”. Da mesma forma, assinala a opinião de Jeffrey Lesser¹⁴⁷: “O endurecimento da imigração

¹⁴⁵ O *EU&* - estima-se que 30 mil dos 250 mil moradores de Governador Valadares estejam nos EUA

¹⁴⁶ Coiotos – o *EU&* explica que são agentes que trabalham da clandestinidade para facilitar a entrada de imigrantes nos EUA

¹⁴⁷ *EU&* - Jeffrey Lesser - diretor do programa de Estudos da América Latina e do Caribe, na *Emory University*, em Atlanta

provocado pelos atentados de 11 de setembro não continuará por muito tempo. A economia americana não vai aguentar jogar fora tanta mão de obra”.

Entre as fontes constantes na matéria estão: (uma fonte diplomática brasileira não identificada); Moisés Apsan (advogado que tem mais de 6 mil clientes brasileiros em NY); Milton Torres (do consulado em Houston); mãe de um valadarense de 25 anos preso três dias depois de estar nos EUA; a associação comercial de Governador Valadares.

1.3. Governo dos EUA fecha o cerco

A terceira matéria a explorar o tema da imigração para os EUA é uma entrevista, tipo pingue-pongue, com o título “Governo dos EUA fecha o cerco”¹⁴⁸ feita por Angela Pimenta, de Nova York com Fausto Mendes Rocha(42), brasileiro, ex-funcionário do BB e braçal nos EUA e há 15 anos nos EUA. Ele fundou o Centro do Imigrante Brasileiro (CIB), em Randolph, com orçamento de US\$ 250 mil, mantido por meio de contribuições dos 300 membros e de fundações de direitos de imigrantes ilegais brasileiros.

O texto introdutório da entrevista informa que devido ao endurecimento depois do 11 de setembro, Rocha quis voltar, mas a família e o CIB pressionaram e ele decidiu ficar enquanto aguardava julgamento do seu pedido de residência ao governo americano prevista para 2004 e que, ele tanto pode receber o “*green-card*” como ser deportado. Nas respostas de Rocha, percebe-se que a situação piorou. Ele diz que “a vida nunca esteve tão difícil nos EUA”, com pelo menos dois casos de prisões são comunicados por dia ao Centro e que há cerca de 900 brasileiros presos no território americano aguardando deportação. As questões abordam também os tipos de dificuldades mais comuns e que, segundo ele, são a “prisão e a deportação de brasileiros que imigram com passaporte e visto ilegais comprados no Brasil ou no México por US\$ 8 mil” e que quanto aos que já estão há mais tempo no país “a maior dificuldade é a renovação de documentos e o cumprimento dos direitos trabalhistas”. Com relação aos direitos dos empregados legais os quais não se aplicam aos ilegais, ele esclarece que

“Existem vários casos de empresários inescrupulosos do setor da construção civil que expõem os brasileiros a produtos tóxicos, como chumbo contido em casas que estão em reforma. Esses empregados não recebem treinamento nem roupas adequadas para o trabalho. Estatísticas americanas dizem que eles já são vítimas de 12% dos acidentes do trabalho”.

Quando questionado porque imigrantes ilegais não voltam já que a situação é precária, ele explica que “a situação econômica do Brasil é ainda mais difícil para pessoas sem

¹⁴⁸ “Governo dos EUA fecha o cerco” - *EU&* nº 145, de 13, 14 e 15/ jun/2003, p.13-14

formação profissional”. No final da entrevista o *EU&* publica o endereço eletrônico do CIB (www.brazilcenter.org).

1.4. Brasil acolhedor, mas nem tanto

A quarta matéria referente à imigração recebeu o título “Brasil acolhedor, mas nem tanto”¹⁴⁹, elaborada a partir da entrevista feita por Cristina R. Durán com Jeffrey Lesser¹⁵⁰, rompe com a ideia subjacente na cultura brasileira de que o Brasil é uma nação sem preconceito, a partir de dados embasados no estudo do professor:

Conhecido como um país acolhedor, o Brasil não só recebe bem e dá oportunidades aos imigrantes, como também se mistura com eles. Que o confirme a famosa miscigenação brasileira desde os tempos da colônia. Nas entrelinhas da história, no entanto, nem sempre tal convivência foi linear, pacífica e igualitária.

Segundo o *EU&*, Lesser explica que “há uns grupos mais privilegiados do que outros [e] o governo e a elite brasileira deram um certo status para os brancos e, em alguns momentos, alguma preferência aos europeus”. Mas, ele destaca que não se pode afirmar que foi sempre assim. “Ao contrário, houve momentos em que grupos não-europeus receberam status de primeira e os europeus foram maltratados, como os judeus da Europa que, nos anos 30, enfrentaram uma política imigratória contra a sua entrada no Brasil”. Isto é, o *EU&* revela episódios que desconstróem a mentalidade de que a sociedade brasileira tem preconceito apenas com relação aos afrodescendentes e indígenas, temas mais frequentes na abordagem midiática.

A formação étnica brasileira¹⁵¹ é exposta a partir de dados do livro do professor. Lesser diz que “hoje chegamos a uma situação interessante em que não-europeus e não-brancos representam o ideal para o Brasil”, referindo-se aos nipo-brasileiros e que o país “ainda é destino desejável e, de fato, a identidade nacional continua em negociação”.

A matéria, na qual predominam os elementos informativos, por estar num suplemento cultural perde a oportunidade de ampliar a discussão sobre os aspectos culturais que resultaram de toda essa movimentação humana na construção da identidade brasileira tal como se apresenta hoje, exceto no final quando o professor exemplifica: “É o caso dos nipo-

¹⁴⁹ Brasil acolhedor, mas nem tanto” - *EU&* nº 145, de 13, 14 e 15/ jun/2003, p.14

¹⁵⁰ *EU&* - Jeffrey Lesser - autor de “A Negociação da Identidade Nacional – Imigrantes, Minorias e a Luta pela Etnicidade no Brasil” e professor de história e diretor do programa de Estudos da América Latina e do Caribe na *Emory University* em Atlanta (EUA)

¹⁵¹ *EU&* - Entre 1872 e 1949, entraram 4,5 milhões de imigrantes, criando novas identidades étnicas e que os “400 mil árabes, asiáticos e judeus, os chamados ‘não-brancos’ e ‘não-pretos’, puseram em xeque, então as ideias da elite sobre identidade nacional

brasileiros . Observe a propaganda e verá que a imagem deles é usada para dizer que um produto brasileiro é de qualidade”. Não que esta contribuição não esteja presente, mas apenas de forma indireta e rápida.

1.5.Comunidade pequena em Paris

Com o título “Comunidade pequena em Paris”¹⁵², a quarta matéria a explorar a temática de imigração, produzida por Daniela Fernandes, de Paris, a partir de entrevista com Pamela Valente, diretora do documentário “O Brasil em Paris”, tem um viés totalmente diferente dos enfoques das matérias sobre a imigração brasileira para os EUA, pois apresenta uma faceta intelectual do imigrante, conforme o próprio *lead* aponta:

Enquanto muitos brasileiros procuram o “Eldorado” em grandes cidades internacionais, carregando na mala apenas a vontade de trabalhar e ganhar dinheiro, os que se instalam em Paris, pelo menos, uma boa parte deles, quer investir no intelecto. A reputação do sistema educacional francês e de universidades como a Sorbonne atraem estudantes de várias idades que desejam se aperfeiçoar e retornar ao Brasil com um diploma de mestrado ou tese de uma “*université*” parisiense. Há, ainda, professores que participam de intercâmbios. Mas não existem dados precisos sobre a comunidade brasileira residente na França. Muitos não se registram no consulado ou possuem passaporte da União Europeia; outros, são clandestinos.

A matéria permite visualizar o perfil diferenciado do brasileiro que elege a capital francesa para estudar, tentar a sorte ou simplesmente viver por lá. Portanto a mensagem constroi a ideia de um brasileiro que valoriza a formação cultural e intelectual (ou na linguagem de Bourdieu: acumular capital cultural) em detrimento dos objetivos de “fazer fortuna” (acumular capital econômico), mas ambos com a finalidade única de obter reconhecimento social e melhorar a posição social nos seus respectivos campos.

O suplemento assinala que não existem dados precisos desse contingente e o perfil detectado acima é extraído da opinião da jornalista e cineasta Pamela Valente, diretora do documentário “O Brasil em Paris”, apresentado em festivais na França e na Europa e na TV Cultura, “A imigração brasileira em Paris é especial em relação a de outras capitais”.

O *EU&* aponta que além de intelectuais, estudantes e exilados políticos que continuaram vivendo na cidade após a anistia, há músicos e artistas profissionais, que já se apresentavam no Brasil e decidiram entrar numa carreira internacional. E, segundo Pamela, “há ainda os que aprenderam a tocar violão no avião e resolveram trazer o exotismo brasileiro à França, aproveitando a boa reputação da música e da dança brasileiras e da

¹⁵² “Comunidade pequena em Paris” - *EU&* nº 145, de 13, 14 e 15/ jun/2003, p.14-15

capoeira”. Isto revela a possibilidade tanto da disseminação dos elementos culturais brasileiros como a de aprimoramento e transformação do arcabouço de conhecimentos dos imigrantes a partir da integração destes na vida e nos círculos culturais franceses. Esta integração, segundo informa o *EU&*, se processa de forma difusa e “se encontram em shows de artistas brasileiros famosos ou festas organizadas em casas de espetáculos”, pois os imigrantes brasileiros vivem espalhados pela capital francesa, diferente dos chineses que se concentram em bairros específicos.

Percebe-se que o que mais se explora do Brasil são os componentes culturais populares, conforme aponta o *EU&* a partir do documentário de Pamela que mostra “um organizador de ‘noites de gala’ com mulatas de biquíni, demonstrações de forró e capoeira” e que o suplemento resume da seguinte forma: “ela traça um mosaico da comunidade brasileira com personagens temáticos” e diz que “o preconceito dos franceses incide mais sobre os magrebinos (da Argélia, Marrocos e Tunísia)” e que exceto “alguns comentários clichês – como a liberdade sexual no Carnaval ou os travestis, que no passado ocupavam o parque Bois de Bologne– [a] maioria, dos franceses sorri ao descobrir que a pessoa é brasileira”.

1.6. A geografia do matrimônio

A sexta matéria sobre a temática da imigração foi feita por Paulo Braga, de Buenos Aires, com o título “A geografia do matrimônio”¹⁵³ e aborda o perfil do imigrante brasileiro na Argentina, cuja maioria é de mulheres da classe média, conforme comprova o *lead*:

O grande número de turistas argentinos que visitou as praias do país vizinho nas últimas décadas ajudou a desenhar o perfil da comunidade brasileira que vive na região metropolitana de Buenos Aires. As mulheres são 56% do total de brasileiros residentes no país, mas a proporção chega a 63% na Grande Buenos.

Na composição do perfil, há também empresários que chegaram com as companhias que protagonizaram a integração econômica dos parceiros no Mercosul e um “terceiro grupo, de classe média baixa ganha a vida com ‘trabalhos de brasileiros’, como eles dizem, ligados ao ‘exotismo’ de nossa cultura –músicos, bailarinos, capoeiristas– , ou com funções pouco qualificadas como a realização de tarefas domésticas”. Da mesma forma que a matéria anterior, percebe-se a inserção e disseminação da cultura popular brasileira pelo território argentino, resultando na integração cultural como elemento de sociabilidade. O *EU&* ouve a opinião da produtora de TV, Ester Damasio, que afirma que apesar das dificuldades de

¹⁵³ “A geografia do matrimônio”¹⁵³ - *EU&* nº 145, de 13, 14 e 15/ jun/2003, p.15

adaptação, o país tem alto nível cultural: “No Brasil, com meu salário eu não teria sido capaz de dar aos meus filhos uma educação de qualidade, que eles puderam ter gratuitamente aqui”.

Segundo o caderno, a explicação para o número de mulheres brasileiras casadas com homens argentinos ser maior do que o inverso “seria a suposta resistência imposta pelo ritual de conquista típico do país” e fornece como exemplo a declaração de Márcia Braum, que vive há quatro anos com um ex-aluno argentino: “Mesmo que a mulher esteja interessada, até o terceiro convite para um café ou cinema a resposta deve ser não” e que quando um argentino sabe que a mulher é brasileira são mais ousados, principalmente se a mulher é morena ou mulata.

Tanto as uniões entre casais como as férias de verão diminuíram o desconhecimento, em relação ao Brasil, tornando a imagem dos brasileiros mais positiva, pois conforme o antropólogo Alejandro Frigerio¹⁵⁴: “Até os anos 80, o Brasil era um buraco negro desconhecido e o turismo ajudou a mudar isso”. Segundo ele, “a visão do argentino médio em relação ao brasileiro passou do estereótipo do negro subdesenvolvido ao ‘exotismo’, com a valorização de aspectos culturais como a música e a dança”. Informa que, além das viagens turísticas, também ajudaram a mudar a imagem brasileira “a difusão da MPB a partir dos anos 70 –particularmente com Vinícius de Moraes e Toquinho, que ainda hoje são os artistas brasileiros mais conhecidos na Argentina– e o sucesso da animadora Xuxa nos anos 80”. Frigerio diz que o sucesso da cultura brasileira tem como um dos resultados recentes a apropriação pelos cidadãos locais. “Encontrei na música brasileira um veículo de expressão perfeito”, diz o cantor e violonista argentino Beto Caletti, que tem formação erudita e aprendeu a tocar samba em viagens ao Brasil e em um estágio na bateria da escola de samba “Rosas de Ouro”.

Traz informações de que fora das áreas urbanas, os brasileiros vivem na província de Misiones, na fronteira com o Rio Grande do Sul, praticam a agricultura de subsistência. Informa que os dados de 2001 ainda não estão disponíveis, mas que em 1991, os brasileiros representavam 2,1% do total de estrangeiros que viviam na Argentina; entre 1995 e 2000 (3 mil fixaram residência lá), contra 17 mil bolivianos, 16 mil peruanos, 15 mil paraguaios, 7,5 mil chilenos e 4,5 mil uruguaios.

2. Panorama político nacional

2.1. Voto emoção, voto cabeça

“Vota Brasil – Razão e sensibilidade nas urnas” é o título da capa da edição nº 406. Nas páginas internas a reportagem de Cláudia Iziqque, recebeu o título “Voto emoção, voto

¹⁵⁴ EU& - Alejandro Frigerio - autor de um estudo sobre os brasileiros que vivem na Argentina

cabeça”¹⁵⁵, com a seguinte linha-fina: A decisão do eleitor sempre resultará de um diálogo íntimo entre emoção e razão, instigado e alimentado por motivos que podem escapar facilmente às influências do marketing político”.

A reportagem trata do processo de decisão na hora de votar e de como as campanhas



atuam neste processo. O nexos com o passado para entender o presente é característica recorrente nesta matéria como, por exemplo, quando o *EU&* relata que no Brasil, “desde que a lei 4.737, de 15 de julho de 1965 instituiu o horário eleitoral gratuito e levou a campanha para a TV, eles [os marqueteiros] passaram a perscrutar a cabeça dos eleitores (...) com pesquisas de opinião pública”. Ou seja, indica com precisão a data do início das campanhas televisivas, informação mais afeita ao conhecimento de políticos e de profissionais das áreas específicas (políticos,

comunicadores e profissionais de marketing). A profundidade e a sofisticação com que o tema é explorado conferem à reportagem caráter cultural e reflexivo, sob a perspectiva de elucidar uma questão sempre presente nas eleições, mas raramente abordada pelos veículos de comunicação, ou quando abordada, apresenta-se de forma apressada e sem muita profundidade: o que conta para o brasileiro na decisão para votar?

Do mesmo modo que em matérias sobre outros assuntos, o *EU&* mantém nesta reportagem a prática de embasar as afirmações em livros, estudos, pesquisas e na opinião de especialistas que tenham reconhecimento público, ou seja, busca fundamentar o conteúdo abordado por meio de trabalhos e de profissionais relevantes. Também promove conexões com a realidade de outras regiões do planeta, conferindo um caráter de universalidade à abordagem tema. O *lead* é bem claro:

Na mesa de cabeceira de qualquer marqueteiro engajado nas eleições municipais há um livro intitulado “O Cérebro Político: O papel da Emoção na Decisão dos Destinos do País”. Nele, o psicólogo americano Drew Westen, da Universidade de Emory, defende a tese de que a razão e a racionalidade desempenham papel pouco importante na decisão do voto e que é a emoção que prevalece na escolha. Enquanto os republicanos são

¹⁵⁵ “Voto emoção, voto cabeça” - *EU&*, nº 406, de 18, 19 e 20/07/2008, p.4-7

pródigos no uso de palavras e imagens que desencadeiam cascatas de emoções durante uma campanha, os democratas, segundo Westen, acreditam que a mente humana age sem paixão – e por isso acabam perdendo as eleições.

Entretanto, é preciso registrar que o fato de que estabelecer relações com as experiências de outros países não significa que o suplemento as encampe, mas sim que faz o cruzamento, no próprio texto com outras fontes tanto para contestar como para confirmar as informações e opiniões, como se constata com a declaração de Antonio Lavareda¹⁵⁶: “a decisão de voto é resultado de um ‘mix’ de fatores afetivos e racionais que se associam em diferentes proporções e variam de acordo com tendências individuais”. Isto é, raciocínio bem similar à teoria defendida por Westen por método científico e que enfatiza mais a emoção.

O suplemento detalha o processo de pesquisa do psicólogo, o que confere credibilidade ao estudo. Também leva ao conhecimento do público que o Brasil, onde o sistema eleitoral é multipartidário (diferente, portanto, dos Estados Unidos, cujo sistema é bipartidário), as eleições são uma espécie de plebiscito do governo, ou seja, se a economia vai bem e os empregos aumentam, o eleitor tende a aprovar o governante; se as coisas vão mal, é hora de mudar. “É nesse trajeto, acreditam os especialistas, que a intuição dialoga com a razão” Portanto, fica evidente o traço cultural típico do brasileiro, decorrente de vários fatores, entre eles o da falta de politização da população.

Outra opinião que o *EU&* apresenta ao público é a de Jairo Pimentel¹⁵⁷ que contesta a posição radical de Westen: “As emoções são anteriores à cognição dentro do processo de tomada de decisão e os dois sistemas afetivos engendram comportamentos racionais” e acrescenta “o marketing político pode até gerar sentimentos positivos e negativos, mas não consegue manipular o eleitor que já tem predisposição ou já interpretou a realidade”.

Registra ainda a opinião de Jairo Nicolau¹⁵⁸, cuja visão se baseia mais na racionalidade: “O voto tem cálculo e o eleitor faz conta de acordo com o jogo que se arma em cada eleição. (...) Na contabilidade eleitoral, a identificação com legenda pode ter algum peso para menos da metade do eleitorado e, ainda assim, sem garantias de fidelidade”. Apesar do *EU&* não ter entrado nessa questão, caberia ressaltar que a infidelidade partidária não está restrita ao eleitorado, mas faz parte da cultura comum entre os políticos também.

¹⁵⁶ *EU&* - Antonio Lavareda – cientista político e analista de pesquisas, responsável pelo marketing da campanha do prefeito paulistano Gilberto Kassab, candidato a reeleição, tem mais de 20 anos de experiência no ramo

¹⁵⁷ *EU&* - Jairo Pimentel –cientista político e autor da tese “Razão e Emoção no Voto em 2006”

¹⁵⁸ *EU&* - Jairo Nicolau – cientista político do Instituto Universitário de Pesquisa do Rio de Janeiro (Iuperj), da Universidade Cândido Mendes

A partir do ponto de vista de Nicolau, o suplemento atualiza o leitor sobre a situação das legendas no Brasil que reduzem o distanciamento entre si (não mais esquerda e direita, mas um novo centro) e onde há consenso em relação às principais demandas das cidades (transporte, trânsito, educação etc.). E explica que se não há diferença, as campanhas ficam centradas nos “candidatos, no seu carisma, na competência e na confiança que despertam”. Novamente aparece a comparação externa, desta vez com a Europa, onde “todos são a favor da democracia e contra o desmonte do Estado”, conforme esclarece Nicolau.

O *EU&* informa ainda que o candidato que buscar identificação com eleitor como estratégia cometerá um engano e lembra os dois bordões de 1989 do candidato Luiz Inácio da Silva –Trabalhador vota em trabalhador” e “Um brasileiro igualzinho a você”–, que não funcionaram. Esclarece ainda que, apesar de os recursos simbólicos de Duda Mendonça terem sido avalizados em grupos de pesquisas, segundo Alberto Carlos Almeida¹⁵⁹ do Instituto Análise, os eleitores médios consideram seis fatores: “a avaliação dos governos, a identidade dos candidatos, o nível de lembrança, o currículo e o seu potencial de crescimento, somados a sua insensibilidade aos apoios políticos”. Em outras palavras, conforme resume Almeida: “Popularidade e simpatia são intransferíveis”.

A reportagem detalha os fenômenos na eleição Collor (x Lula); as eleições de Fernando Henrique Cardoso (inclusive a reeleição mesmo com a frase infeliz de que “Todo aposentado é vagabundo”) e as de Lula (os respingos do “mensalão”); a derrota de Ciro Gomes, em 2002 (por ter ficado indeciso: se partia para oposição ou situação), depois de estar em segundo lugar nas pesquisas. Em outras palavras, faz um rigoroso mapeamento do quadro das últimas eleições par a Presidência da República no Brasil.

Também analisa o quadro da campanha para a prefeitura de São Paulo que estava em andamento em julho de 2008, cujos candidatos principais eram: Marta Suplicy (31%), Geraldo Alckmin (25%) e Gilberto Kassab (13%, mas a gestão dele à frente da prefeitura da capital tinha 53% de aprovação e o prefeito, um percentual de 37% de “ótimo” e “bom”, portanto em potencial de crescimento). Traz , ainda, a visão¹⁶⁰ que a população tinha dos candidatos na época: Marta Suplicy “defensora dos pobres”, Geraldo Alckmin “inteligente”, Gilberto Kassab “emocionalmente desequilibrado” e Paulo Maluf “o mais corrupto”. Explica que como o horário gratuito convive a programação da TV, as mensagens precisam enquadrar-se no formato de comercial, para ter efeito e “despertar emoções”, mas que ainda

¹⁵⁹ *EU&* - Alberto Carlos Almeida – autor do livro “A Cabeça do Eleitor”

¹⁶⁰ *EU&* - Informações da pesquisa da DataFolha, na semana de 11 de julho de 2008

há tempo para mudar essa avaliação, pois, segundo Lavareda, “Campanha é ciência e arte”. Ele esclarece, ainda, que, nessa altura da campanha,

a principal ferramenta dos marqueteiros são as pesquisas de opinião que lhes permitem identificar o “clima”, a avaliação que eleitores tem dos candidatos e as suas expectativas em relação a mudança. “O momento ‘A’ é diferente do momento ‘B’. A mudança é imponderável e cabe a quem faz campanha ter discernimento para identificar os rumos a serem tomados”, ensina Lavareda. São essas pesquisas que municiam os responsáveis pela campanha com informações sobre o que e como comunicar e indicam os meios mais eficientes.

Para encerrar, o *EU&* volta ao polêmico livro do Westen e assinala que o sucesso está nas informações baseadas na neurociência: “O psicólogo lembra, por exemplo, que as pessoas, ‘de modo inato’, não gostam de assimetrias faciais e que rostos sorridentes ativam partes do cérebro que reforçam felicidade” e destaca que nos EUA essas sugestões podem não ter repercussão.

“Lá, a relação do partido com marketing político é diferente”, compara Eduardo Graeff¹⁶¹ (...). Os consultores e estrategistas dos partidos, ele diz, são engajados e muitos integram o staff do candidato. “Aqui, quem faz campanha são os publicitários e marqueteiros, prestadores de serviço, que nada têm a ver com o partido. “Pior: nossos partidos não ‘brifam’ os marqueteiros”, critica Eduardo Graeff. “Não adianta ter propostas dos melhores especialistas para tudo que é problema social e econômico se falta ao partido e a seus candidatos um núcleo básico de valores pelos quais estejam dispostos a brigar.”

Desta forma, o *EU&* comprova seu vínculo com a contemporaneidade e com o aprofundamento das discussões de todos os temas que aborda, expõe os mecanismos de decisão culturalmente mais utilizados pelo eleitor brasileiro e possibilita compreender um campo bastante complexo para quem não é da área.

Panorama fiolsófico/antropológico

3. Tecnociência e natureza

3.1. O que é o homem no mundo?

¹⁶¹ *EU&* - Eduardo Graeff - cientista político, ocupou a Secretária-Geral da Presidência da República no Governo FHC

A capa da edição 412 traz o título “O que é o homem no mundo?” e a linha-fina “A condição humana definida na relação entre as imposições da tecnociência e as forças da



natureza, da cultura e da história, em texto de Adauto Novaes, especial para o *Valor*”, mas a matéria interna, está intitulada “Entre dois mundos”¹⁶², complementada pela frase “Um manto de incerteza cobre o presente e o futuro da condição humana – um vazio de compreensão da relação entre o mundo estabelecido pela ciência e o mundo de experiência vivida pelo homem”.

Mais uma vez o espaço para produção de pessoas sem vínculo trabalhista com o *Valor* é disponibilizado para o texto de Adauto Novaes, que é professor e jornalista, ex-diretor

por 20 anos do Centro de Estudos e Pesquisas da Fundação Nacional de Arte e que, em 2000, fundou a empresa de produção cultural Artepensamento. Para dar noção da produção intelectual do autor, o suplemento informa que, entre os 18 livros que ele organizou e dos quais também participou como ensaísta, destacam-se “Tempo e História”, “A Crise do Estado-Nação”, “O Homem Máquina”, “Muito Além do Espetáculo” e “O Silêncio dos Intelectuais”.

O gancho jornalístico é o ciclo de conferências “Mutações – A Condição Humana”¹⁶³, em 1º de setembro de 2008, no Rio de Janeiro, Belo Horizonte e São Paulo, com 19 expositores entre os mais conceituados pensadores da atualidade para debater a questão: “O que é o homem no mundo?”. A matéria diz que a questão “O que é humano?” surgida durante o ciclo de conferências “Mutações – Novas Configurações do Mundo”, em 2007, foi provocada por uma verdadeira revolução antropológica –revolução tecnocientífica– que segundo alguns pensadores, tende a levar a uma “desqualificação definitiva” do homem.

¹⁶² “Entre dois mundos” - *EU&* n° 412, de 29, 30 e 31/ago/2008, p.4-9

¹⁶³ Conforme o *EU&*, o ciclo de conferências intitulado “Mutações – A Condição Humana” seria aberto em 1º de setembro de 2008, no Rio de Janeiro, Belo Horizonte, São Paulo e Brasília, e se estenderia até 17 de outubro. Seriam 19 conferências, a cargo de alguns dos mais conceituados pensadores da atualidade – entre eles, Francis Wolff, Renato Lessa, Maria Rita Khel, Sérgio Paulo Rouanet, Francisco de Oliveira, Vladimir Safatle, Luiz Alberto Oliveira, Jean-Pierre Dupuy, Jöelle Proust, Antônio Cícero. Na abertura no Rio, Belo Horizonte e São Paulo seria lançado o livro “Mutações – Novas Configurações do Mundo”, com a íntegra das conferências de 2007.

Não se trata de uma reportagem, mas sim de um quase ensaio profundamente reflexivo que prenuncia o evento intelectual e capacita o leitor a compreender a dimensão dos debates e reflexões que irão ocorrer. A produção do texto muito bem articulada, prima pelas normas cultas do idioma e confere ao conteúdo abordagem de cunho antropológico e filosófico, com referenciais selecionados entre os mais importantes pensadores da atualidade e que, inevitavelmente, leva à reflexão sobre a natureza humana. A essência universalizada do conteúdo transcende as fronteiras da vida cotidiana e reafirma os atributos cosmopolitas do *EU* no sentido de abarcar uma discussão que não está restrita a qualquer espaço geográfico, mas que transcende e obriga o leitor a se voltar para o próprio interior. O autor estrutura o texto em “13 notas para início de discussão” que, para além da estratégia de divulgação do evento, remete a uma instigante reflexão. Abaixo estão alguns trechos destas notas que denotam a sofisticação da abordagem e que nem deveria ser apresentada de forma tão mutilada. Mas, como a proposta é um trabalho acadêmico com objetivo bem definido, optou-se nesta pesquisa por selecionar alguns dos trechos mais significativos:

1. Em síntese, o homem é o criador de suas próprias condições de existência, animado por necessidades, desejos e direitos. Pensando assim, pode-se dizer que o destino ético da humanidade está dado: os modernos mostram, por exemplo, que o problema da origem e imputação do mal é deslocado do domínio metafísico e teológico para o domínio da moral: os males de que os homens são capazes são “sua própria obra”. Mais: não é o homem isolado que é responsável, mas a sociedade humana. (...) A antropologia sempre nos disse que, apesar das diferenças, todos os homens são iguais, o que nos permite ver o mundo com menos estranhamento, menos radicalmente diferente de nós mesmos. [Mas com o grande avanço da biotecnologia, o que dizer] de novos seres criados em laboratórios, os cyborgs, os híbridos biotônicos, à inteligência artificial equiparada à dos humanos, em síntese, diante de transumanos? (cita Aristóteles e Kojève)
2. Com o advento da revolução tecnocientífica, a interação entre o homem e o mundo ganhou outros contornos, sem que nos déssemos conta da mutação: “De repente, viramos e o mundo inteiro mudou de rosto”, escreveu Péguy, o que nos induz a pensar que entramos no novo mundo de costas. Quando conseguimos virar a cabeça, vemos um rosto tão desconhecido pelas inúmeras e impressionantes mudanças que tudo se mostra quase impenetrável, tornando difícil discernir qualquer imagem do humano.
3. Cientistas e pensadores identificam três áreas que afetam de maneira radical a natureza humana: a hipercomputação, a biotecnologia e a neurociência. Percepções de espaço e tempo são alteradas da mesma maneira que o próprio corpo. Revolução antropológica e metafísica, como quer o filósofo Jean Baudrillard com a “inauguração de um mundo sem homem... e o desaparecimento do sujeito, seja do poder, do saber ou da história” (...).
A conclusão de Merleau-Ponty no ensaio “O metafísico no Homem” define bem nossa condição, hoje: “Uma ciência sem filosofia não saberia dizer

literalmente do que fala; uma filosofia sem exploração metódica dos fenômenos só chegaria a verdades formais, isto é, a erros”.

Os fundamentos do humano

4. O pensamento rigoroso nos ensina que o homem não se define apenas pela ação política, que não é senão parte do ser. Há também o corpo e seus desejos, sujeito-objeto que participa do mundo e se opõe a todas as coisas do mundo, vínculo e ao mesmo tempo fissura entre o eu e o mundo, “entre o ser e o não-ser”. A realidade humana é feita, portanto, de desejos sempre renovados. Esta é a grande contribuição da relação consciência-inconsciente (...). O que há de peculiar entre nós, hoje, é que a superação das repetições – ou seja, as transformações da conservação – é muito rápida e talvez independente da nossa vontade e desejo e sem que possamos pensar essa passagem.
5. Pensar a civilização tecnocientífica significa pensar também a nova condição humana, aquilo que nos lança em direção a nós e contra nós – pôr em discussão não apenas as necessidades artificiais, mas também a origem dos problemas criados pelo próprio espírito (...).
Em síntese, tornamo-nos verdadeiramente humanos quando criamos o mundo das “coisas vagas”, entendendo por “coisas vagas” o mundo das artes, da política, do imaginário, da literatura etc., momento em que saímos de nós para entrar em nós.

Visão trágica do humano

6. No prefácio de “A Crise da Cultura”, Hannah Arendt tem uma definição precisa do que acontece. Vivemos, diz ela, uma cisão entre o passado e o futuro, “intervalo no tempo que é inteiramente determinado por coisas que não mais existem e por coisas que não existem ainda (...)”.
Se o mundo moderno foi a abertura de fronteiras em todos os sentidos, um florescimento em todas as áreas, nossa condição, hoje, é feita no vazio do pensamento, em uma enorme ausência de paradigmas. A pergunta mais radical que se põe é se o mundo moderno, tal como construído pelo homem, pode ainda ser compreendido no seu conjunto pelo próprio homem ao fim de uma trajetória com resultados tão obscuros e enigmáticos, como insinua Baudrillard.
7. Somos herdeiros de uma primeira revolução científica e de certa racionalidade. Lemos, por exemplo, em uma das passagens de Descartes: “As sementes das ciências estão em nós.” Por mais paradoxal que possa parecer, ao lermos esse axioma tendemos a pensar que o espírito ganha uma dimensão infinita, abstração ideal materializada nas idéias de movimento e progresso, enquanto o homem perde a sua potência para “reinventar um universo finito”. (...) Koyré prossegue: “Se tudo é possível é por que nada é verdadeiro. E se nada é certo, apenas o erro é certo”, e pouco a pouco a dúvida se estabelece. É nesse momento de incerteza que se procura resposta às questões: O que é o humano? Quem somos? Onde estamos? Para onde vamos?
8. O humano é constituído da idéia de experiência, não no sentido matemático e técnico apenas. Isto é, experiência são atos conscientes, que permitem separar e articular meios e fins. Talvez uma das idéias mais precisas seja a de Merleau-Ponty: “O ser é o que exige de nós criação, para que dele tenhamos experiência.” (...) Quando Paul Valéry escreve que é preciso interessar os espíritos pelo destino do espírito, ele deixa claro, no ensaio

sobre a liberdade do espírito, que é a relação do homem com o mundo que está posta em questão: verdades estão quase mortas, valores em baixa, esperanças e crenças arruinadas, inclusive a confiança no espírito, confiança que era o fundamento da vida.

9. Valéry não está sozinho nessa visão trágica da civilização ocidental Nietzsche, e em seguida Spengler, Kraus, Musil, Wittgenstein e Heidegger (por diferentes análises) caminham no mesmo sentido: no fundo, a crítica da civilização dominada pela ciência e técnica.

(...) Assim, o ser do homem estende-se para além de todas as antigas fronteiras, o infinito muda de sentido, para tornar-se uma realidade antropológica. Essa mudança axiológica em referência ao poder humano de estabelecer valores – escreve Eugen Fink – “rompe os limites estreitos dos quais se tinha a compreensão do homem por ele mesmo, mas, assim liberado de seus entraves, o homem perde os contornos da finitude. Não seria uma vaidosa pretensão do seu ser querer ser todas as coisas, pretender ser criador de todo o universo de significações culturais?”

10. Hoje, também o trabalho do espírito passa por grande mutação. (...)

O comentário do filósofo Eduard Gaèd no seu *“Nietzsche et Valéry – Essai sur la Comédie de l’Esprit”* parece certo: quando, para caracterizar a época contemporânea, “Valéry põe em evidência a desordem, a incoerência, a imprevisibilidade, que a dominam, ele sabe que essa desordem não decorre das ficções, dos mitos e dos ídolos, mas daquilo que o espírito produziu de mais racional (...) Enquanto a precisão científica entrou, pouco a pouco, no comércio do homem com a natureza, ‘as relações do homem com o homem permaneceram dominadas por um empirismo detestável’”.

11. Sobre o desaparecimento do indivíduo com o aperfeiçoamento das estruturas coletivas nas quais ele está enredado, diz Gaède: “A civilização, amparando-se nas próprias ações, reconhecendo e explorando racionalmente seus recursos – agindo de maneira metódica – deixa sempre menos espaço à pessoa e tende a suprimi-la. Assim, ele trabalha para destruir aquilo mesmo que constitui sua substância vital e que, por uma espécie de criação contínua, a mantém no ser: ela tende, pois, a se abolir a si mesma. É o mesmo movimento de autodestruição que, no espírito do homem, abole as idéias”. Dir-se-ia que o espírito, incapaz que foi de compreender o futuro do mundo, conseguiu imprimir no mundo as leis de seu próprio futuro.

12. Hoje, portanto, são muitas determinações que põem em causa o homem. Lembremos do que disse Kraus, para quem o advento da ciência e da técnica é o provável começo do fim da humanidade: “... no fim de tudo, há uma humanidade morta deitada ao lado de obras que custaram tanto espírito para serem inventadas, mas nenhum espírito restou para utilizá-las. Fomos muito complicados para construir a máquina e somos muito primitivos para nos servirmos dela”, escreve ele no famoso texto chamado “Apocalipse”.

A caminho do pós-humano?

13. Um fragmento do livro “Condição do Homem Moderno”, de Hannah Arendt, impressiona pela proximidade do que escreveu Kraus e pela condição trágica do nosso tempo: “É possível que nós, criaturas terrestres que começamos a agir como habitantes do universo, não sejamos mais capazes de compreender, ou seja, de pensar e de exprimir as coisas que, no

entanto, somos capazes de fazer. Nesse caso, tudo se passaria como se nosso cérebro, que constitui a condição material, física de nossos pensamentos, não pudesse mais acompanhar o que fazemos, de modo que, teríamos realmente necessidade de máquinas para pensar e para falar em nosso lugar.”

Como é possível verificar, de superficial não há nada nesta matéria. Trata-se de repensar a natureza humana a partir dos elementos que emergem do conteúdo altamente reflexivo, que, aliás, nem deveria ter sido fragmentado no resumo acima e que proporciona para o leitor tanto a possibilidade de repensar a vida, como fornece as diretrizes básicas para que, como um convite, acompanhe os debates de renomados pensadores. A proposta do evento, segundo Novaes, consiste em retomar “o tema das mutações, mas, desta vez, pondo o homem e a idéia de humano no centro dos debates. De Heidegger a Foucault, chegando até aos cientistas e filósofos contemporâneos, uma das grandes questões está na idéia da morte do sujeito, na crise da subjetividade”. Além disso, o autor enfatiza que “temas como experiência histórica, novas noções do espaço e tempo, transformações da percepção etc. serão também discutidos neste novo ciclo de conferências”.

Assim, conforme Wolton (1996, p.213), apesar de seguir a lógica do mercado, a mídia é também arena de debate sobre questões humanísticas, que busca em autores consagrados e estudiosos, tanto do passado quanto contemporâneos, “os elementos para ajudar o indivíduo a compreender a sociedade atual, a formar opinião crítica, a integrar-se socialmente no grupo ao qual pertence (ou quer pertencer) e a se emancipar enquanto ser humano”.

PARTE VI

PERSPECTIVA CULTURAL

O tema da cultura a partir do *corpus* foi classificado em seis áreas: Artes plásticas, Literatura, Música e Dança (abordadas juntas), Teatro e Cultura Geral (Cultura do MST e Plágio na USP). A análise destes temas diferencia-se das demais apenas pelo fato de já pertencerem tradicionalmente ao campo da cultura, mas segue o mesmo critério adotado para os demais temas, ou seja: abrangência, remissão ao passado e previsão de desdobramentos, referenciais globalizados, portanto, para a finalidade principal desta pesquisa que é estudar a inserção de temas não afeitos a este campo, mas com abordagem com características culturais não representará grandes avanços. Contudo, permitirá identificar os valores culturais que o suplemento adota para tratar temas já tradicionalmente considerados culturais.

No *corpus* definido, das 32 edições, 11 capas estão relacionadas a temas culturais (tabela 9), resultando num total de 22 matérias (reportagens, análises, entrevistas, artigos). Dois temas, apesar de não pertencerem ao arcabouço das artes tradicionais, mas foram classificados como tal, por tratarem-se de (1) a palavra cultura aparecer na própria chamada de capa (“A cultura do MST”) e (2) o escândalo de plágio ocorrido na Universidade de São Paulo, por referir-se a práticas e parâmetros éticos da cultura acadêmica. A ordem da análise segue a sequência alfabética e, por último, os dois temas não afeitos diretamente às artes.

Tabela 9 - Perspectiva Cultural

Data	Nº	Título / Linha-fina
9, 10 e 11/ Jun/2000	6	1. A reforma cultural do MST Um dos principais teóricos da ideologia do movimento, Ademar Bogo, concedeu entrevista exclusiva ao Valor.
		2. Movimento discute novo modelo de cidade
14, 15 e 16 Jul/2000	11	3. Exclusivo - Com a palavra, Nelson Rodrigues Nos 20 anos de sua morte, leia com exclusividade entrevista inédita, feita em 1979.
		4. Nelson por Lúcia
		5. Em cena, no placo e na tela
		6. Em busca do Nelson perdido
14, 15 e 16 Fev/2003	130	7. Letras finais - Do suicídio como arte No mês dos 40 anos da morte de Sylvia Plath, Isabelle Huppert traz a SP peça sobre outra escritora suicida, um tema delicado e recorrente na literatura.
		8. Em cena, morte à francesa
2, 3 e 4 Mai/2003	139	9. Shall we dance? – Os passos de Cunningham O mestre da dança, um dos maiores ícones ainda vivos fala com exclusividade ao Valor sobre sua carreira e vinda ao Brasil neste ano, após uma ausência de quase dez anos
		10. A dança autônoma de um mestre moderno

22, 23 e 24 Ago/2003	155	11. Profissionais das letras Há proximidade, sim, entre a geração de escritores dos anos 70, sufocada pela ditadura, e a atual, premida pelo pragmatismo do mercado.
24, 25 e 26 Out/2003/	164	12. A ópera política do século Da bomba atômica ao terrorismo, nenhum tema escapa aos compositores.
4, 5 e 6 Jan?2008	378	13. Minimalismo passa dos 40 e continua ativo
		14. E assim se passaram... 50 anos A bossa nova chega à meia-idade em abril, mês em que foi lançado o disco “Canção do Amor Demais”, em 1958.
		15. Aquela velha amizade
		16. Festivais, shows e filme para celebrar
2, 3 e 4 Mai /2008	395	17. Serões seculares Nos 400 anos de nascimento do Padre Vieira, a celebração bibliográfica revela um pregador na riqueza de sua identidade
5, 6 e 7 Set/2008	413	18. Transações com cores e formas Bancos colecionam e investem em algo tão valioso quanto dinheiro vivo: obras de arte, em especial de artistas nacionais.
10, 11 e 12 Out/2008	417	19. É proibido colar Escândalo de professores da USP envolvidos com caso de plágio mobiliza intelectuais, que defendem ética em pesquisa, temem pelo futuro da produção acadêmica e argumentam que “pressão por resultados” pode influenciar a baixa qualidade de trabalhos, muitos deles se multiplicando pelo artifício da cópia ou do autoplágio
		20. O mito do status privilegiado
		21. “Clube da co-autoria”, autoplágio e outros jeitinhos
26, 27 e 28 Dez/2008	429	22. Os novos sons da banda larga A música sofre transformações gigantescas a partir dos sites de relacionamento e das infinitas possibilidades sugeridas pela internet.

1. Artes plásticas

2.1. Transações com cores e formas

Na capa da edição 413 tem um cofre aberto, em tons azuis acinzentados, com uma



obra de arte dentro e a seguinte chamada: “Arte no cofre: Bancos mantêm valiosos acervos de obras de arte, nem sempre ao alcance dos olhos do público”.

A respectiva reportagem, assinada por Jacílio Saraiva, intitula-se: “Transações com cores e formas”¹⁶⁴, completada com a linha-fina “Bancos colecionam e investem em algo tão valioso quanto dinheiro vivo: obras de arte, em especial de artistas nacionais”, mas são poucos os comentários sobre os aspectos culturais das obras,

¹⁶⁴ “Transações com cores e formas” - *EU&* nº 413, de 5, 6 7/set/2008, p.4-9

portanto o objetivo da matéria fica bem definido: mostrar a riqueza dos acervos dos bancos. O tema é bem explorado com fotos, uma das quais de autoria de Sergio Zacchi do *Valor*, em página toda, com a legenda: “Vibrações Verticais” de Luiz Saciloto, do acervo do Itaú: a partir da década de 1990, banco passou a investir mais em obras contemporâneas”. As demais ocupam, em média, metade ou um quarto de página de várias obras com as seguintes legendas:

- Abaixo, “Panorama de São Luiz do Maranhão”, de 1863, do italiano Joseph Leon Righini, que viveu 30 anos no Brasil e é cotado como importante pintor de paisagens amazônicas: tela foi adquirida neste ano pelo Itaú num leilão em Londres. (Sergio Zacchi/*Valor*)
- O superintendente do Itaú Cultural, Eduardo Saron [divulgação] e a escultura “Orpheu” de Bruno Giorgi, que pertence ao Santander: colecionismo corporativo começou com o recebimento de obras como pagamento de dívidas e foi reforçado com incorporações. (Davilym Dourado/*Valor*)
- “Figura Feminina”, de Vicente do Rego Monteiro, que integra a coleção do Itaú: com foco na arte brasileira, banco tem cerca de 3,5 mil itens, entre pinturas, fotos, desenhos, gravuras, esculturas, objetos, livros raros, mobiliário e tapeçaria. (Sergio Zacchi/*Valor*)
- A museóloga Adriana Athaide, há 22 anos no Santander, tendo ao fundo “O Galo”, de Aldemir Martins: aquisição do quadro foi feita em 1971, tempos depois das doações de gravuras que, diz-se o pintor fazia gentilmente aos bancários. (Davilym Dourado/*Valor*)

A reportagem procura já no *lead* fazer uma abordagem diferenciada, com fluência textual, informativa e articulada ao narrar um episódio curioso:

Conta a lenda que Aldemir Martins tinha uma maneira singela de marcar suas visitas à agência do Banco do Estado de São Paulo (Banespa) na rua Heitor Penteado, em São Paulo. Naquele tempo, ainda sem a fama que lhe dariam os coloridos quadros de gatos e pássaros, o pintor distribuía gravuras para os funcionários do banco sempre que ia descontar um cheque – uma lástima para quem não estava em horário de trabalho. Hoje, “O Galo”, óleo de 1971 do artista cearense, obtido anos depois, tem lugar de destaque no acervo do Santander – que em 2000 incorporou o Banespa, aquele em que o pintor e gravurista brincava de Papai Noel fora de época.

Apesar de ter o enfoque voltado para a valoração dos acervos como investimento financeiro dos bancos, a reportagem revela nas entrelinhas sensibilidade e reconhecimento da relevância artística de várias obras. Informa que a aquisição do Santander incluiu todo o acervo do banco que nasceu em São Paulo. “São mais de mil obras de artistas consagrados, como Di Cavalcanti, Candido Portinari, e Ismael Nery” e que “outras instituições financeiras, como Unibanco, Itaú (hoje unidos também), ABN Amro-Real (adquirido pelo

Santander em 2007), Caixa Econômica Federal, Banco Central e Banco do Brasil, colecionam e investem em algo tão valioso quanto dinheiro em espécie: obras de arte”.

O suplemento, assim como em outras matérias, procura trazer referencial sobre a origem de determinados fenômenos, fatos, serviços etc. E, neste caso, utiliza os conhecimentos de José Roberto Teixeira Coelho¹⁶⁵ para explicar que “nos últimos 20 anos, os bancos aproveitaram leis de incentivo fiscal para aumentar os acervos e, ao mesmo tempo, para se apresentar como parceiros incentivadores das artes”. O *EU&* informa que as instituições financeiras procuram formar conjuntos de gosto eclético, interessadas em construir uma espécie de resumo da arte brasileira e que há também “nítida preferência por obras dimensionais, como pinturas e gravuras, e surgem escolhas comuns a quase todas as coleções, como os medalhões Di Cavalcanti, Iberê Camargo e Portinari. Mas se vê igualmente a presença marcante dos nipo-brasileiros Manabu Mabe e Tomie Ohtake”.

O suplemento menciona que entre as medidas de segurança está a guarda de boa parte das obras “em locais nunca revelados pelos bancos e suas seguradoras” e que, em alguns bancos, também é utilizada a reprodução das obras mais valiosas na decoração de espaços administrativos, diretoria e espaços públicos. Informa ainda que é comum “a prática de emprestar e apresentar parte do acervo em exposições periódicas”. Nas seis páginas da reportagem, o *EU&* inventaria o acervo dos principais bancos (ver resumo abaixo), citando as obras, autores, valores, conferindo um atributo de exclusividade à informação:

- Santander – incorporou todo o acervo artístico do Banespa, inclusive “O Galo” (1971). Faz exposições permanentes no segundo e terceiro andares do Edifício Altino Arantes. Acervo tem 1.027 obras (pintura e gravuras), 89 esculturas, 182 fotos, 66 tapetes e 15 tapeçarias. No acervo histórico há 937 peças do mobiliário das décadas de 1940-50. A coleção de artes plásticas começou em 1967 para decorar as salas da presidência e da diretoria e ganhou impulso com obras aceitas para pagamento de dívidas, como um óleo do Paulista Arcângelo Ianelli. O quadro que inaugurou o colecionismo foi “Sonho de Princeza” (com “z”) de Manabu Mabe. O acervo inclui obras de nipo-brasileiros, como Tomie Ohtake, Tikashi Fukushima e Kazuo Wakabayashi e outras peças importantes, como “Mulata na Cadeira”, óleo do carioca Di Cavalcanti, e “Cavalo, Casebre, Paisagem”, desenho do paulista Candido Portinari. A última aquisição foi em 2000 (os artistas doam uma obra após exposições periódicas no espaço). Na sala da presidência, um Alfredo Volpi e um Aldo Bonadei continuam lá, independentemente de quem ocupa o posto.
- Unibanco – iniciou a coleção há mais de 40 anos pelo embaixador e banqueiro Walter Moreira Salles, cujas primeiras peças foram obras de Tarsila do Amaral, Anita Malfatti e Victor Brecheret e logo depois vieram Guignard e Lasar Segall; tem mais de 700 obras em escritórios e áreas de circulação; coleção inclui mais de 170 desenhos e gravuras dos paulistas Marcelo Grassmann e Mário Grubert e preciosidades como “Academia nº 4” de Tarsila, “São João Batista” de Brecheret (escultura de bronze de 95 cm de altura) e “View Over Valley”, de Franz Post. As últimas compras foram três esculturas do gaúcho João Bez Batti entre o fim de 2006 e maio de 2008. Hoje [2008], das peças do acervo 17% são pinturas, 40% desenhos, 40% gravuras e 3% esculturas. A

¹⁶⁵ *EU&* - José Roberto Teixeira Coelho - professor da USP e curador do Museu de Arte de São Paulo (Masp)

conservação das obras é permanente, ficam em áreas climatizadas com restauração sempre que necessário.

- Caixa – acervo artístico de 1.864 obras (maior parte na Caixa do Rio), formado de pacotes temáticos e teve início em 1968 com a encomenda a artistas de obras para ilustrar os bilhetes de Loteria Federal em datas comemorativas (Natal, Independência etc); em 1986, incorporou mais 246 itens, entre eles obras de Anita Malfatti, Tarsila do Amaral, Vicente do Rego Monteiro, Milton Dacosta e Volpi, do extinto Banco Nacional da Habitação (BNH); em 1987, como Brasília foi elevada à condição de Patrimônio Cultural da Humanidade, formou a Coleção Brasília, com 60 obras de Carlos Bracher, Cláudio Tozzi e Athos Bulcão e dez anos depois o conjunto V Centenário do Descobrimento do Brasil obras de Carmela Gross, Siron Franco, Daniel Senise e cinco obras do artista português Antonio Poteiro. A cada quatro meses uma mostra é aberta na Galeria Acervo Caixa no DF. Na capital federal, a reserva que guarda as obras tem 364 metros quadrados e uma sala expositiva oferece 400 metros quadrados de arte nacional.
- Banco Central – iniciou em 1976 o acervo de 2.266 obras, parte delas recebida entre 1970 e 80, em dação (de instituições financeiras liquidadas - Banco Áurea = 200 itens). Em 2009, o BC abre uma exposição com 15 obras de Portinari: a principal é o painel “Descobrimento do Brasil”, de 1954, com 5m de altura e 4m de largura, avaliado em US\$ 2 milhões e que está na sala de reuniões da diretoria, no oitavo andar, na sede no DF. O BC não tem hoje nenhuma política de aquisição de obras. A última peça foi doada por um ex-presidente do BC: Armínio Fraga tinha ganho o quadro “Art Amazon Brasil 2000”, de Marisa Theodoro, e o ofereceu ao banco. O artista de Araras Clovis Graciano (482 gravuras); Tarsila do Amaral: 291 (5 pinturas e 286 gravuras com 11 estampas); Cícero Dias: 272 gravuras, com 11 estampas; Maciej Babinski (192); Marcelo Grassmann (148). Hoje há 69 obras de Di Cavalcanti em exposição na Galeria de Arte do BC (que tem 1,3 mil m²).
- Itaú – acervo com 3,5 mil itens (fotografias, desenhos, gravuras, objetos, livros raros, mobiliário e tapeçaria). Há 1,2 mil pinturas e 320 peças tridimensionais (esculturas, objetos e instalações). Até 1990 o acervo tinha perfil estético mais tradicional, mas desde 1990 adquiriu obras contemporâneas em galerias e leilões; nos últimos seis meses: 70 fotografias de German Lorca e José Yalenti, as fotos “K9 Compassion SP” e “K9 Compassion Wall Street” do croata Zlatko Kopljari; o “Cubo Virtual”, obra em 3D do venezuelano Jesús Soto (um dos papas da arte cinética mundial) e a pintura “Panorama de São Luiz do Maranhão”, de 1863, do italiano Joseph Leon Righini, que viveu 30 anos no Brasil, considerado o melhor pintor estrangeiro de cenários amazônicos no século XIX; abriga artistas de vários períodos e movimentos artísticos, entre eles, obras do Aleijadinho (barroco brasileiro), do acadêmico Almeida Junior, dos modernistas Lasar Segall e Victor Brecheret e dos contemporâneos Regina Silveira, Jac Leiner e Tunga. Também integra o acervo: “A Estrada”, de 1899, de Almeida Junior, e “Paisagem”, de 1952, de Guignard. Neste ano, parte do acervo em mostras no Masp e na Oca, em São Paulo, e no Espaço Cultural Contemporâneo-Ecco, em Brasília.
- ABN Amro Real – a coleção surgiu a partir da incorporação do acervo de outras (América do Sul e Sudameris) que se fundiram ao Real: 880 obras: 508 pinturas, 22 desenhos, 41 esculturas, 181 gravuras e 32 mapas cartográficos. Manabu Mabe: 23; Arcângelo Ianelli: 14, além de Portinari, Dacosta, Iberê e a preciosa escultura “Tocadora de Guitarra”, de 1823 de Brecheret e o óleo “Nus”, de 1966, de Di Cavalcanti. As últimas aquisições foram duas xilogravuras de Maria Bonomi, uma pintura de Rubem Ludolf, um relevo de Luiz Paulo Baravelli e oito impressões de gravuras de Cícero Dias e Hércules Barsotti. Também faz exposição itinerante como a de “Arte Moderna em Contexto”, que viajou por cinco estados: SP, RJ, MG, PR e PE, com mais de 70 itens.
- Banco do Brasil – acervo mais de 2 mil obras (60% pinturas, 30% gravuras e o restante painéis), a maioria fica no Centro Cultural do BB (Centro do Rio) e outras espalhadas por agências no país todo. Começou a coleção em 1929 e entre as principais destacam-se as de Alfredo Volpi, com

óleos e gravuras, e Burle Marx, com gravuras e painéis, Di Cavalcanti, Djanira e Iberê, além de um desenho do ex-presidente Getúlio Vargas assinado por Portinari. A aquisição de obras está suspensa (últimas são da década de 1990). O acervo foi composto por compra, doação e doação.

Deste modo, contata-se que a matéria faz um diagnóstico preciso, qualitativo e quantitativo dos acervos existentes, mas são raros os acréscimos sobre o contexto de criação ou o significado das obras, do que se depreende que o suplemento avalia que o leitor já seja conhecedor tanto dos artistas quanto das obras citadas. Percebe-se na abordagem certa informalidade e bom humor que conferem leveza ao levantamento, pois emprega algumas metáforas, como por exemplo, “a cereja do bolo” (a obra mais valiosa), ou “a coleção ABN Amro Real também gosta de pegar a estrada” (exposições itinerantes), ou ainda “para manter a coleção bem nutrida” (novas aquisições). A matéria ganha tom de exclusividade de forma implícita, devido à dificuldade de acesso a determinados espaços e por mencionar a localização de certas raridades, o que atende o princípio de distinção do leitor.

Foram ouvidas, ainda: Adriana Ataíde (museóloga, há 22 anos no Banespa); Odete Vieira (coordenadora do Instituto Moreira Salles – IMS); Gustavo Pacheco (gerente nacional de promoções da Caixa); Sônia Schuitec (gerente da Caixa Cultural de Brasília); Eduardo Saron (superintendente do Itaú Cultural); Daniela Dutra (gerente de eventos do Real).

2. Literatura

5.3. Profissionais das letras

O título da capa da edição nº 155 é “A literatura emancipada” completado pela frase: “Nova geração de ficcionistas, ensaístas e poetas põe a tecnologia a seu serviço, encara o mercado e viabiliza a própria profissão”. Nas páginas internas a reportagem, de José Castello, intitula-se “Profissionais das letras”¹⁶⁶ e a linha-fina: “Há proximidade, sim, entre a geração de escritores dos anos 70, sufocada pela ditadura, e a atual, premida pelo pragmatismo do mercado”. O gancho jornalístico é o lançamento livro, que reúne contos e poesias, de Nelson de Oliveira “Geração 90/Os transgressores” sobre a novíssima geração da cena literária na prosa, na poesia e na dramaturgia, cujo critério para definir a geração 90 foi cronológico.

¹⁶⁶ “Profissionais das letras” - *EU&*, nº155 de 22, 23 e 24/ago/2003, p.10-13

Conforme se constata, o *EU&*, numa leitura abrangente da realidade contemporânea no campo literário, como poucas vezes se vê na mídia, utiliza o mesmo recurso empregado



em outras reportagens ao comparar a situação atual à do passado, portanto oferece um parâmetro para a avaliação pelo leitor. Informa que no ensaio que abre a coletânea estão textos de Marcelo Mirisola, Ronaldo Bressane, Arnaldo Bloch, Daniel Pellizzari e Cláudio Galperin. Diz que esta geração tem semelhança com a geração 70, que produziu a “célebre poesia marginal”. Mas que também existem brutais diferenças como, por exemplo, que o contexto brasileiro dos anos 70 era de perseguições políticas e liberação sexual; mas o dos anos

90, apresenta a internet, a violência e o pragmatismo. Ou seja, aponta as diferenças de contexto, mas ressalta a presença das tensões. Geração 90: Marcelino Freire, Clarah Averbuck, Luiz Ruffato, Eduyr Augusto, Tony Monti, Jorge Cardoso, Marçal Aquino, André Sant’Anna e Paulo Polzonoff que estão distantes da Geração 70 de José Agrippino de Paula, Ana Cristina César, Cacaso, Francisco Alvim e Chacal.

Além disso, adota a estratégia, também constante em outras matérias, de ouvir vários especialistas sobre o assunto, sobretudo sobre o que caracteriza ou não uma geração de escritores, apresentando opiniões diversificadas, reafirmando-se como arena de debate intelectual plural. O *EU&* afirma que para Nelson de Oliveira¹⁶⁷ “há certos cruzamentos temáticos e conceituais na base dessa nova literatura, pois ela está enraizada em novos fenômenos técnicos e culturais, dos quais a TV e a internet são só os principais exemplos”.

Informa que para, Silviano Santiago¹⁶⁸, “uma geração (...) é produto de uma estratégia ideológica, isto é, resultado de uma nova postura estética, política ou mercadológica”, portanto, falta “coesão interna para que aspirem formar uma nova geração” e que na poesia e nos ensaios há mais coesão do que na produção ficcional. Desta forma, oferece para o leitor a noção dos elementos que caracterizam uma geração de escritores.

¹⁶⁷ *EU&* - Nelson de Oliveira – um dos principais teóricos da nova geração e autor do livro

¹⁶⁸ *EU&* - Silviano Santiago – crítico literário, ficcionista e especialista na geração 70

O *EU&* prossegue com outros escritores e informa que segundo Joça Reiners Terron¹⁶⁹ o diferencial entre as duas gerações é que os integrantes dos anos 90 “parecem ter criado as condições necessárias para a sua literatura existir”, criaram pequenas editoras, selos e revistas para veicular seu trabalho, portanto, aponta o emprego da tecnologia a serviço dos escritores dos anos 90. Também destaca que para Moacyr Scliar¹⁷⁰ são jovens com excelente domínio da linguagem “mas que evitam experimentalismos” e que segundo Rogério Pereira¹⁷¹, entre as características deles estão a rapidez na escrita (herança da contemporaneidade) e a “preocupação constante com a violência urbana, a solidão do homem no inferno das cidades e a provocação ao estado ‘normal’ das coisas”, isto é, as tensões da modernidade. Segundo o *EU&*, o poeta percebe que a geração de 90 trabalha individualmente, mas que, com o tempo, irá se reunir.

Para João Gilberto Noll¹⁷² há sinais de ousadia na “abordagem escancarada e acachapante de alguns temas, como o brutalismo urbano, a sexualidade exacerbada, o marasmo enlouquecedor da sociedade”, ou seja, outro reforço da presença das tensões da modernidade. O *EU&* afirma que, de acordo com Sérgio Sant’Anna¹⁷³, há sim uma Geração 90 pelo número de novos escritores, pelo espírito rebelde diferente das gerações imediatamente anteriores e certa aproximação com a geração de 70, pelo desejo de uma literatura que une “inconformismo com a busca de uma nova linguagem”. Fernando Monteiro (prosador) faz análise semelhante: “A temática urbana voltou a reatar o contato com o romance psicológico (...) com margem para até mesmo um clima cosmopolita”.

A temática destes autores também recebe atenção do suplemento, quando informa que vários nomes se enquadram na linha de “vingar os problemas latentes urbanos”: Augusto Massi, Fábio, Weintraub, Wilmar Silva, Tarso de Melo, Donizete Galvão, Ricardo Aleixo, Contador Borges, Heitor Ferraz, Eucanaã Ferraz, Eduardo Sterzi, Cláudio Daniel, Jussara Salazar, Carlito Azevedo, Nelson Ascher. Mas como de costume o *EU&* não elabora uma conclusão sobre o assunto. Apenas oferece um elenco de opiniões fundamentadas e delega ao leitor a decisão sobre a polêmica, sem deixar de destacar que a diversidade de estilos da chamada geração 90 torna o país mais democrático.

Além dos escritores acima, cita outros de várias épocas: Roberto Drummond, Hilda Hilst, Dalton Trevisan, Ignácio de Loyola Brandão, Rubem Fonseca, Luiz Vilela, Márcia

¹⁶⁹ *EU&* - Joça Reiners Terron – um dos mais importantes da nova geração

¹⁷⁰ *EU&* - Moacyr Scliar – escritor consagrado

¹⁷¹ *EU&* - Rogério Pereira – crítico e editor do mensário “Rascunho”, um dos principais porta-vozes da geração 90

¹⁷² *EU&* - João Gilberto Noll – escritor ficcionista dos anos 80

¹⁷³ *EU&* - Sérgio Sant’Anna – consagrado escritor de temas urbanos

Denser, Fabrício Carpinejar, Raduan Nassar, John Fante, Charles Bukowski, Paulo Leminski, Rogério Pereira; Heloisa Buarque de Holanda; Mário Vianna e Beth Nespoli.

5.4. Sermões seculares

Na capa da edição nº 395 está a chamada: “O imperador da língua portuguesa” acrescida da frase: “Quatro livros sobre Padre Vieira são lançados para celebrar seus 400



anos”. A reportagem de Oscar Pilagallo, nas páginas internas recebeu o título “Sermões seculares”¹⁷⁴ e a linha-fina: “Nos 400 anos de nascimento do Padre Vieira, a celebração bibliográfica revela um pregador na riqueza de sua identidade”.

Conforme fica evidente, o gancho jornalístico são os 400 anos de nascimento do Padre Vieira e a (re)publicação de duas biografias: “o antigo clássico do português João Lúcio de Azevedo, há muito tempo esgotado no Brasil e a pesquisa recente de Clovis Bulcão; também está prevista para breve a reedição dos autos do processo de

Vieira na Inquisição e a publicação de seus sermões (8 volumes). Divide a vida dele em seis períodos:

5. 1608-1640 - formação religiosa na Bahia e invasão holandesa;
6. 1641-1650 - papel de conselheiro privilegiado do rei, em Lisboa;
7. 1651-1661 - missionário – evangelização dos índios no Maranhão;
8. 1661-1668 - Inquisição que o condenou;
9. 1669-1680 - Vieira como político, já sem prestígio na corte;
10. 1681-1697 - retorno à Bahia e revisão de sua obra.

O *EU&* informa que Alcir Pécora¹⁷⁵ escreve o prefácio da biografia feita por João Lúcio Azevedo (1855-1933) afirmando que é “a mais documentada, mais analítica e mais influente biografia de Vieira já produzida”, portanto, mais uma vez atribui ao produto

¹⁷⁴ “Sermões seculares” - *EU&*, nº 395, de 2, 3 e 4/mai/2008, p.12-16

¹⁷⁵ *EU&* - Alcir Pécora - professor de teoria literária da Unicamp

características que o diferenciam dos demais, com a conotação de singularidade. Entretanto, Pedro Puntoni¹⁷⁶ critica a divisão em fases por ser insuficiente para retratar uma trajetória. Mas, segundo o suplemento, Azevedo oferece “um atalho nada desprezível ao permitir que o leitor tenha uma amostra significativa da retórica do pregador”.

A reportagem transcreve trecho do documento escrito por Vieira quando tinha 16 anos sobre a invasão holandesa e afirma que o jesuíta “fazia gestões diplomáticas em capitais européias em favor do reino de Portugal (em que pese sua posição de considerar Pernambuco perdido para os invasores)”. O *EU&* narra que ele viveu sob a influência do Concílio de Trento, ocorrido 50 anos antes do nascimento do padre, marco do início da reação católica à Reforma protestante e do neo-sebastianismo¹⁷⁷.

Segundo o suplemento, a Inquisição censurou o neo-sebastianismo e acusou Vieira de se aproximar dos judeus expulsos de Portugal por questão religiosa: “Na realidade, ele estava atrás de alma e dinheiro” para a reconstrução de Portugal. O julgamento dele deu origem à extensa documentação e à presunção de culpa, na qual os inquisidores interpretam todos os seus atos passados como delitos. O *EU&*, informa ainda que o padre ganhou fama de “protetor dos índios” ao tentar evangelizá-los e impedir que fossem escravizados no Maranhão, mas que há quem conteste e julgue como “aparente hipocrisia” até porque ele defendia os índios, mas não os negros.

6. Música e dança

6.1. Dança

6.1.1. *Shall we dance?* – Os passos de Cunningham

A capa da edição nº 139 tem o título “A dança do acaso” completada pela frase: “Em entrevista exclusiva, Merce Cunningham, mestre da coreografia moderna, fala de seu legado artístico e de sua turnê pelo Brasil”. A respectiva reportagem, assinada por Ana Francisca Pônzio, ocupa cinco páginas e tem o título “Os passos de Cunningham”¹⁷⁸ com a retranscrição não traduzida “*Shall we dance?*” e a linha-fina: “O mestre da dança, um dos maiores ícones ainda vivos fala com exclusividade ao *Valor* sobre sua carreira e a vinda ao Brasil neste ano, após uma ausência de quase dez anos”.

¹⁷⁶ *EU&* - Pedro Puntoni – professor de história do Brasil na USP

¹⁷⁷ *EU&* - Sebastianismo: fé no retorno do rei d. Sebastião desaparecido na batalha em 1578

¹⁷⁸ “Os passos de Cunningham” - *EU&* nº 139, de 2, 3 e 4/mai/2003, p.10-11

O gancho jornalístico é a temporada, em setembro de 2003 da *Merce Cunningham Dance Company* (no Teatro Municipal de São Paulo e no Municipal do Rio), com a



apresentação de *Suite for Five*, de 1956, e *Biped*, de 1999. O *EU&* informa que em *Biped*, “o real e o virtual se confundem, graças ao novo *software* que Cunningham está utilizando, denominado, *Motion Capture*”, conforme o *EU&*.

O principal destaque desta matéria é o caráter de exclusividade mencionado explicitamente não só na capa e na reportagem, mas também no decorrer de todo o texto que considera Merce Cunningham¹⁷⁹ o “único revolucionário vivo da dança contemporânea”, que desde

a década de 40 desenvolve propostas instigantes e renovadoras, permitindo que a dança se expandisse em todas as direções. O caráter de relevância do personagem também pode ser detectado em vários outros fragmentos, conforme a seguir:

- o público terá a chance de apreciar um ícone artístico que preserva a inovação, mesmo já tendo entrado para a história.
- desenvolvendo propostas instigantes e renovadoras, que lhe concedem status único na dança mundial.
- [nascido em 1919], 16 de abril que nove anos atrás [2004] foi transformado em Dia de Merce Cunningham pela prefeitura de Nova York
- Não bastassem tantas inovações, Cunningham também consagrou-se como coreógrafo precursor no uso de novas tecnologias, como o vídeo e o computador.
- a evolução do coreógrafo, que fez do movimento o principal e mais depurado atributo de suas criações.

Traz um breve histórico da vida do coreógrafo que aprendeu sapateado e danças de salão na infância e ingressou na companhia de Martha Graham¹⁸⁰ (1939). Na época, ele já conhecia John Cage que se destacava por invenções como o piano preparado (objetos sobre as cordas). Juntos passaram a realizar experiências cada vez mais “anticonvencionais até chegar à dissociação entre dança e música, que tem em comum o tempo de duração”. Ele trabalhou também com Pierre Schaeffer e Pierre Henry. Ou seja, o suplemento fornece ao leitor um

¹⁷⁹ Merce Cunningham (1919-2009)

¹⁸⁰ *EU&* - Martha Graham - uma das precursoras da dança moderna americana

breve histórico para situá-lo quanto à história do coreógrafo. Quanto ao diferencial dele, o *EU&* informa que o ensaio dos bailarinos era sem música só apresentada ao elenco na data de estréia, que ele foi influenciado pelo dadaísmo (acaso), por Einstein (não há pontos fixos) e pelo zen-budismo (somos o centro, não importa onde estejamos), portanto, informa que ele aboliu a ação principal em favor da multiplicidade de centros e quem decide é o público.

A análise do trabalho do coreógrafo é bem detalhada e estruturada em texto que oferece ao leitor noção, mesmo para quem não é da área, conforme se constata no trecho a seguir: “precisas e complexas, suas composições coreográficas exigem alto grau de virtuosismo dos bailarinos, que constantemente são desafiados a buscar soluções para as propostas”. O que é ratificado pelos próprios bailarinos: “Os movimentos que ele nos propõe são complexos porque nem sempre obedecem a uma progressão lógica”, comenta Robert Swinston, um dos mais antigos do grupo.

Cita ainda: Pierre Schaeffer e Pierre Henry, Einstein. Calvert e Henry – movimentos por computador. Entre as fontes ouvidas estão: Robert Awinston (um dos mais antigos bailarinos da Mercê), canadenses Tom Calvert e Simon Fraser, da Universidade de Vancouver (programa “*Life Forms*”).

6.1.2. A dança autônoma de um mestre moderno

Uma entrevista “pingue-pongue” por telefone, de Ana Francisco Pônzio com Cunningham, sob o título “A dança autônoma de um mestre moderno”¹⁸¹ ocupa três páginas com ilustrações dos corpos dos bailarinos e uma foto do coreógrafo. O texto introdutório informa que, apesar da fama e do prestígio, ele é simples e paciente, tem bom humor e facilidade para explicar os complexos procedimentos: “há apenas o ritmo de respiração e os sons de corpos em movimento. Um movimento que se prolifera infinitamente e que expande a percepção de quem observa”. A última frase ajuda o leitor a compreender detalhes, os quais poderiam passar despercebidos, se não fosse a sensibilidade da entrevistadora.

Entre as questões, uma indagava sobre o que *Suite for Five* concebida em 1956 revelava em 2003, cuja resposta explica que se tratava de “uma obra feita quando [ele] começava a explorar procedimentos como o acaso, usado para definir a ordem das sequências na coreografia”. E que tinha sido uma das primeiras vezes em que ele e Cage tinham separado “dança da música, para mostrar que uma não se subordina à outra”.

¹⁸¹ “A dança autônoma de um mestre moderno”- *EU&* n° 139, de 2, 3 e 4/mai/2003, p.12-14

A entrevista revela que o trabalho sempre busca novas possibilidades, que o corpo humano tem variações infinitas de movimento e que “até a simples maneira de andar de uma pessoa (...) pode desencadear idéias para uma coreografia”. Quanto ao significado da tecnologia aplicada à dança, o coreógrafo responde que ela é um meio e que a tecnologia permite enxergar novas possibilidades. Ele explica que a

coreografia “*Biped*”, que inclui imagens virtuais em cena, é um bom exemplo do uso do *software* “*Motion Picture*”. Nesse caso específico, eu e dois bailarinos de minha companhia trabalhamos no “*Motion Picture Studio*”, onde múltiplas câmeras computadorizadas, situadas em diferentes pontos da sala e às vezes atadas às articulações dos dançarinos, captaram movimentos que depois foram retrabalhados no computador, por especialistas.

Da mesma forma que na matéria sobre o uso da internet para divulgação da literatura da Geração 90, o *EU&* destaca o uso da informática empregada na dança. Também informa que o coreógrafo é contra a guerra dos Estados Unidos no Iraque, assim como é contra o terrorismo e que o plano dele para o futuro é continuar: “Minha devoção à dança não mudou com o tempo. Permanece intensa. Estou preparando um novo espetáculo, sobre o qual não posso dizer nada porque ainda está no começo”.

A entrevista por si só dá a noção do dinamismo do coreógrafo e transmite a dimensão da importância que ele ocupa na dança moderna. De forma bem planejada, as questões revelam pormenores que o caracterizam como artista diferenciado e que apesar da idade continua produzindo espetáculos inovadores e acompanha as transformações decorrentes da evolução tecnológica. Em síntese, o próprio entrevistado atribui distinção à matéria.

6.2. Música - Ópera

6.2.1. A ópera política do século

A edição nº 164 tem a chamada: “Um século numa ópera” acompanhada da frase: “O minimalista Steve Reich faz o balanço da era da tecnologia”. A reportagem, de João Marcos Coelho, nas páginas internas recebeu o título “A ópera política do século”¹⁸², cuja linha-fina é: “Da bomba atômica ao terrorismo, nenhum tema escapa aos compositores”. O *lead* já prenuncia a força da análise, o caráter cosmopolita e provocador de debate:

Demorou, mas parte da música chamada erudita parece ter se reconciliado com a dura realidade, ao longo do século XX. Depois de uma primeira metade radical e esotérica, as derradeiras cinco décadas do século viram florescer uma série de óperas que buscam contar, refletir e criticar atos,

¹⁸² “A ópera política do século” – *EU&*, nº 164, 24, 25 e 26/out/2003, p.10-13

atos e guinadas políticas. Isto é, menos parafernália eletrônica e matemática, mais perto do cidadão em seu dia a dia. É mais do que curioso, é sintomático mesmo, que grande parte dessa produção venha dos EUA. Compositores tão diferentes como John Adams (Massachusetts, 1947), Steve Reich (Nova York, 3 de outubro de 1936) e Philip Glass (Baltimore, 1937), vêm fazendo uma leitura bastante particular dos eventos políticos contemporâneos. Os europeus costumam dar de ombros para esse tipo de criação, chamando-a de “música pop para intelectuais” (Michel Chanan, no livro “Música Prática”). Pois bem. Há quem chame as salas de concertos e as casas de ópera tradicionais de “campos de concentração culturais” (Maurício Kagel, no livro “Tam-Tam”).



A matéria reconhece a resistência e a polêmica que o movimento provoca, mas nem por isso se cala: “Apesar de tais xingamentos, o fato é que o movimento minimalista (ou repetitivo, na expressão européia), nascido nos anos 50/60, retirou a criação musical de seu limbo marginalizado e reintroduziu-a na realidade da música de consumo”. O gancho jornalístico é o lançamento do álbum duplo em DVD e em CD *Three Tales* do casal Steve Reich e Beryl Korot, sobre os “três filhos” do século XX: (1) ascensão e queda do dirigível Hindenburg, dos anos 30 que explodiu em

New Jersey; (2) as experiências atômicas no atol de Bikini, entre 1946 e 1952, que personificaram a tecnologia do século e deram origem à Guerra Fria; e (3) a clonagem da ovelha *Dolly*, em 1997.

O suplemento informa que o movimento minimalista da década de 50/60 reintroduziu a criação musical na realidade da música de consumo, pois Glass, Reich e Adams utilizam temas polêmicos, políticos dos jornais do mundo todo em linguagem musical acessível e que desde *Einstein on the Beach*¹⁸³ isso ficou claro; *Nixon in China* (1991) e *A Morte de Klinghofer*¹⁸⁴ (1985). Mas informa que Steve Reich optou por um novo tipo de ópera, no qual se integram imagens e sons de forma sofisticada: “*The Cave*”¹⁸⁵ (1993), portanto municia o leitor com as informações essenciais para compreensão do assunto em questão

¹⁸³ EU& - “*Einstein on the Beach*” – resultado da parceria entre Philip Glass e o diretor de teatro Bob Wilson

¹⁸⁴ EU& - “*Nixon in China*” e “*A Morte de Klinghofer*” – de John Adams

¹⁸⁵ EU& - “*The Cave*” - em parceria com Beryl Korot, sobre o atentado do extremista judeu Baruch Goldstein à Caverna de Machoelah -onde estão enterrados Abraão e Isaac- que matou dezenas de árabes

Segundo o *EU&*, o DVD provoca maior impacto porque Beryl Korot combina na mesma tela fotos, filmes, vídeos e desenhos e explica: “‘Em Bikini’, diz ela, ‘filmei os nativos, pincei deles fotos, que foram trabalhadas e animadas em diferentes velocidades, não nos habituais 30 quadros por segundo. Isso provoca uma sensação visual diferente da convencional câmara lenta’”. Informa ainda que Reich chama de “*slow motion*” a “técnica de ralentar a fala das pessoas, mas sem alterar o timbre ou a altura. Outra técnica bastante usada é prolongar uma vogal para integrá-la à harmonia, e, conforme a análise do suplemento, as técnicas empregadas criam “uma nova forma de arte”.

A reportagem também aponta que a origem da ideia deste tipo de produção sobre o século XX surgiu a pedido do diretor do Festival de Viena e que os autores pensaram no eixo “tecnologia de imediato”, mas os temas são tratados de forma diferenciada: os dois primeiros temas são tecnologias positivistas, que dotam o homem de poderes para destruir o mundo e que a abordagem de Reich se diferencia porque

impõe claramente a música como elemento-chave da obra. Os sons jamais comentam as imagens. Ao contrário. Ele retrabalha sons, tanto dos bombardeiros, quanto de Hindendurg (...). Mas em *Dolly*, o espectador vê e ouve os próprios cientistas, cada um com suas atitudes diferentes a respeito do que está fazendo.

O *EU&* informa que o “contraste entre os instrumentos acústicos e o canto, ora puro, ora intensamente retrabalhado, é evidente. ‘Quis alterar e trabalhar com elementos internos do corpo humano, tal como fazem os cientistas que clonaram *Dolly*’. Ou seja, a matéria, com conteúdo analítico e interpretativo, fornece ao leitor elementos para compreender as técnicas utilizadas e municiá-lo com informações que lhe permitem refletir não só sobre os novos formatos da mídia, mas também sobre os principais eventos tecnológicos do século XX, portanto, é uma reportagem que incrementa os conhecimentos do leitor.

6.2.2. Minimalismo passa dos 40 e continua ativo

Uma matéria secundária intitulada “Minimalismo passa dos 40 e continua ativo”¹⁸⁶, afirma que os últimos 30 anos encarregaram-se de mostrar que não se tratava de mero retorno à tonalidade: “Muito mais do que outros compositores tidos como minimalistas, Steve Reich não renuncia à tonalidade, mas à toda tradição da música erudita, ou clássica, baseada no binômio tensão-relaxamento”, pois na música dele “não há um momento

¹⁸⁶ “Minimalismo passa dos 40 e continua ativo” – *EU&*, nº 164, 24, 25 e 26/out/2003, p.14

tranquilo e um desenvolvimento tempestuoso que desemboca no final feliz. Simplesmente não há esse movimento. A música começa, continua e pára. É esta a sensação que provoca”.

Segundo o *EU&*, Reich descobriu Bach aos 14 anos e foi um sinal de que valia a pena olhar criativamente para trás, mas que “O Stravinski da ‘Sagração da Primavera’” ensinou-o a olhar para a frente. A reportagem informa que ele também apreciava Bartok, Kenny Clarke, Charlie Parker e Miles Davis. Aos 16 anos trocou o piano pela bateria sob a influência de Clarke. Na universidade Cornell defendeu tese sobre Ludwig Wittgenstein. Compôs: “*It’s Gonna Rain*”, “*Piano Phase*”, “*Music for Mallet Instruments, Voices and Organs*” e “*Music for 18 Musicians*” que fizeram dele “líder minimalista”.

Para o *EU&*, a “coerência e honestidade criativa concederam-lhe reputação bem mais sólida, junto à academia, do que colegas como Glass ou Adams”. Philippe Albèra afirma que Reich optou por uma forma toda nova, que utiliza plenamente a tecnologia moderna: “A forma aparece como um processo, isto é, como um ritual, uma espécie de acumulação de momentos ligados por um fio narrativo. A linguagem musical permanece na superfície dos fenômenos, é transparente, imediata, linear, e expressa emoções simples”. Para encerrar, o suplemento opta por apontar as características comuns às três obras e deixa uma indagação:

De fato, tudo é muito direto em “*Three Tales*”. Em vez de autores, Reich recorre aos cientistas, que expressam suas opiniões sobre a clonagem e suas implicações éticas e científicas em carne e osso, ou ao vivo em cores. Em “*Bikini*”, mais de 150 horas de entrevistas com a população nativa daquelas ilhas foram registradas, e uma pequena amostra convive com a locução oficial dos momentos que antecedem a chegada dos cogumelos atômicos. Em “*Hindenburg*”, soa desesperado o grito do repórter que transmite a explosão do dirigível em New Jersey, logo depois de ter sobrevoado, arrogante, os céus de Manhattan. Ele quer convencer-se a si próprio e aos ouvintes de que tragédias como aquela valem a pena. Será?

Mais uma vez, o suplemento deixa a decisão para o leitor, levando-o a refletir sobre o que foi exposto, ao mesmo tempo em que o abastece com informações baseadas em uma leitura da complexidade contemporânea dos fatos e suas relações com a arte e com a cultura.

6.3. Música MPB

6.3.1. E assim se passaram... 50 anos

A capa da edição nº 378 tem como chamada “Os 50 anos da bossa nova” e a reportagem, assinada por Tom Cardoso, intitula-se “E assim se passaram... 50 anos”¹⁸⁷,

¹⁸⁷ “E assim se passaram... 50 anos” – *EU&*, nº 378, de 4, 5 e 6/jan/2008, p.12-15

completada pela linha-fina: “A bossa nova chega à meia-idade em abril, mês em que foi lançado o disco ‘Canção do Amor Demais’, em 1958, cuja polêmica quanto à data é explicada no *lead* e desenvolvida em toda a matéria a partir da opinião dos principais envolvidos:

As efemérides de música brasileira costumam ser marcadas por longas controvérsias. No ano passado, anunciou-se que o samba completava 90 anos por causa da primeira gravação de “Pelo Telefone”, de Donga, no Rio, o que provocou uma onda de protestos de historiadores baianos, pernambucanos e mineiros. Todos reivindicavam a paternidade para seus Estados e contestavam o marco inicial. Agora é a vez de uma cria do samba, elegante e sofisticada, abrir os festejos. A bossa nova chega à meia-idade em abril, quando se completam 50 anos do lançamento de “Canção do Amor demais”, disco gravado por Elizeth Cardoso, o mesmo que abriu o espaço para a revolucionária batida de violão de João Gilberto em duas faixas, “Chega de Saudade”, de Tom Jobim e Vinícius de Moraes, e “Outra Vez”, de Jobim.

O *EU&* informa que Carlos Lyra e Roberto Menescal não concordam que o disco da



Elizeth seja considerado o marco da bossa nova e explica que há dois outros embriões: 1) em 1957 (músicos da classe média carioca: Lyra, Nara Leão, Menescal e Sylvia Telles), o primeiro movimento musical a sair das faculdades; 2) em 1958 (para muitos o verdadeiro início) com o lançamento pela Odeon do disco 78 rotações, “Chega de Saudades” e “Bim Bom” de João Gilberto.

O suplemento continua a argumentação sobre a falta de consenso quanto ao marco inicial e informa que para Billy Blanco¹⁸⁸ o gênero nasceu quando, em

1953, Johnny Alf compôs “Rapaz de Bem” com estrutura harmônica arrojada para a época. Carlos Lyra discorda por entender que o Alf foi importante por causa dos acordes dissonantes, mas não fez bossa nova, pois era um movimento elitista, nem por isso de menor valor. Já para Marcos Valle, “o que caracteriza a bossa nova é o ritmo da batida do violão de João Gilberto, a harmonia de Tom Jobim e as letras de Vinícius de Moraes”. Ou seja, o

¹⁸⁸ *EU&* - Billy Blanco - melodista de transição entre o samba-canção e a bossa nova

EU& se reafirma como espaço de debate ao apresentar a diversidade de opiniões para o leitor.

Mantendo a polêmica, o suplemento também expõe alguns dos conflitos ao acrescentar que Sérgio Ricardo deixou de frequentar as reuniões na casa de Nara e saiu da bossa nova quando surgiu “o clubinho zona sul”. Para Claudette Soares o grupo era preconceituoso, diz que, no Rio só conseguiu cantar em um grande evento porque ela era conhecida como a “princesinha do baião” e que quando decidiu gravar Roberto Carlos a porta se fechou de vez. O caderno informa, ainda, que Alaíde Costa tem queixa semelhante, pois por ser negra, os produtores queriam que ela cantasse samba.

A partir da narrativa do suplemento, o leitor toma conhecimento de que Oscar Castro Neves, Sérgio Mendes, Luiz Bonfá e Eumir Deodato tiveram longa carreira de sucesso nos EUA com o samba de João Gilberto e que, em 1962, ano do *show* no *Carnegie Hall*, Stan Getz e Charlie Byrd (músicos de jazz) gravaram versão instrumental de “Desafinado” (Jobim e Newton Mendonça). Tom Jobim e João Gilberto também tiveram várias músicas gravadas por Frank Sinatra, Ella Fitzgerald, Miles Davis, Sarah Vaughan, Oscar Peterson, Bill Evans. O suplemento informa que essas gravações despertaram a fúria de certos críticos, como José Ramos Tinhorão, que defendia a tese de que a bossa nova era “uma cópia barata da música popular americana”. A reportagem traz a informação inusitada de que, em represália às críticas, “Jobim comprou a planta tinhorão e fazia o último xixi da noite nela”.

O texto traduz uma atmosfera de agradável saudosismo por parte das fontes, mas sem apelação. Informa que a fase ortodoxa do gênero foi de 1958 a 1965, quando deixou de ser “amor, sorriso e flor” e Carlos Lyra e Sérgio Ricardo compuseram canções mais politizadas e Nara passou a receber músicos do morro, como Zé Keti e Paulinho da Viola. A segunda fase influenciou diretamente uma geração inteira de músicos: Chico Buarque, Edu Lobo, Francis Hime, Caetano Veloso, Gilberto Gil (MPB). Segundo o *EU&*, Carlos Lyra se orgulha do movimento bossa nova: “As duas fases da bossa nova, a romântica e a social, têm grande valor artístico. (...) O nosso legado é grande”.

A reportagem tem fluência verbal bem articulada, reconhece a contribuição inegável da bossa nova para a cultura brasileira em relação a referenciais internacionais, expõe com cuidado a opinião dos entrevistados de forma abrangente, sensível e contextualizada para situar o leitor quanto ao significado de cada apreciação, e, mais uma vez, deixa para o leitor a tarefa de decidir. Além dos citados, ouve também Tarik de Souza (crítico musical), Jairo Severiano (pesquisador) e Marcos Valle.

6.3.2. Aquela velha amizade

O título da segunda matéria, também de autoria de Tom Cardoso, é “Aquela velha amizade”¹⁸⁹. Trata-se de uma entrevista mútua de artistas da bossa nova (eles se entrevistam, em tom de “roda de conversa” sobre histórias, personagens e bastidores dos 50 anos do movimento artístico): Alaíde Costa, Carlos Lyra, Claudette Soares, Roberto Menescal, Billy Blanco, Normando Santos, Sérgio Ricardo e Marcos Valle.

A entrevista, no formato pingue-pongue flui, ao que tudo indica (até pelo título) espontaneamente. Assim, o suplemento aparentemente não interfere e registra as respostas de vários representantes do gênero musical. Carlos Lyra diz que a bossa nova é a expressão de uma classe social de uma época e não um “estado de espírito”; Roberto Menescal diz que há muitas canções de bossa nova, mas que o público quer ouvir sempre as mais famosas, que todos os dias há cantores novos e que, portanto, não há músicas suficientes para todos. Sérgio Ricardo informa que em 2008 vai lançar um disco com as canções censuradas pelos militares e que não sabe se faria outra do tipo “Zelão” para protestar contra o governo Lula, porque os avanços sociais no governo dele são inegáveis.

Marcos Valle diz que a canção favorita dele é “Dia de Vitória” (feita depois da “Passeata dos Cem Mil”, em 1968, no Rio) e a mais famosa e que lhe deu mais dinheiro foi “Samba de Verão”. Claudette Soares afirma que “a escola de Elizeth Cardoso era o samba-canção”, mas que ela era uma intérprete de vários recursos e não precisava ficar presa a gênero nenhum. Billy Blanco menciona que o Rio está violento, mas ainda serve de inspiração, que tem várias canções na gaveta, mas não quer gravar do jeito que as gravadoras propõem. Normando Santos (mais de 40 anos morando em Paris) diz ser esta é a razão de ter sido marginalizado pela turma da bossa nova, pois o filme “Coisa Mais Linda – Histórias e Casos da Bossa Nova”, dirigido por Paulo Thiago, em 2005, nem sequer cita o nome dele.

Como se pode perceber, aparentemente não há roteiro prévio para as perguntas e o leitor passa a ser inserido nas reminiscências desta “roda de conversa” cultural de forma absolutamente natural.

6.3.3. Festivais, shows e filme para celebrar

A terceira matéria, também de Tom Cardoso, sobre o tema tem por título “Festivais, shows e filme para celebrar”¹⁹⁰ e tem por gancho o anúncio de quatro eventos comemorativos

¹⁸⁹ “Aquela velha amizade” – *EU&*, nº 378, de 4, 5 e 6/jan/2008, p.15-16

¹⁹⁰ “Festivais, shows e filme para celebrar” – *EU&*, nº 378, de 4, 5 e 6/jan/2008, p. 16-17

dos 50 anos da Bossa Nova: (1) o lançamento da agenda “Anotações com Arte” com os olhos de Nara estampados; (2) o filme da vida de Tom Jobim a ser feito por Nelson Pereira dos Santos; (3) a realização de festivais universitários de bossa nova e (4) um grande espetáculo que vai reunir em Brasília, SP e Rio artistas internacionais e velhos militantes do gênero.

O *EU&* relembra que a “agenda” já homenageou Vinicius, Chico e Tom Jobim e foi idealizada por Fred Rossi que também acerta os detalhes para os festivais em 15 cidades paulistas entre maio e junho (presenças confirmadas: Roberto Menescal, Carlos Lyra, Wanda Sá e Os Cariocas). Informa, ainda, que, apesar dos protestos de Carlos Lyra, os empresários escolheram mesmo o disco de Elizeth em abril como marco da bossa nova em outro evento que deve juntar velhos amigos e parceiros para o festival “Chega de Saudade – 50 Anos de Bossa Nova”, organizado pelo empresário Leonardo Soltz e pelo produtor artístico Rogério Brandão em clima do *Carnegie Hall* –Nova York, 1962, misturando artistas brasileiros e americanos como Tommy James e Kristine Mills (pianista e vocalista da Duke Ellington Orchestra) e do guitarrista John Pizzarelli - evento previsto para Brasília, Rio e São Paulo depois para a Europa, EUA e Japão. Ou seja, informa que as atividades comemorativas vão extrapolar o território nacional, mas que ainda não conseguiram convencer João Gilberto a dar uma canja, pois o músico “anda cada vez mais recluso”. Haverá, ainda, homenagem a Tom Jobim (1994) e cita os eventos que registram esse reconhecimento:

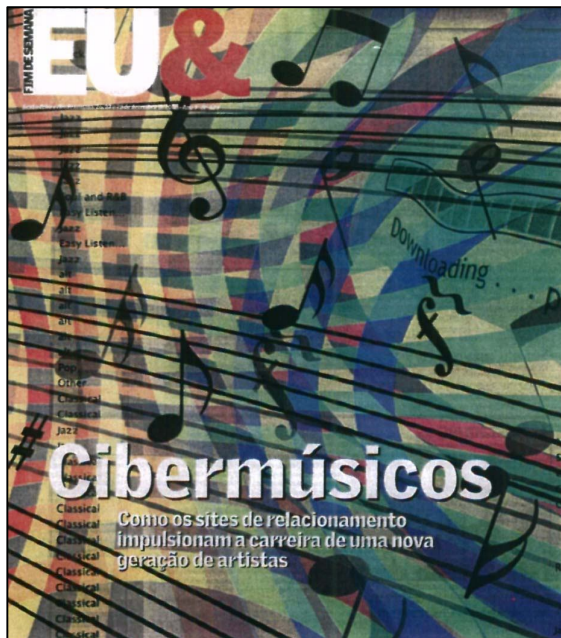
A caixa “Maestro Soberano”, dirigida por Roberto de Oliveira, lançada pela Biscoito Fino, é um grande esforço de pesquisa, obrigatória para os fãs do músico e de música brasileira. Não há como entender o sucesso da bossa nova sem ouvir Jobim. A mesma Biscoito Fino acaba de lançar o DVD “A Casa do Tom – Mundo, Monde, Mondo”, deliciosa compilação de imagens dirigida por Ana Jobim, mulher de Tom por 17 anos. “É um filme caseiro, que narra a paixão do Tom pela música, pela família e, sobretudo, pela natureza”, conta Ana.

E, para encerrar as homenagens ao maestro, o *EU&* revela que em breve Nelson Pereira dos Santos deve começar as filmagens de “Antônio Carlos Jobim – O Homem Iluminado”, inspirado no livro homônimo escrito pela irmã do compositor, Helena Jobim. A reportagem fornece para o leitor as informações sobre eventos e produtos culturais referente ao gênero musical disponíveis no mercado. Ouve: Fred Rossi (produtor cultural) e Jairo Severiano (pesquisador).

6.4. Música – Internet

6.4.1. Os novos sons da banda larga

“Cibermúsicos” é a chamada de capa da edição nº 429, completada com a frase:



“Como os sites de relacionamento impulsionam a carreira de uma nova geração de artistas”. A reportagem interna, feita por Cadão Volpato¹⁹¹, intitula-se “Os novos sons da banda larga”¹⁹², com a linha-fina: “A música sofre transformações gigantescas a partir dos sites de relacionamento e das infinitas possibilidades sugeridas pela internet”.

A reportagem trata com abrangência atualíssima as transformações ocorridas no setor da música pela internet e já é anunciada no próprio *lead*:

Informação, entretenimento, consumo, trabalho, comunicação, sociabilidade: tudo isso cabe num mesmo pacote para quem é, gostaria de ser ou finge que é jovem. Tudo isso se encontra na internet. E de todas as áreas atingidas pelo furacão virtual, a música é a que parece fazer circular, com mais desenvoltura, aquilo que as pessoas experimentam na rede. “Já existe uma geração web”, diz a artista e professora de pós-graduação em Comunicação e Semiótica da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP) Giselle Beiguelman. “Mas não é um fenômeno exclusivo da música. Repete-se na área de fotografia, vídeo e, conforme as tecnologias avançam, as bandas se alargam e os equipamentos se tornam mais baratos, promete alterar radicalmente as formas de circulação de cinema e televisão.”

O texto informa que na produção e na difusão dos fenômenos musicais, as novas tecnologias, além de facilitar os processos, barateiam os equipamentos e devem promover mudanças radicais na forma de fazer televisão e cinema. Cita as novas bandas, parcerias, concursos e difusão de fenômenos musicais virtuais, como o concurso “HttpSom”: banda “Nancy”, de Brasília, a banda “Cansei de Ser Sexy” hoje coqueluche mundial, a banda inglesa “Artic Monkeys”, a cantora de 16 anos Mallu Magalhães que “saltou da MySpace para o colo da mídia”; a banda “Los Hermanos” que usou o MySpace para difundir sua

¹⁹¹ EU& - Cadão Volpato - jornalista, músico e escritor

¹⁹² “Os novos sons da banda larga” – EU&, nº 429, de 26, 27 e 28/dez/2008, p.4-8

música; o trio multinacional “*Little Joy*” com vários shows agendados de Denver (Colorado) a Portland (Oregon); a banda paulista “*Los Pirata*” (banda paulista trocou idéias e gravações pela internet); “Jay-Z” (*rapper* da grande indústria postou no MySpace).

A matéria também oferece ao leitor a noção do enorme impacto sofrido pelas gravadoras, as quais precisam descobrir novos papéis e informa que elas estão se recompondo e atuando em segmentos como a promoção de shows e se associando a artistas e empresários, conforme Haryston Oliveira, diretor de marketing do *MySpace* Brasil. Mas o suplemento também expõe o confronto de interesses, como é o caso da opinião do jornalista e DJ Lucio Ribeiro: “Graças a Deus nos livramos de amarras mercadológicas burras que travavam nosso crescimento e nosso avanço em todas as direções e públicos”.

O *EU&* explica que para alguns, o desgarramento pela internet é libertário e permite a criação em parceria à distância e até multinacional. Informa que para Giselle Beiguelman “é a internet que está mudando completamente a maneira de acessar a produção cultural como um todo” e a guinada se deve às redes sociais, como *MySpace*, e às plataformas de compartilhamento (BitTorrents e-mule e KazaA. Revela também as transformações no processo de produção musical, ao expor que agora o artista não cria para a multidão e sim no que acredita, mas que, segundo Lucio Ribeiro, sempre haverá um “curador” informal para guiar o desconhecido (pode ser um jornalista do *New York Times* ou um garoto de 17 anos numa sala de aula em que os colegas confiam), portanto, “o filtro abriu geral”.

O suplemento reconhece a importância das novas tecnologias, quando, por exemplo, cita que a “geração web tem nas mãos um mundo em transformação, mas que possibilita ações mais democráticas, ao gosto do freguês. Pelo menos por enquanto” e que mais mudanças estão por vir (convergência: computadores, celulares, sites jornalísticos e blogs). O autor da matéria informa também que todos os entrevistados têm entre 27 e 46 anos e que “o futuro nunca esteve tão perto, tão aberto e tão musical”.

Por meio desta reportagem o leitor tem a noção do cenário ilimitado de recursos do emprego da internet na música que ganha o mundo em apenas alguns “clics” e provoca transformações da maneira de produzir e de difundir a produção musical, com impactos enormes em vários ramos de atividade que se veem obrigados a buscar alternativas.

Ouve também: João Paulo Gomes (banda brasiliense Nancy); Carlos Eduardo Miranda (produtor musical e um dos criadores da Trama Virtual); Flu (gaúcho e outro dos vencedores do HttpSom); Rodrigo Amarante (outro integrante da banda *Los Hermanos*).

7. Teatro

7.1. Nacional

7.1.1. Com a palavra, Nelson Rodrigues

Na capa da edição 11, além da informação de “inédito”, há a seguinte chamada:



“Nelson Rodrigues: o eterno retorno”, completada com a frase: “Nos 20 anos de sua morte ele está de volta em entrevista e romances” sobreposta à foto (feita por Amicucci Galo, da Abril Imagens) de Nelson com o personagem-símbolo do programa “A Cabra Vadia”, da TV Globo. Nas páginas internas a entrevista pingue-pongue de Dênis de Moraes, recebeu o título: “Com a palavra, Nelson Rodrigues”¹⁹³ e a linha-fina: “Nos 20 anos de sua morte, leia com exclusividade entrevista inédita, feita em 1979”.

Trata-se de entrevista para um trabalho acadêmico feita por Dênis Moraes com o dramaturgo em maio e junho de 1979 (um ano antes de ele morrer) sobre o projeto de criar uma peça com nove atos a serem apresentados em dias consecutivos (três em cada dia) ou tudo na sequência. O caráter de ineditismo é destacado pelo suplemento, como estratégia de valorização da informação cultural. O objetivo da entrevista era obter o depoimento de Nelson sobre sua carreira. No primeiro encontro de três horas Moraes não gravou nada. No segundo encontro, Nelson aconselhou-o a procurar Otto Lara Resende, Hélio Pellegrino e Salim Simão e depois pediu adiamento das gravações por causa da preocupação com o filho Nelsinho preso político no regime militar libertado pela anistia.

O *EU&* informa que Nelson “reclama da incompreensão dos críticos, diz que o engajamento político de autores e atores quase acabou com o teatro brasileiro e, sem medo, disparou uma frase digna do ‘reacionário’ que dizia ser: ‘Marx e Brecht fizeram um mal tenebroso a essas gerações’”, explica Nelson. Ele fala do “amor eterno e da infidelidade por

¹⁹³ “Com a palavra, Nelson Rodrigues” – *EU&*, nº 11, de 14, 15 16 jun 2000, p.16-19

vício”, classifica a educação sexual como “uma das sinistras imposturas da nossa época” e sente saudade do período em que a mulher era valorizada: “Antigamente, a mulher não era objeto. Ela era divina. Havia um clima de adoração pela mulher”, explica Nelson.

O suplemento esclarece que para Nelson “os costumes dão ao homem a sua exata dimensão humana” e por isso dedicou-se a “tragédias de costumes” e que “todas as vezes que o autor resolve na ficção uma situação existencial em termos dramáticos, o choque do público é imenso”. A espontaneidade e a franqueza do dramaturgo durante a entrevista são expostas como, por exemplo, quando Nelson afirma que não lia mais as críticas sobre ele, que “os diretores burros traduzem melhor suas idéias no palco” porque não querem alterar a obra e que as adaptações de suas peças para o cinema não tinham traduzido suas idéias.

O jeito sincero, autêntico e contumaz de Nelson também se revela no texto quando ele afirma que a “crônica esportiva tem responsabilidade grande nos fracassos do futebol brasileiro e uma influência muito pequena nos trunfos” e que a mulher é infiel por vício: há as prostitutas vocacionais e as adúlteras vocacionais. A matéria mostra também a crença dele de que todo “amor é eterno. Se acaba é porque não era amor”.

A situação difícil do artista brasileiro de se sustentar apenas por meio da arte se torna pública no *EU&* por meio da declaração do dramaturgo de que ele não teria condições de viver só de teatro no Brasil. Durante a entrevista, Nelson cita Leopoldo Fóes, Procópio Ferreira, Molière, Eva Tudor, Marlon Brando, Tennessee Williams, Marx e Brecht.

7.1.2. Nelson por Lúcia

Outra entrevista, pingue-pongue, sem crédito, mas com a indicação de exclusividade, com o título “Nelson por Lúcia”¹⁹⁴ com a segunda mulher do dramaturgo, Lúcia Cruz Lima e mãe de Daniela (que é cega) e que viveu com ele de 1961 a 1969. Ela diz que ficou tanto tempo sem dar entrevista por causa de coisas desagradáveis que ocorreram, mas não entra em detalhes e conta episódios engraçados que viveram. Conta que se conheceram na casa da mãe dele enquanto ele ainda estava com a Elza (primeira mulher). Ela confirma que era apaixonada por ele, que a família resistiu muito à união deles, que ela o orientava a se vestir melhor e que costumava dar palpites nas peças dele.

O suplemento informa que quando Nelson descobriu que o problema da filha tinha sido demora no atendimento quis bater no médico (ela sofreu paralisia cerebral aos sete meses). O *EU&* registra que, segundo Lúcia, Nelson foi muito corajoso ao escrever mesmo

¹⁹⁴ “Nelson por Lúcia” – *EU&*, nº 11, de 14, 15 16/jun/2000, p.20-21

sofrendo ameaças de terroristas, que ele se aproximou muito dos militares por causa do filho Nelsinho e que ele e Otto Lara Resende nunca brigaram.

De acordo com a entrevista, o dramaturgo gostava de se misturar ao público para ouvir os comentários sobre sua obra, que ele ficou bem financeiramente com o teatro, mas não milionário e que costumava emprestar dinheiro sem receber de volta. Ela cita: Hélio Pellegrino, Sábato Magaldi, Paulo Mendes Campos, Autran Dourado, Flávio Rangel, Ziembinski, Villa-Lobos.

7.1.3. Em cena, no placo e na tela

“Em cena, no placo e na tela”¹⁹⁵ é o título da terceira matéria sobre Nelson Rodrigues, cuja autora é Lígia Sanches. Na reportagem, ela narra que ele entrou para a dramaturgia em 28 de dezembro de 1943, com a obra ousada “Vestido de Noiva” (dirigida pelo polonês Zbigniew Ziembinski). Informa que Nelson Filho e o irmão Joffre Rodrigues trabalham nas comemorações de 20 anos da morte do pai. Nelsinho produz e dirige “A Vida Como Ela É” (adaptação das sete histórias e de Braz Chediak), com estréia em 23 de agosto, no Teatro Nelson Rodrigues no Rio; Joffre trabalha na adaptação do “Vestido de Noiva” para o cinema (produção orçada em R\$ 9 milhões), cujas filmagens começam ainda este ano.

Fala da parceria com a Uerj no projeto “Nelson Rodrigues 20 anos” previsto para outubro. A matéria informa também outras montagens: “Vestido de Noiva”, Eduardo Tolentino, na Polônia; “A Mulher Sem Pecado” Luis Arthur Nunes, com produção de José Abreu. Cita também as produções no cinema: “Bonitinha, mas Ordinária”, “Boca de Ouro”, “Beijo no Asfalto”, “Toda Nudez Será Castigada”, “A Falecida”, “Os Sete Gatinhos”

7.1.4. Em busca do Nelson perdido

“Em busca do Nelson perdido”¹⁹⁶, de André Luiz Barros, informa sobre a pesquisa referente ao dramaturgo que o diretor Caco Coelho fez em 3 mil jornais, com mais de 300 reportagens e seis colunas de Nelson, entre 1927 e 1936. A pesquisa comprova que ele não escreveu movido por doença ou para se curar, porque “desde seu início, nos anos 20, seu estilo já tem traços do que viria depois”. Informa que o diretor monta uma adaptação do romance inédito “A Mentira”, escreve André no suplemento.

¹⁹⁵ “Em cena, no placo e na tela” – *EU&*, nº 11, de 14, 15 16/jun/2000, p.22-23

¹⁹⁶ “Em busca do Nelson perdido” – *EU&*, nº 11, de 14, 15 16/jun/2000, p.23

7.2. Internacional

7.2.1. Letras finais - Do suicídio como arte

“A morte da donzela” é a chamada da capa da edição nº 130, com a frase: “Leia



entrevista exclusiva com Isabelle Huppert, que vem ao Brasil no fim do mês com peça teatral sobre criação e suicídio”, cuja reportagem foi feita por José Castello e recebeu o título: “Do suicídio como arte”¹⁹⁷ com a linha-fina, que já indica o gancho jornalístico: “No mês dos 40 anos da morte de Sylvia Plath, Isabelle Huppert traz a São Paulo peça sobre outra escritora suicida, um tema delicado e recorrente na literatura”.

O *EU&* informa que o espetáculo será a montagem de “4.48 Psicose” da escritora inglesa Sarah Kane, que se

enforcou em 1999 com 28 anos de idade e explica que a peça é um testamento da escritora e a antecipação de seu suicídio. O tema denso é tratado com propriedade pelo suplemento ao afirmar que a peça tem uma “característica da arte contemporânea que é o interesse pelo fragmento e pela loucura”, ou seja, coloca o leitor em contato com estes atributos. Também esclarece que a própria autora tinha declarado “que sua peça ‘fala de uma depressão psicótica e daquilo que acontece no espírito de uma pessoa quando desaparecem as barreiras que distinguem a realidade das diversas formas de imaginação’.” Portanto, a sensibilidade e o estado mental da autora ficam expostos já no início da matéria, como se preparasse o leitor para o mergulho no interior da alma suicida. A reportagem se apresenta de forma tensa, assim como o próprio tema, cujo enredo trata de uma jovem à beira do suicídio, sobretudo porque Sarah se matou um ano depois de escrever “4.48” e notifica o leitor de que a autora levou para sua “dramaturgia os aspectos mais incômodos da sociedade contemporânea: a violência, as drogas, a marginalidade, o sexo compulsivo”.

Entretanto, esclarece que este não é um caso isolado, pois faz 40 anos do suicídio da poeta americana Sylvia Plath, cujos poemas, segundo o suplemento, apesar de “arrancados do

¹⁹⁷ “Do suicídio como arte” – *EU&*, nº 130 de 14, 15 e 16/fev/2003, p.10-12

real, não podem ser classificados como ‘confessionais’, já que ultrapassam em muito o domínio da revelação pessoal”. Informa que a vida de Sylvia vai virar filme “*Ted and Sylvia*” e que nos EUA acaba de ser lançado o livro “*Wintering*” (de Kate Moses) sobre os últimos meses de vida dela. De forma resumida, Sylvia perdeu o pai aos 8 anos, aos 21 tenta suicídio, é internada, submetida a eletrochoques. Três anos depois vai para Cambridge com bolsa de estudo e conhece o poeta Ted Hughes com quem se casa. Em 1962 faz nova tentativa de suicídio. Depois de 6 anos Ted a abandona para viver com a alemã Ásia Wevill. Sylvia em depressão profunda se muda para Londres onde, depois de preparar o leito dos filhos Frieda e Nicolas, escreve um bilhete de despedida e se mata por meio de gás de cozinha.

O suplemento também informa que Ted ficou com a imagem de um marido machão que levou a mulher à insanidade, porque Ásia também se mata em 1969 e leva a filha Shura junto. A terceira mulher de Ted também tentou suicídio. E que para tentar mudar esta imagem Ted escreveu as “*Birthday Letters*” (88 magníficos poemas sobre os tormentos da vida com Sylvia). Informa que ela era vista como “uma mulher sadia, vaidosa e irônica, viveu em constante descompasso com seu tempo. Nesse abismo que a separava de seus semelhantes surgiram, provavelmente, seus extraordinários poemas”. Ou seja, sobre os fatos da vida dela, o suplemento não emite qualquer juízo de valor, apenas informa, mas com relação à herança cultural por ela deixada, fica evidente que reconhece a relevância da poeta.

A reportagem também narra histórias de outras escritoras que se suicidaram. Cita a inglesa Virgínia Woolf (59 anos) que se atirou no rio Sussex com pedras nos bolsos e a escritora e psicanalista Maud Mannoni que afirma que a loucura percorre toda a obra de Woolf. Associa a beleza e sensualidade de Sylvia à da poeta Forbela Espanca (36 anos), que também se suicidou em 1930 e cujo interesse pela morbidez se manifestou desde a infância em obras depressivas, como as de Antero de Quental que também se suicidou em 1891, aos 49 anos. O suplemento cita que “a beleza e a sensualidade também não salvaram a poeta carioca Ana Cristina César, do suicídio em 1983 aos 31 anos atirando-se pela janela de um apartamento do sétimo andar, onde vivia sob os cuidados de uma enfermeira” e cuja poesia, era “experimental, erudita e confessional”.

O *EU&* detecta que, foram mulheres de pensamentos livres, que viveram em desacordo com o mundo e com suas épocas e que foram “mulheres para quem, talvez, a presença masculina se tornasse asfixiante como as manifestações em personagens célebres da literatura, como Emma Bovary (de Flaubert), Ana Karenina (de Tolstoi), Jocasta, Freda e Antígona. A reportagem menciona, ainda, o suicídio de escritores masculinos, o Dicionário de Suicidas

Ilustres (de J. Toledo), como Ernest Hemingway¹⁹⁸, o japonês Yukio Mishina¹⁹⁹, o italiano Cesare Pavese²⁰⁰, Pedro Nava²⁰¹, Paul Celan²⁰², Gogol²⁰³, Walter Benjamin²⁰⁴, Empédocles²⁰⁵.

Além das pessoas acima também estão citadas: Kate Moses, Freud, Melanie Klein, Flaubert, Tolstoi. Percebe-se, portanto, que o desenvolvimento da matéria, demandou ampla pesquisa e conhecimento por parte do autor e que o resultado se revela como incremento cultural para o leitor.

7.2.2. Em cena, morte à francesa

Uma entrevista pingue-pongue, feita por Fernando Eichenberg, para o *Valor*, de Paris, com Isabelle Huppert, recebeu o título “Em cena, morte à francesa”²⁰⁶. O texto introdutório mostra que apesar da altura (1,52 m) Isabelle Huppert (49 anos) “solitária no palco é imensa. É o mínimo que se pode dizer de sua interpretação em ‘4.48 Psycose’” peça a ser encenada no Sesc Anchieta. Cita que ela parece ter introjetado as palavras do antigo professor do Conservatório de Versailles que dizia que “o trabalho do ator é melhor que todas as drogas e bebidas alcoólicas: é um veneno mágico”.

A maioria das questões não interroga, mas apenas faz afirmações que são completadas pela atriz como um diálogo, explora bem as relações entre ela, a autora e a personagem. Informa que Isabelle não considerou um risco a proposta de encenar Sarah porque o texto propõe “uma forma completamente inédita (...) e também alcança a proeza de que seja algo completamente interpretável, com indicações de ritmo, de silêncio, de cadências”. Ela destaca como exemplo que “quando se faz ressoar o silêncio, a frase é ouvida de forma diferente, e o silêncio também” e que a personagem “diz coisas muito simples, mas bastante essenciais. Ser independente e agir segundo seus desejos e desafiar as convenções”.

O *EU&* também explica que, segundo a atriz francesa, Sarah tinha a crença de que “o teatro poderia despertar as consciências”, que a escritora “fala dela, mas também do mundo” e que a força da escrita dela reside em não ter um “texto unicamente centrado nela, puramente narcísico”. A atriz cita o filme “*La Vie Promise*”, de Olivier Dahan em que atuou e “A Pianista” e que, para ela, “os grandes papéis sempre passam pelo confronto entre a violência

¹⁹⁸ *EU&* - Ernest Hemingway – um tiro de espingarda de dois canos na boca em sua fazenda

¹⁹⁹ *EU&* - Yukio Mishina – cometeu haraquiri

²⁰⁰ *EU&* - Cesare Pavese – mal sucedido no amor ingeriu barbitúricos

²⁰¹ *EU&* - Pedro Nava – assistia TV, atendeu ao telefone, saiu sentou na calçada e deu um tiro na cabeça

²⁰² *EU&* - Paul Celan – atirou-se nas águas do Sena depois de queimar os originais de seu livro

²⁰³ *EU&* - Gogol – deixou-se morrer por inanição

²⁰⁴ *EU&* - Walter Benjamin - envenenou-se

²⁰⁵ *EU&* - Empédocles – atirou-se dentro de um vulcão

²⁰⁶ “Em cena, morte à francesa” - *EU&*, nº130, de 14, 15 e 16 fev/2003, p.12-14

própria e a violência do mundo”. Ainda sobre o cinema, a atriz esclarece: “Algumas vezes filmei com atores que talvez me achassem solitária, mas não sou voltada para mim mesma ou solitária, mas dou o que tenho para o filme, não para a pessoa que está a meu lado”.

O *EU&* também esclarece que quanto ao lado “solar (EUA)” e “sombrio (francesa)” atribuído à atriz, ela diz que “é uma coisa cultural. Há uma forma de reflexão, introspecção que é bastante francesa” e que “são as diferenças que são interessantes”. Cita: diretores Bob Wilson e Peter Zadeck, diretor Werner Schoreter, diretor Michael Haneke, Michael Cimino.

A partir das duas matérias referentes ao tema de capa, com fundamentação em ampla pesquisa, oferece ao leitor uma abordagem abrangente e aprofundada do tema, tanto no que diz respeito a propor arte teatral quanto aos autores, homens e mulheres, que viveram em descompasso com o seu tempo e/ou realidade e buscaram na morte a solução para suas angústias. A leitura da matéria permite boa dose de reflexão sobre o sentido da vida e da morte, portanto leva à ampliação da visão humanística da realidade.

8. Cultura geral

8.1. MST

8.1.1. A reforma cultural do MST

A capa da edição nº 6, ilustrada com foto de Sebastião Salgado dos integrantes do MST votando em assembléia com os podões e braços levantados, tem como chamada “A cultura do MST” completada com a frase: “Um dos principais teóricos do movimento, Ademar Bogó, fala sobre as várias questões ideológicas que estão na pauta do grupo em entrevista exclusiva ao *Valor*” e, internamente, a entrevista, tipo pingue-pongue, feita por Sergio de Carvalho intitula-se “A reforma cultural do MST”²⁰⁷ e é completada praticamente pela mesma linha-fina da capa. Há um texto, com crédito para CELS, que precede a entrevista e que situa o leitor de forma clara com leitura lúcida da realidade. O trecho a seguir é um bom exemplo dessa lucidez:

O Movimento dos Trabalhadores Rurais sem Terra existe há 21 anos e nos últimos 10 tem ocupado espaço destacado e crescente na agenda pública brasileira. A sociedade conhece bem a prática política do MST. Setores expressivos a condenam por a considerar radical e violenta. Mas os princípios teóricos que dão rumo ao movimento são quase desconhecidos. A percepção da maioria é de que a ideologia do MST se confunde com a do Partido dos trabalhadores ou a dos agrupamentos tradicionais de esquerda.

²⁰⁷ “A reforma cultural do MST” – *EU&*, nº 6, de 9, 10 e 11/jun/2000, p.16-20

O texto esclarece que o que se depreende do depoimento de Bogo²⁰⁸ é que o movimento tem “um ideário difuso, que mistura misticismo religioso com princípios



doutrinários marxistas simplificados, elementos da cultura de massa com folclore, ingenuidade com teoria revolucionária, utopia comunitária com respeito ao direito da pequena propriedade privada”. E que hoje há mais discordâncias do que pontos em comum com os partidos com os quais o MST é confundido e que “Bogo afirma que não há repressão cultural no MST: ‘Você não pode constranger alguém a optar por uma ideia sobre a qual não tem clareza’”. Assim, a estratégia é “deixar as pessoas conviver, com suas diferenças. A produção simbólica ocorre

durante os encontros dos grupos, muitas vezes por meio de encenações de histórias reais”.

Quanto à entrevista de Sérgio de Carvalho, o texto introdutório afirma que

um projeto de reflexão sobre a cultura vem sendo desenvolvido há alguns anos dentro do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST). Não se liga apenas à produção simbólica, mas envolve uma autocrítica feita pelo movimento dos sem-terra sobre sua atuação histórica e sobre as formas de sociabilidade dentro dos quase mil assentamentos do país. O ponto de partida, para os integrantes do MST, é que o conceito de cultura pressupõe uma nova atitude de produção e convivência social.

Também traz dados sobre o entrevistado ao informar que ele tem 43 anos, é catarinense, vai lançar em agosto o livro “Um Povo Feito de Terra”, mora da Bahia onde recebeu o *Valor* com exclusividade e que esta é a primeira entrevista que ele concede a um veículo de comunicação. Portanto, mais uma vez, o *EU&* valoriza a importância da fonte e o caráter exclusivo da entrevista realizada.

Com relação ao início do projeto, Bogo diz que ele sempre esteve de forma implícita desde o início do movimento: “nós valorizávamos esses aspectos subjetivos, embora não tivéssemos a noção do que isso representava na consciência social das pessoas”, que desde as primeiras ocupações em 1979 o pessoal cravava uma cruz no terreno e que “a própria

²⁰⁸ *EU&* - Ademar Bogo - militante do MST, ex-seminarista, sistematiza em livros aspectos da cultura do movimento

simbologia do movimento (...) nasce de uma apropriação crítica daquilo que as pessoas traziam da tradição da vida no campo”. Explica que para Bogo, parte da força simbólica do MST se liga ao fato de ele não ter rejeitado essa base mística dos hábitos do campo.

O suplemento explica que, segundo Bogo, havia uma “imagem negativa em relação à arte” e que pensou primeiro em gravar um CD com a produção musical, mas houve resistência. Em 97-98, a cultura passou a ser mais discutida nas reuniões e seria necessário “em primeiro lugar fazer uma revolução no comportamento”. Ele esclarece que o MST estava “tomando latifúndios, distribuindo terra e, mesmo assim, produzindo com as mesmas orientações destrutivas da grande agricultura” e que é preciso ajudar a construir um novo tipo de camponês com consciência histórica.

O EU& questiona se há “vontade de rediscutir o individualismo que surge” após a luta coletiva pela terra e ele responde que sim porque é preciso “discutir qual é a relação social de base” e que há resistência dos assentados quanto às cooperativas porque eles têm o mesmo sentimento de propriedade do sistema capitalista “quem não tem propriedade não tem valor”. Quanto ao integrante do MST ter interesse na sociedade capitalista, Bogo responde que mesmo se alguém trabalhar individualmente pode defender o socialismo, assim como quem trabalha de modo coletivo pode não defender e que “ambos podem até nem ter noção do que é socialismo” e completa que a intenção não é “entrar no mercado para vender para a elite”.

Com, relação à alienação do trabalho (Marx) ele diz que “a discussão é ampla e ainda não está disseminada dentro do movimento”, pois é difícil discutir filosofia com quem que está mais preocupado em prover a subsistência e que é preciso “uma revolução dentro dessa reforma [agrária]”. Sugere ao repórter a ideologia alemã de Marx, pois “a consciência social vem da convivência social” e que “não é possível proibir as pessoas de ter contato” com a sociedade capitalista, mas que é possível fazer escolhas: “eu não controlo a Globo, não controlo o jornal, mas posso controlar a minha opinião quando eu leio, quando eu vejo”. Ele explica que “em tese, uma revolução cultural se dá depois que você chega ao poder. Como nós não estamos no poder, defender essa ideia seria uma posição idealista”.

O entrevistado entende que a estratégia do Estado “é desqualificar o inimigo” para que a sociedade retire o apoio ao movimento (imagem de baderneiros e de desvio de dinheiro), e aponta como saída a recuperação do respeito com gestos contrários ao que a mídia (nas mãos dos dominantes) divulga e que o lado mais importante do movimento “é fazer um ser humano se sentir humano (...). É preciso resgatar o valor da beleza porque isso faz parte da existência humana. Elevar o nível de consciência a uma nova categoria, com novas dimensões, inclusive filosóficas, históricas a beleza”.

8.1.2. Movimento discute novo modelo de cidade

Uma matéria secundária, assinada por Jadyr Pavão, “Movimento discute novo modelo de cidade”²⁰⁹, mostra que o MST está transformando a vila operária abandonada Salto Santiago, com 850 mil metros quadrados, em um núcleo de estrutura urbana com pólo agroindustrial atrelado, que deve abrigar 9 mil habitantes em 400 casas de 42 metros quadrados. Informa, ainda, que outras quatro regiões poderão seguir o mesmo rumo. Também informa que o projeto de Salto Santiago aguarda regulamentação e Plano Diretor, pois deverá ter no total, 3,5 mil casas.

O *EU&* esclarece que “ocupada por operários durante os anos da construção da barragem de mesmo nome, no rio Iguaçu, entre 1975 e 1982, Salto de Santiago chegou a abrigar 13 mil pessoas”. Informa que a estrutura pré-moldada deverá ser reaproveitada em parte: havia ruas asfaltadas, ligações hidráulicas, rodoviária, hotel, escolas, cinema e até um hospital. Pelo projeto, que prevê a aproximação entre “interior” (1.480 lotes dos assentados) e a “cidade” (a ser formada pelos núcleos urbanos), nenhum assentado deverá ficar distante mais de cinco km de algum dos centros. A idéia é gerar cooperativas, outras atividades como fábrica de móveis etc. Informa que a direção regional do MST se reúne dias 17, 18, 24 e 25 [junho/2000] para discutir o plano diretor dos cinco núcleos urbanos.

Ouve o arquiteto João Marcos Lopes da ONG Centro de Trabalhos para o Ambiente Habitado; Elemar Cezimbra, da direção regional do MST.

8.2. USP

8.2.1. É proibido colar

“Clonagem intelectual” é a chamada da capa da edição nº 417 (Anexo 7), completada com a frase: “A crise de confiança na divulgação científica após escândalo na USP”. Nas páginas internas a reportagem de Carla Rodrigues, recebeu o título “É proibido colar”²¹⁰ e a linha-fina: “Escândalo de professores da USP envolvidos com caso de plágio mobiliza intelectuais, que defendem ética em pesquisa, temem pelo futuro da produção acadêmica e argumentam que ‘pressão por resultados’ pode influenciar a baixa qualidade de trabalhos, muitos deles se multiplicando pelo artifício da cópia ou do autoplágio”.

²⁰⁹ “Movimento discute novo modelo de cidade”, *EU&*, nº 6, de 9, 10 e 11/jun/2000, p.21

²¹⁰ “É proibido colar” – *EU&*, nº 417, de 10, 11 e 12/out/2008, p.4-8

A matéria trata de uma questão ética séria e comprova que o suplemento não se exime



de publicar reportagens que possam envolver situações constrangedoras para personagens de altos escalões, o que configura compromisso com a transparência e amplia a credibilidade da publicação. O *lead* situa o leitor de forma elucidativa, não só quanto ao fato ocorrido, mas também quanto à participação da América Latina na produção científica mundial:

Primeiro, a boa notícia: o percentual de participação da América Latina no total de publicações científicas quase dobrou nos últimos anos. Saiu de 1,8% entre 1991 e 1995 para 3,4% de 1999 a 2003, segundo a Unesco. Agora, a má notícia. No rastro desse crescimento, surgiu outro fenômeno do qual a comunidade científica tem menos razões para se orgulhar: o plágio intelectual, que há tempos se configura como um problema para grandes universidades no exterior e acaba de causar estragos na Universidade de São Paulo (USP). Na segunda-feira, o Conselho Curador da Fundação Universitária para o Vestibular (Fuvest) aceitou o pedido de demissão, feito “em caráter irrevogável”, do professor Nelson Carlin, que até então era seu vice-diretor. Denunciado por fraude intelectual, ele recebeu uma moção de censura da reitoria, insuficiente para aplacar os problemas causados pelo episódio.

A reportagem explica que a denúncia feita pelo professor Mahir Houssein, do Instituto de Física, acusa o professor Carlin de ter copiado partes de artigo publicado no volume 75 da revista “*Physical Review C*” e que uma contagem de palavras indica que menos de 23% do artigo é original. O *EU&* reproduz parte da moção de censura e informa que não foi bem recebida por ter sido precedida por um comunicado oficial que pretendia silenciar o caso e que, após tornar-se pública, gerou protestos contra o tratamento brando dos acusados. Além disso, um artigo do jornalista Marcelo Leite, da *Folha de S. Paulo*, cobrou ação mais enérgica e os protestos se multiplicaram.

O suplemento informa que o episódio originou questões sobre o futuro da produção acadêmica da USP, a prática do autoplágio, os riscos de desmoralização do vestibular (Carlin era vice-reitor da Fuvest) e a importância de punir as fraudes. E que também suscitou amplo debate sobre como a fraude pode ser evitada e como “a pressão por resultados” pode influenciar a baixa qualidade dos trabalhos e motivar autoplágio. Mas, a matéria afirma que

não há indícios de que o problema seja maior no Brasil que em outros lugares, e traz referencial externo ao informar que, em 2007, o Escritório de Integridade em Pesquisa dos EUA (ORI) recebeu 217 denúncias de plágio, abriu 14 investigações, encerrou 28 inquéritos, dos quais 10 resultaram em má conduta em pesquisa. Esclarece que no Brasil não há organismo similar e que as instituições só podem resguardar sua imagem se reagir vigorosamente como prática inaceitável.

A reportagem esclarece ainda que, apesar dos comitês de ética, no Brasil faltam mecanismos superiores (EUA e Alemanha têm códigos federais de conduta que permitem processos jurídicos em âmbito criminal e cível contra o autor da fraude). Diz que no primeiro congresso internacional sobre o tema organizado pelo ORI (EUA) 46 países participaram, dos quais três da América Latina e que apenas uma brasileira²¹¹ integrou os debates sobre as iniciativas das agências de financiamento, universidades e editores das principais revistas científicas quanto às medidas de má conduta em pesquisa. Informa que Márcia Triunfol²¹² fundou a Publicase no Brasil depois de viver 12 anos nos EUA para ajudar os departamentos das universidades a aumentar sua capacidade de publicação: “Não se aprende redação científica na universidade”.

Outro obstáculo é escrever em inglês (montam textos a partir de frases prontas retiradas de diferentes artigos). O extenso relatório anual da ORI indica que as medidas preventivas começam na graduação. Roberto Da Matta²¹³ diz que na Notre Dame “como em qualquer universidade dos EUA, o aluno assina um termo de compromisso quando se matricula. Se flagrado em qualquer prática fraudulenta, vai a julgamento no comitê interno e pode ser expulso”. Maria Teresa Citeli²¹⁴ diz que já encontrou plágio até em trabalhos de alunos de uma disciplina de graduação e adotou como regra reprovar quem copia e quem fornece o material para cópia. Dora Porto²¹⁵ diz que avalia a gravidade do caso antes de decidir que providências tomar, mas em qualquer situação de plágio o aluno é chamado para uma conversa.

Marcelo Hermes de Lima²¹⁶ diz que retirou um artigo da versão online do periódico “PLoS One” e os autores foram punidos com dois anos de proibição de publicar na revista eletrônica. As regras estão disponíveis no site da revista. Ele é crítico veemente da política atual: “Estamos aprovando doutores com trabalhos que há dez anos não seriam aceitos como

²¹¹ EU& - Sônia Vasconcelos – professora da Universidade Federal do Rio de Janeiro

²¹² EU& - Márcia Triunfol - bióloga com doutorado pela UFF e pós-doc nos EUA

²¹³ EU& - Roberto Da Matta - antropólogo que durante um ano (dos 18 em que atuou na Universidade de Notre Dame) presidiu o Comitê de Honra da faculdade

²¹⁴ EU& - Maria Teresa Citeli - socióloga e professor do Depto. de Política Científica da Unicamp

²¹⁵ EU& - Dora Porto - professora da UnB

²¹⁶ EU& - Marcelo Hermes de Lima - professor de Biologia da UnB

monografias da graduação” e “hoje, o que importa é que *papers* sejam produzidos, copiados ou não, e neste ano o Brasil chegue ao 14º lugar em número de *papers* no mundo” e que outra meta é chegar a 16 mil doutores em 2010.

O professor Lima diz também que a quantidade aumentou, mas a qualidade dos *papers*, não. E argumenta com o percentual de citações: Brasil 3,5 de citação por *paper*; nos EUA é entre 5,5 e 8,5 citações por trabalho. Sérgio Ferreira²¹⁷ diz que é possível publicar sem produzir nada de impacto e que o problema está na falta de ousadia que leva o pesquisador a publicar dez artigos mais ou menos garantidos a se arriscar com dois textos mais inovadores que rendem pontuação menor no Currículo Lattes. Ele diz que o ideal é que os projetos e pesquisadores fossem avaliados pelo conteúdo do que fazem. Dora diz que a pressão para publicar (mesmo que não tenha fraude) impede o pesquisador de refletir ou aprofundar a reflexão e produz um material de menor qualidade. Ouve também o professor Paulo Nussenzveig, do Instituto de Física da USP.

8.2.2. O mito do status privilegiado

A opinião da socióloga e professora da Unicamp Maria Teresa Citeli é destacada num *box*, de Carla Rodrigues, com o título “O mito do status privilegiado”²¹⁸ em três parágrafos. Segundo a professora, “há cinco séculos, Thomas More adotou a palavra utopia para designar a sociedade perfeita, onde a ciência impera” e que, portanto, a imagem disseminada na sociedade é a “do cientista que trabalha numa torre de marfim, isolado das ‘impurezas’ do mundo. ‘É surpreendente que se pense que os cientistas estão imunes a esses problemas. Isso acontece porque temos uma imagem impoluta da ciência, sem nenhuma contaminação, como se ela estivesse fora das outras esferas da vida’, afirma.”

Ela reconhece que nenhum pesquisador quer ver o colega denunciado por fraude, não por corporativismo, mas sim para “manter o *status* privilegiado que se atribui à ciência”. Ela diz que esse mito de que a ciência está imune a fraudes “contribui para manter um tipo de pensamento que dificulta punições e denúncias e ajuda a manter o problema submerso”.

8.2.3. Clube da co-autoria, autoplágio e outros jeitinhos

Uma matéria secundária, também de Carla Rodrigues, com o título “‘Clube da co-autoria’, autoplágio e outros jeitinhos”²¹⁹, informa que o professor Marcelo Hermes de

²¹⁷ EU& - Sérgio Ferreira – professor do Instituto de Bioquímica Médica da UFRJ

²¹⁸ “O mito do status privilegiado” – EU&, nº 417, de 10, 11 e 12/out/2008, p.8

²¹⁹ “‘Clube da co-autoria’, autoplágio e outros jeitinhos” – EU&, edição nº 417, de 10, 11 e 12/out/2008, p.9

Lima²²⁰ mapeou diversos tipos de fraude intelectual: a mais comum é o “clube da co-autoria” que funciona como um instrumento de multiplicação de artigos (todos do grupo assinam todos os artigos e engordam o currículo com cerca de 25 textos por ano).

O *EU&* esclarece que as revistas internacionais começam a recusar textos com mais de dez autores (que devem detalhar o que cada um fez) para se defenderem da prática. Fábio Scarano²²¹ diz que a “ética na pesquisa deve incluir questões como a publicação de artigos que atendem a interesses de laboratórios médicos” e que matar um animal ou uma árvore em nome da pesquisa também pode ser atitude eticamente questionável e deixa claro que o Conselho Nacional de Ética em Pesquisa (Conep) não discute temas como plágio ou fraude intelectual, pois está voltado para proteger voluntários em testes.

Dirceu Grecco²²² diz que o mais difícil de detectar é o autoplágio (técnica de duplicação de artigo pelo seu autor, com pequenas alterações para publicar em diferentes revistas). Diz que o comportamento é um fenômeno mundial e já tem na internet banco de dados, baseados em programas *eTBLAST* e *Plagiarism* (US\$ 250), que identifica artigos similares ou duplicados: site Déjà Vu (<http://spore.swmed.edu/dejavu/>) mantido pelo Centro Médico da Universidade do Texas (144 mil artigos em que alguma duplicação de citação é identificada). Outro tipo de fraude é a estratégia de “quebrar” um artigo em várias partes e distribuí-lo para diversas revistas. A explicação para o surgimento da fraude é a pressão por publicação (semelhante a explicar o roubo como forma de resolver uma necessidade).

Por meio do recorte temporal e do *corpus* constituído, no campo da cultura identificam-se os seguintes temas: o investimento em arte, a dramaturgia de Nelson Rodrigues, o suicídio de autores e encenado no teatro, a criação infinita de movimentos na dança, a bossa nova aos 50 anos, os fenômenos dos cibermúsicos e da ópera “*high tech*”, a geração 90 na literatura, os 400 anos de “Os sermões” do padre Vieira, a cultura do MST e o plágio intelectual.

²²⁰ *EU&* - Marcelo Hermes de Lima - do Instituto de Biologia da UnB e editor da revista científica

²²¹ F *EU&* - Fábio Scarano - diretor do Instituto de Pesquisas do Jardim Botânico

²²² *EU&* - Dirceu Grecco - médico, professor e ex-presidente do Comitê de Ética em Pesquisa da universidade Federal de Minas Gerais (UFMG)

Considerações finais

Antes de abordar diretamente os resultados desta pesquisa, é importante destacar que este trabalho não questiona e não nega o caráter mercantilista da indústria cultural, pois entende que se trata de atributo intrínseco à própria indústria cultural. Também não compartilha da visão pessimista com relação à indústria cultural, apesar de reconhecer que entre as consequências decorrentes deste processo está a convergência dos dois tipos de arte [superior e inferior] nos meios de massa o que prejudica a ambas, porque, segundo Adorno (1975) tanto enfraquece a arte erudita quanto a popular. Ou seja, a cultura que emerge da indústria cultural não provém das massas, mas trata-se, conforme Guimarães da Costa (1994, p.181), de “uma nova concepção de cultura que tem as marcas da racionalidade técnica: a estratificação dos produtos culturais, a sua standardização, depreciação estética e representação falseada da cultura erudita e da cultura popular”.

Entretanto, se a indústria cultural padroniza e deprecia esteticamente, ela também permite o acesso à informação e às mensagens subliminares pelo receptor e pode passar a se constituir em uma arena de debates e de questionamentos cumprindo um papel de dinamizadora do debate que se trava na esfera pública em torno de diversas questões de ordem sócio-cultural e política. E aí reside a importância maior dos meios de comunicação de massa na socialização da cultura porque:

[...] a veiculação sistemática, nos vários veículos da indústria cultural, de informações de grupos de comando da sociedade, é claro, influencia os hábitos, opiniões e consumo. Mas, apesar do monopólio da informação, não se pode argumentar que a comunicação de “massa” seja absoluta ao ponto de excluir do ser humano sua identidade, formação própria, liberdade de contestação e de luta, sua esperança utópica de imaginar os *mass media* em favor da razão emancipatória. (GUIMARÃES DA COSTA, 1994, p.196)

E porque, conforme Zuin (1994, p.173-174), a consolidação da indústria cultural é também um processo de luta pela hegemonia. O autor afirma que não obstante a tendência hegemônica da indústria cultural ser “a realização do processo de imbecilização das consciências, existe ainda a possibilidade do desenvolvimento de consciências críticas. Isso em virtude de que [...] de uma forma ou de outra as diferenças sociais tão alarmantes acabam por se fazer visíveis”.

Constata-se que entre as características da produção textual do *EU&* estão a redação bem cuidada, argumentativa, articulada de forma racional, criativa, estilo sofisticado,

analítico e interpretativo, com extratos históricos referentes à temática e previsão de desdobramentos, o uso de siglas e de expressões sem informar o significado, palavras e frases em inglês sem traduzir, sobretudo na área econômica, o que pressupõe que o leitor tenha certo nível cultural que permite à publicação dialogar em patamar mais elevado que o dos leitores de jornais de interesse geral.

Também é possível encontrar a conjugação de textos de diferentes gêneros jornalísticos, como reportagens, análises, artigos e comentários, além de artigos com atributos de reportagens, isto é, com fotografias, tabelas, mapas e infográficos, portanto se constitui numa publicação diferenciada. Em alguns casos, nota-se a aproximação com a produção textual científica, tanto na estrutura quanto no uso de referências bibliográficas, epígrafes e na forma de citações. Há ainda que se registrar os textos traduzidos a partir de convênio como *Financial Times*, compatíveis com o código simbólico do EU&, até por força de o *Valor* ter se inspirado no jornal britânico. Portanto, todas as características da prática jornalística de qualquer outra área estão também contempladas no exercício do Jornalismo Cultural do suplemento, o que comprova ser este campo específico uma atividade com os mesmos parâmetros jornalísticos de quaisquer outras editorias.

Em que pesem os depoimentos dos jornalistas ouvidos quanto à autonomia deles durante o processo de produção do *Valor*, é importante relativizar esta discussão, pois conforme o referencial teórico adotado, os campos têm regras próprias e relativa independência. Isto também ocorre em relação ao campo jornalístico: como se trata de um produto da indústria cultural, mesmo tendo liberdade para decidir sobre fontes e enfoques, o campo do jornalismo econômico determina de forma implícita *as regras do jogo jogado de forma consentida* tacitamente.(grifos meus). Isto se constata, inclusive, nos depoimentos de alguns dos profissionais ouvidos na pesquisa.

Impossível não mencionar a predominância da economia no suplemento cultural do *Valor*, sobretudo, porque, no cenário globalizado, conforme Ianni (2001, p.22-95), tanto os indivíduos, grupos, classes, movimentos sociais, partidos políticos e correntes de opinião pública têm como desafio descobrir as novas dimensões globais dos modos de ser, agir, pensar, sentir e imaginar. E também porque, conforme Wolton (2004, 511-512), é no espaço midiático que se opõem e se respondem os discursos contraditórios ou não, portanto, configura-se como “espaço para debate de ideias dos agentes políticos, sociais, religiosos, culturais e intelectuais de uma sociedade”. E a economia é a força motriz das sociedades capitalistas. Entretanto, cabe ainda o registro de que pelo menos nas matérias que compuseram o *corpus* desta pesquisa, ao traçar os panoramas econômicos, raramente o

suplemento publica informações sobre desemprego, distribuição de renda e desigualdade social de forma explícita, deixando estas mensagens restritas às entrelinhas.

Conclui-se também, que neste início de século, o aprofundamento das questões abordadas pelos jornais passa a ser de fundamental importância para o leitor dos veículos impressos, o qual tem à disposição as facilidades decorrentes da internet em textos meramente informativos. Não que inexistam no mundo virtual análises interpretativas que ajudem o leitor a compreender a realidade contemporânea. Elas existem, mas em menor número se comparadas aos textos informativos. Assim, o jornal impresso encontra nos textos interpretativos o caminho para atender às necessidades de complementação de capital cultural e de capital simbólico. Deste modo, o Jornalismo Cultural do *EU&* configura-se como esfera pública para debater as questões comuns da vida em sociedade oferece ao leitor textos interpretativos para municiar o leitor quanto aos desafios contemporâneos.

A presença de debates, tensões e conflitos aparece também na diversidade de autores das matérias, que envolve a equipe do suplemento, os jornalistas de outras editorias do *Valor*, *free-lancers*, correspondentes, colaboradores e convidados fornecendo ao leitor uma visão prismática de cada assunto abordado. Entretanto, os debates, tensões e conflitos, além de serem constatados na pluralidade das fontes, são identificados principalmente na divergência de opiniões, nas formas de ver o mundo e nas abordagens plurais, num convite à reflexão que resguarda a autonomia opinativa do leitor.

Entre os critérios de noticiabilidade, além dos comuns à prática jornalística, como atualidade, intensidade, relevância do tema ou do personagem para o público específico, o *EU&* inclui o inusitado e a exclusividade. Até aí, nenhuma novidade. Mas é preciso destacar que estes são valores-notícia que atendem às expectativas dos consumidores de produtos e bens simbólicos personalizados, cujos padrões modernos e o cosmopolitismo cultural se transformaram em hábitos de sociabilidade e cuja apropriação se constitui em estratégia para manterem ou se incluírem nos jogos de prestígio intelectual universalizado. Então, o Jornalismo Cultural do *EU&* só é como é para atender às exigências de seu público em função dos mecanismos sociais que assim o determinam.

Portanto, a partir da análise do *EU&* verifica-se que a inserção de temas diversos decorrentes da modernidade rompe mesmo o paradigma tradicional e realmente alarga o conceito do Jornalismo Cultural; portanto, a hipótese proposta nesta pesquisa se confirma, uma vez que é o próprio cenário do mundo contemporâneo que delineia o arco de interesses do leitor para a vida em sociedade. Contudo, não se trata da inserção pura e simples de temas, pois os elementos que constituem a ampliação do conceito são o estilo textual, a

abordagem refinada com viés cultural, o tratamento aprofundado remetendo à reflexão e conferindo prestígio aos próprios bens simbólicos veiculados e distinção ao leitor, bem como os referenciais internacionais confirmando a mentalidade universalizada dos conteúdos.

Outro argumento que reafirma a hipótese proposta é que o veículo sintetiza uma das principais peculiaridades do seu público: mais que o individualismo decorrente do neoliberalismo e da globalização, o caderno *EU&* prioriza a personalização no conteúdo, numa sociedade tensionada por lutas heterogêneas, na qual a disputa por sinais distintivos é estratégica para o reconhecimento social. E neste cenário é preciso considerar o risco de a mídia assumir tanto o papel de divulgadora de consensos pré-fabricados quanto o de promotora de reflexões críticas sobre a realidade social. Neste caso, o *EU&* incorpora temas que extrapolam o universo das matérias convencionalmente publicadas em suplementos ou seções culturais similares e mais que a inclusão destes temas, é a abordagem com mentalidade cultural universalizada que constitui a abrangência e o aprofundamento das discussões.

Entretanto, numa análise crítica não basta considerar-se apenas a construção dos relatos jornalísticos com finalidade de promover reflexões sobre a sociedade. A questão é bem mais complexa porque a compreensão das representações simbólicas depende da interpretação dos discursos de quem as produz, das condições de sua produção, da recepção e do espaço social. E o Jornalismo Cultural, enquanto produto cultural reúne atributos que permitem aclarar os debates e alargar os horizontes. Conforme Guimarães da Costa (2002, p.162), “é na esfera da produção da arte que se encontram os germes do esclarecimento, pressupondo nesse contexto a liberdade do pensamento e sua autonomia diante das forças de regressão que reduzem o homem à extensão da aparelhagem produtiva”.

Esta perspectiva múltipla do jornalismo de cultura não se reduz a um arcabouço restrito de temas numa transgressão clara do campo conceitual do Jornalismo Cultural tradicional. Portanto, a sociabilidade decorre, em parte, da complementação do capital cultural e do acúmulo de capital simbólico obtido da mídia pelo leitor, o que indica para as publicações culturais a necessidade de adequação a esses novos desafios emergentes da sociedade contemporânea. Até porque, conforme Bourdieu (2008, p.447), “basta ter em mente que os bens se convertem em sinais distintivos, que podem ser sinais de distinção, mas também de vulgaridade, ao serem percebidos relacionalmente, para verificar que a representação que os indivíduos e os grupos exibem *inevitavelmente* através de suas práticas e propriedades faz parte integrante de sua realidade social” (grifos do autor).

Outra tendência é a ratificação da existência da mentalidade cosmopolita que a sofisticação do conteúdo possibilita revelar, pois da modernidade emerge a o imperativo de sintonia com o mundo globalizado difundido, conforme Bourdieu, em doses homeopáticas pela mídia e consentidas tacitamente, como forma de apropriação de sinais distintivos. Assim, o Jornalismo Cultural deste início de século caracteriza-se pela tendência de, além do caráter cosmopolita, agregar conhecimento e instigar à reflexão, independente do tema, a partir de argumentação fundamentada em estudos e teorias e complementar o capital cultural e promover o acúmulo de capital simbólico. É um tipo de jornalismo que amplia a visão do leitor ao expandir os limites temáticos e que se torna instrumento de reconhecimento social ao dialogar com o leitor, no sentido de promover consciência libertária sobre o mundo contemporâneo.

Em outras palavras, o Jornalismo Cultural permite ao leitor, conforme visto anteriormente segundo a visão de Bourdieu, uma forma de tomar conhecimento do *habitus* de classe que lhe possibilita internalizar as regras de um jogo não explícito (*doxa*) nas atividades profissionais ou sociais compatíveis com as posições ocupadas no espaço social. A apropriação destas práticas culturais propicia ao leitor conhecer as condições e o campo onde ele deve produzir suas próprias jogadas em “jogos reconhecidos socialmente” e nos quais as marcas de distinção são o diferencial. É assim, conforme o autor, que o agente social assegura sua inclusão em certos grupos sociais, isto é, quando internaliza as formas de perceber o mundo de acordo com o ponto de vista daquele campo, o que inclui o consumo de bens culturais relativos ao *habitus* de classe constantemente mutável e que é afetado constantemente por essa mudança.

Portanto, o Jornalismo Cultural assume o papel de ampliador dos horizontes de conhecimento e de emancipador do leitor tornando público os debates e os saberes científico, técnico, cultural, econômico, entre outros, desde que tenham relevância para a área e perspectiva universalizada de pensamento. Portanto, um fluxo de informações culturais deve possibilitar autonomia opinativa ao leitor, não só na exposição dos conteúdos bem argumentados, mas, sobretudo, na pluralidade e na não ignorância dos conflitos, das contradições, enfim, das tensões da sociedade capitalista contemporânea, ou seja, que se caracterize como esfera pública.

Este alargamento do conceito de Jornalismo Cultural encontra sustentação também na compreensão de cultura segundo Williams (2008, p.13) que a vê como “um sistema de significações” onde uma ordem social é “comunicada, reproduzida, vivenciada e estudada” e no qual as atividades artísticas e intelectuais são definidas de maneira muito mais ampla “de

modo a incluir não só as artes e as formas de produção intelectuais tradicionais, mas também todas as ‘práticas significativas’ (...) que agora constituem esse campo complexo”.

Por fim, deduz-se que o caráter de esfera pública do Jornalismo Cultural tende a ampliar o debate, com a transgressão das fronteiras dos diversos campos, o que o torna elemento essencial para despertar a consciência crítica nas sociedades democráticas e cumprir, além da finalidade mercantil, a atribuição de emancipador e libertário.

Entende-se que, apesar das características peculiares da análise deste objeto específico, esta conclusão pode ser estendida a outros veículos, pois o fenômeno observado emerge da sociedade contemporânea como um todo, ou seja, a contribuição desta análise aplica-se de forma extensiva a outras publicações similares no mundo globalizado econômica e culturalmente, no início deste século XXI.

Referências bibliográficas

ABREU, Alzira Alves. (org.) *A imprensa em transição: o jornalismo brasileiro nos anos 50*. Rio de Janeiro: FGV, 1996.

ADORNO, T. W. & HORKHEIMER, M. Indústria cultural: o iluminismo como mistificação de massas. In: LIMA, Luiz Costa (org). *Teoria da cultura de massa*. Rio de Janeiro: Saga, 1969.

_____. A indústria cultural. In: COHN, Gabriel(org). *Comunicação e indústria cultural: leituras de análise dos meios de comunicação na sociedade contemporânea e nas manifestações da opinião pública, propaganda e cultura de massa nessa sociedade*. São Paulo: Editora Nacional, 1975.

_____. *Dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos*. Trad.: Guido Antonio de Almeida, Rio de Janeiro: Zahar, 1985.

ALVES, Breno Castro. *Os desafios do jornalista que cobre Cultura*. Disponível: <www.comunique-se.com.br>. Acesso: 25 nov. 2006.

ARENDT, Hannah. A crise da cultura: sua importância social e política. In: *Entre o passado e o futuro*. 2ª ed. Trad. Mauro B. W. de Almeida. São Paulo: Perspectiva, 1988.

BARBEIRO, Martins Jésus. *Dos meios às mediações – comunicação, cultura, hegemonia*. Trad.: Ronaldo Polito e Sérgio Alcides. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2001.

BARDIN, Laurence. *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70. 1988.

BAUMAN, Zygmunt. *Globalização e as consequências humanas*. Trad. Marcus Penchel. Rio de Janeiro: Zahar, 1999.

BOBBIO, Norberto. *Os intelectuais e o poder: dúvidas e opções dos homens de cultura na sociedade contemporânea*. Trad. De Marco Aurélio Nogueira. São Paulo: Ed.Unesp, 1997.

BONNEWITZ, Patrice. *Primeiras lições sobre a sociologia de P. Bourdieu*. 2ª ed. Petrópolis(RJ):Vozes, 2003.

BOSI, Alfredo. *Dialética da colonização*. São Paulo, Cia das Letras, 1992.

BOSI, Ecléa. *Cultura de massa e cultura popular: leituras de operárias*. 7ª ed. Petrópolis-RJ: Vozes, 1972.

BOURDIEU, P. Gostos de classe e estilos de vida. Trad.: Paula Monteiro. In: ORTIZ, Renato (org. da coletânea). *Pierre Bourdieu: sociologia*. São Paulo: Ática, 1983b.

_____. *Espace sociale et g nese des classes*. Actes de la recherche em sciences sociales, n. 52/53, 1984.

_____. *Lições de Aula*, 1ª ed. Trad. Egon de Oliveira Rangel. São Paulo: Ática, 1988.

_____. *O poder simbólico*. Lisboa: Difel, Rio de Janeiro: Bertrand, 1989.

_____. *A economia das trocas simbólicas*. Trad. Sérgio Miceli, Silvia de Almeida Prado, Sônia Miceli e Wilson Campos, 3ª ed. São Paulo: Perspectiva, 1992.

BOURDIEU, P. & WACQUANT, L.J.D. *An invitation to reflexive sociology*. Cambridge, Polity Press. 1992a.

BOURDIEU, P. *A economia das trocas linguísticas*. São Paulo: Editora USP, 1996.

_____. *Sobre a televisão: a influência do jornalismo e os jogos olímpicos*. Tradução Maria Lúcia Machado Rio de Janeiro: Zahar, 1997.

BOURDIEU, Pierre (direção) et. al. Efeitos do lugar. In: *A miséria do mundo*. Trad. Mateus S. Doares Azevedo, Jaime A. Clasen, Sérgio H. de Freitas Guimarães, Marcos Antunes Penchel, Guilherme J. de Freitas Teixeira e Jairo Veloso Vargas. 3ª ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 1997a.

BOURDIEU, P. *Razões práticas sobre a teoria da ação*. Trad. Mariza Correa. 1ª reimpressão. Campinas/SP: Papirus, 1997b.

_____. *Contrafogos: táticas para enfrentar a invasão neoliberal*. Trad. Lucy Magalhães. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1998.

_____. *O campo econômico: a dimensão simbólica da dominação*. Roberto Leal Ferreira. Campinas/SP: Papirus, 2000.

_____. *Coisas ditas*. 1ª reimpressão. Trad.: Cássia R. da Silveira e Denise Moreno Pegorim; revisão técnica Paula Montero. São Paulo: Brasiliense, 2004.

_____. *A produção da crença: contribuição para uma economia dos bens simbólicos*. Trad. Guilherme João de Freitas Teixeira e Maria da Graça Jacintho Setton. São Paulo: Zouk, 2004a.

_____. *A distinção: crítica social do julgamento*. Trad. Daniela Kern Guilherme J.F. Teixeira. São Paulo; Porto Alegre: Edusp:Zouk, 2008.

BRANDÃO, Cristina. Televisão incorpora o folhetim. *O Click*. Disponível: <<http://www.oclick.com.br/colunas/brandao61.html>>. Acesso: 27 jan. 2009.

BRANDÃO, Helena. *Introdução à análise do discurso*. 2ª ed. Campinas, SP: Unicamp, 2004.

CHAPARRO, Manuel Carlos. *Paradigmas do jornalismo: buscas práticas para uma teoria da ação jornalística*. São Paulo: Summus, 1999.

CHARAUDEAU, P. *El discurso de la información: la construcción del espejo social*. Barcelona: Gedisa Editorial, 2003. p. 117-129.

_____. *Informação, comunicação e mídias: as palavras de ordem da modernidade*. 23/5/2006. Disponível em: <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=382AZL004>. Acesso: 08 jun. 2006.

CORTES, V. P. A. *A imprensa e a problemática construção de um mundo comum no Brasil*. In: HOHLFELDT, Antonio e BARBOSA, Marialva (orgs). Porto Alegre: Mercado Aberto, 2002.

COSTA, Cristiane. *Pena de aluguel: escritores jornalistas no Brasil 1904-2004*. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

Dicionário de Economia. Disponível <<http://dicionario-de-economia.portalmidis.com.br/j/>>. Acesso: 16 abr. 2008.

DINES, A. *O papel do jornal, uma releitura*. 6ª ed. (novamente atualizada), São Paulo: Summus, 1986.

DUARTE, J. Entrevista em profundidade. In: DUARTE, Jorge & BARROS, Antonio. *Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação*. 2ª ed., São Paulo: Atlas, 2008, p.62-82.

ESCRITOR francês Émile Zola. UOL Educação. Da página 3 Pedagogia & Comuninação. Disponível: <<http://educacao.uol.com.br/biografias/ult1789u480.jhtm>>. Acesso: 25.01.2009

ESTEVES, João Pissarra. *Espaço público e democracia: comunicação, processo de sentido e identidade social*. São Leopoldo (RS): Editora Unisinos, 2003.

FARO, J.S. *Revista Realidade, 1966-196: tempo da reportagem na imprensa brasileira*. Porto Alegre: Age/Ulbra, 1999.

_____. Nem tudo que reluz é ouro. In: *Comunicação & sociedade: opinião pública na idade da mídia*. São Bernardo do Campo: Umesp, n.46, p.143-163, 2006.

_____. *Jornalismo cultural: espaço público da produção intelectual, (Projeto de Pesquisa) Umesp*. [s.d.] jsfaro@jsfaro.net Disponível: <www.metodista.br> Acesso: 10 set. 2006.

_____. *Jornalismo cultural: espaço público da produção intelectual* (Relatório parcial de atividades de projeto de pesquisa e extensão). 2005. São Bernardo do Campo: Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social / Umesp. Disponível: <<http://www.jsfaro.pro.br/downloads/projeto%20jornalismo%20cultural.doc>>. Acesso: 28 de nov. 2007.

FRIEDMAN, J. Ser no mundo: globalização e localização. In: FEATHERSTONE, Mike (org.). *Cultura global: nacionalismo, globalização e modernidade*. Tradução de Atílio Brunetta. Petrópolis: Vozes, 1994.

GADINI, Sérgio Luiz. Tematização da cultura no jornalismo brasileiro – Notas sobre a emergência das bases sociais do jornalismo cultural entre 1808 e 1950. In: II ENCONTRO NACIONAL DA REDE ALFREDO DE CARVALHO, 2004, em Florianópolis. Disponível:

<www.redealcar.jornalismo.ufsc.br/cd/grupos%20de%20trabalho%20de%20historia>.
Acesso: 27 jan. 2009.

GIDDENS, A. *As consequências da modernidade*. Trad. Raul Fiker. 2ª ed. São Paulo: Unesp, 1991.

GIRARDI JR., Liráucio. *Pierre Bourdieu: questões de sociologia e comunicação*. São Paulo: Annablume/Fapesp, 2007.

GUIMARÃES DA COSTA, B. C. Indústria Cultural: análise crítica e suas possibilidades de revelar ou ocultar a realidade. In: PUCCI, Bruno(org). *Teoria Crítica e educação: a questão da formação cultural na Escola de Frankfurt*. 2ª ed. Petrópolis: Vozes, São Carlos: Edufscar, 1994.

_____. *Estética da violência: jornalismo e produção dos sentidos*. Campinas-SP: Autores Associados; Piracicaba-SP: Unimep, 2002.

HABERMAS, J. Comunicação, opinião pública e poder. In: COHN, Gabriel. *Comunicação e indústria cultural*. 5ª ed. São Paulo: T. A. Queiroz, 1987.

_____. *Mudança estrutural da esfera pública: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa*. Trad. Flávio R.Kothe. 2ª ed. Rio de Janeiro: Tempo, 2003.

HANNERZ, Ulf. Cosmopolitas e locais na cultura local. In: FEATHERSTONE, Mike (org.). *Cultura Global, nacionalismo, globalização e modernidade*. Trad. Atílio Brunetta. Petrópolis: Vozes, 1994.

HOHLFELDT, A.; BARBOSA, M. (Org.). *Jornalismo no século XXI: a cidadania*. Porto Alegre: Mercado Aberto, 2002.

IANNI, O. *A sociedade global*. 3ª ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1995.

_____. *A era do globalismo*. 5ª ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001.

KELLNER, D. *A cultura da mídia*. Bauru: Edusc, 2001.

KOVACH, Bill & ROSENTIEL, Tom. *Os elementos do jornalismo: o que os jornalistas devem saber e o público exigir*. 2ª ed. São Paulo: Geração, 2004.

LATTMAN-WELTMAN, F. & KORNIS, M. A. *Mídia e política no Brasil*. Rio de Janeiro: FGV, 2003.

LENE, H. A Gazeta Mercantil, no cenário mundial de comunicação. In: 1º ENCONTRO NACIONAL DA REDE ALCAR: MÍDIA BRASILEIRA: DOIS SÉCULOS DE HISTÓRIA. Disponível:
<http://www.jornalismo.ufsc.br/redealcar/anais/gt1impressa/a%20gazeta%20mercantil%20no%20cenario%20mundial.doc>. Acesso: 13 fev. 2008.

LINS DA SILVA, C.E. Comunicação, hegemonia e contra-informação. In: LINS DA SILVA, C.E.(coord). *Comunicação, hegemonia e contra-informação*. São Paulo: Cortez, 1982.

_____. *Muito Além do Jardim Botânico*. 2ª ed. São Paulo: Summus, 1985

LOBATO, E. Mídia nacional acumula dívida de R\$ 10 bilhões. *Folha Online*, São Paulo, 15 fev.2004. Disponível: <http://tools.folha.com.br/print?site=emcimadahora&url=http%3A%2F%2Fwww1.folha> Acesso: 16 abr.2009

LORENZOTTI, E. *Suplemento Literário: que falta ele faz! 1956-1974 do artístico ao jornalístico: vida e morte de um caderno cultural*. São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 2007.

LOYOLA, M. A. *Pierre Bourdieu entrevistado por Maria Andréa Loyola*. Rio de Janeiro: Eduerj, 2002. (Pensamento Contemporâneo).

MAAR, W. L. A indústria (des)educa(na)cional: um ensaio de aplicação da teoria crítica ao Brasil, In: PUCCI, Bruno (org). *Teoria Crítica e educação: a questão da formação cultural na Escola de Frankfurt*. 2ª ed. Petrópolis, RJ: Vozes, São Carlos, SP: Edufiscar, 1994.

MAUAD, Isabel Cristina. *Um processo revolucionário: suplemento dominical do Jornal do Brasil foi um marco na cobertura de temas culturais e na ousadia gráfica*. (2002)
Disponível em: <http://jbonline.terra.com.br/jb/papel/cadernos/jb111/2002/04/06>

MEYER, M. *Folhetim: uma história*. SP: Cia. das Letras, 1996.

MICELI, S. Introdução: a força do sentido. In: *A economia das trocas simbólicas*. Trad. Sérgio Miceli, Silvia de Almeida Prado, Sônia Miceli e Wilson Campos, 3ª ed. São Paulo: Perspectiva, 1992.

MIRANDA, N. Divulgação e jornalismo cultural. In: RUBIM, Linda. *Organização e produção da cultura*. Salvador: Eufba, 2005.

MOLINA, M. M. *Os melhores jornais do mundo: uma visão da imprensa internacional*. São Paulo: Globo, 2007.

MORIN, E. *Cultura de massa no século XX o espírito do tempo*. Trad. Maura Riberiro Sardinha, 8ª ed., Rio de Janeiro: Forense, 1990.

MURDOCK, G. Comunicação contemporânea e questões de classe. *MATRIZES*. Trad. Marcela Bianchini. São Paulo: USP, n. 2, 1º semestre de 2009

O'BRIEN, M. Uma introdução à sociologia de Anthony Giddens. In: GIDDENS, Anthony & PIERSON, Christopher. *Conversas com Anthony Giddens: o sentido da modernidade*. Trad. Luiz Alberto Monjardim. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2000.

ORTIZ, R. *A moderna tradição brasileira*. 3ª ed. São Paulo: Brasiliense, 1991

PARK, E. Y. *Valor Econômico: mudança no estado de arte do Jornalismo Econômico*. 184 p. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação). Universidade de São Paulo. (Nº USP: 2158052). 2002.

PIZA, D. *Jornalismo Cultural*. São Paulo: Contexto, 2005.

POLACOW, P. *O caderno Folhetim e o jornalismo cultural da Folha de S. Paulo (1977-1989)*. 264p. Tese (Doutorado em Comunicação Social). Umesp, 2007.

RUBIM, A. A. *Marxismo, cultura e intelectuais no Brasil*. Salvador: Centro Editorial UFBA, 1995.

_____. Dos poderes dos media: comunicação, sociabilidade e política. In: FAUSTO NETO, Antonio; BRAGA, José Luiz; PORTO, Sérgio Dayrell (orgs). *Comunicação, cultura & política*. Rio de Janeiro: Diadorim, 1994.

SAFATLE, A. Onde falta pão, revista. *Carta Capital*, São Paulo, 12/fev/2003. Disponível: <www.cartacapital.com.br>, Acesso: 16/abr/2009.

SANT'ANNA, L. *O destino do jornal: a Folha de S. Paulo, O Globo e O Estado de S. Paulo na sociedade da informação*. Rio de Janeiro: Record, 2008.

SANT'ANNA, L., repórter especial do jornal *O Estado de S. Paulo*. (2008) Disponível: http://www.proec.ufg.br/revista_ufg/junho2008/Textos/destinoJornal.pdf. Acesso: 11/out/2009.

SILVA, W. C. C. F. *Cultura em pauta: um estudo sobre o jornalismo cultural*. 163p. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação). ECA-USP, São Paulo. 1998.

THE CORPORATION. Filme de Mark Achbar, Jennifer Abbot & Joel Bakan. O documentário contém 40 entrevistas com executivos, críticos, historiadores e ativistas, incluindo Noam Chomsky, Naomi Klein, Vandana Shiva e Michael Moore. DVD (114 minutos), produzido pela Imagem Filmes, 2003.

VARGAS, H. *Reflexões sobre o jornalismo cultural contemporâneo*. Disponível: www.jsfaro.pro.br Acesso: 07/10/2006.

WOLF, M. *Teorias das comunicações de massa*. 2ª ed. Trad. Karina Jannini, São Paulo: Martins Fontes, 2005.

ZUIN, A. A. S. Seduções e simulacros: considerações sobre a indústria cultural e os paradigmas da resistência e da reprodução em educação. In: PUCCI, Bruno (org). *Teoria Crítica e educação: a questão da formação cultural na Escola de Frankfurt*. 2ª ed. Petrópolis, RJ: Vozes, São Carlos, SP: Edufscar, 1994.

WEBER, M. *Sobre a Teoria das Ciências Sociais*. 2ª ed. Lisboa: Presença, São Paulo: Martins Fontes, 1977.

WILLIAMS, R. *Cultura*. Trad. Lólio L. de Oliveira. 3ª ed., Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2008.

WOLTON, D. *Elogio do grande público: uma teoria crítica da televisão*. Tradução de José Rubens Siqueira. São Paulo: Ática, 1996.

_____. *Pensar a comunicação*. Tradução de Zélia Leal Adghirni. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2004.

ANEXOS

Anexo 1 – Entrevista: Carlos Eduardo Lins da Silva

Anexo 2 – Entrevista: Célia de Gouveia Franco

Anexo 3 – Entrevista: Otavio Frias Filho

Anexo 4 – Entrevista: Paulo Totti

Anexo 5 – Entrevista: Robinson Borges

Anexo 1

Carlos Eduardo Lins da Silva Ex-diretor adjunto e um dos criadores do *Valor*

Data: 1º/10/2009

Local: Sala dele na *Folha*

- Começou no jornalismo profissionalmente em 1971, nos Diários Associados, do Assis Chateaubriand.
- Trabalhou no Diário de São Paulo e no Diário da Noite até 1976.
- Passou longo período na atividade universitária: foi para os EUA, em 1975, onde fez mestrado, ao mesmo tempo em que atuava como correspondente
- Quando retornou, dedicou-se à Universidade, sem deixar o jornalismo: fez revistas, jornais de faculdade, de partido político.
- Em 1984, voltou para a grande imprensa (Folha), onde participou do Projeto Folha, foi secretário de Redação, diretor adjunto de Redação e correspondente, novamente nos EUA, onde passou a década de 90 inteira, em Washington.
- Regressou ao Brasil, para fazer o *Valor Econômico*, onde ficou até 2004.
- Participou de uma empresa de Relações Públicas.
- Trabalhou na TV Cultura, no *Roda Viva*
- Desde 2008 até hoje, está na *Folha* como ombudsman.

Qual era a equipe que criou o *Valor*?

As três pessoas que fizeram a concepção do *Valor Econômico* foram o Celso, a Vera e eu. O Haag, o Celso e o eu (mas eu era menos, nessa época) fizemos o projeto do suplemento cultural. Porque eu, a Vera... o Celso era o líder do grupo; eu e Vera dividíamos funções, tanto tematicamente como operacionalmente: eu cuidava da produção e ela da edição; eu cuidava das áreas não econômicas e ela das áreas econômicas. Então eu cuidava de cultura, de política, de internacional, de opinião e ela cuidava de macroeconomia, finanças, finanças pessoais. Então, nós tínhamos uma divisão na operação e uma divisão por temas. E o Celso era o responsável por tudo, era o idealizador do projeto.

Por que o *Valor* foi criado?

Porque os donos da *Folha* e do *Globo* perceberam que a *Gazeta Mercantil* ia muito mal, que havia um grande espaço para um jornal novo de economia e negócios e trouxe o Celso. E eles resolveram criar conjuntamente esse jornal.

É verdade que eles tentaram comprar a *Gazeta*?

Não sei. Como eu te disse eu estava nos EUA eu não participava de nada. Eu sei ... Eu sabia que alguma coisa estava sendo gerada porque em 98, mais precisamente, o senhor Frias me ligou e pediu para eu levantar toda a história de como funcionava o jornal *International Herald Tribune*, que é um jornal americano na Europa e que na época, desde que tinha sido criado e até recentemente era metade do *New York Times* e metade do *Washington Post*. E ele me pediu para ver como foi criado, como funcionava as relações entre os donos dos jornais. Então eu percebi ali que ele estava querendo fazer algum negócio com outro grupo de comunicação, mas eu não sabia que era um jornal de economia, eu não sei se eles tentaram comprar a *Gazeta*.

Como se chegou a esse nome *Valor Econômico*?

Tinha dois nomes que foram muito debatidos: um era *Valor Econômico* e outro era *Jornal da Economia*. Foram os dois nomes a que nós chegamos, fizemos logotipo, vários estudos com os dois. E acabou-se resolvendo pelo *Valor Econômico*: os acionistas acabaram escolhendo *Valor Econômico*.

Qual era o objetivo do projeto?

Primeiro era fazer um jornal de economia e negócios de altíssima qualidade, tendo como modelo o *Financial Times* e ganhar o mercado desse segmento de comunicação, tomar o mercado da *Gazeta Mercantil* e se tornar o líder.

Você acha que ele conseguiu?

Conseguiu, tanto que a *Gazeta* fechou, né. Conseguiu plenamente, conseguiu rapidamente. Em dois anos nós já estávamos... a *Gazeta* e nós já éramos iguais no faturamento e em circulação. Depois, abriu distância e a *Gazeta* fechou.

E ao que você credita esse sucesso?

Talvez mais do que duas coisas: primeiro à qualidade gerencial e empresarial do projeto. Porque tanto a *Folha* quanto o *Globo* são empresas muito profissionais e que levam os negócios de *forma* muito séria, muito ponderada, muito cautelosa, muito responsável. Segundo, há o projeto editorial formulado, principalmente pelo Celso, que era um projeto muito sólido baseado em qualidade, acima de tudo qualidade. Então, por exemplo, sempre foi uma política da redação que a gente deveria ter menos pessoas mais qualificadas. Realmente nós pegamos os melhores profissionais disponíveis, pagando o que fosse necessário e em troca, para poder tornar viável o negócio, o número de pessoas era pequeno. E terceiro, acho que são esses os três motivos, o completo destemperado da *Gazeta Mercantil* que cometeu quase que um suicídio empresarial mesmo. Então, embora o *Valor* tenha todos os méritos por ter conquistado o espaço e a liderança, a tarefa dele foi muito facilitada pela maneira totalmente irresponsável com que a *Gazeta* acabou terminando.

Que tipo de influência a onda neoliberal teve no *Valor*?

Jornalisticamente nenhum, quer dizer, do ponto de vista do posicionamento editorial eu acho que com o neoliberalismo ou sem o neoliberalismo teria sido o mesmo posicionamento, um posicionamento editorial evidentemente a favor do livre mercado da democracia, da ética empresarial, da ética nos negócios. Eu acho que não teve influência sobre o posicionamento editorial, sobre a maneira como o jornal se comportava.

Quais as influências do *FT* e *TWSJ*? Você percebe essa mudança?

Não sei. No período em que eu fiquei... eu saí em 2004, era quase totalmente o *Financial*, inclusive porque o Celso e a Célia viveram em Londres durante muitos anos. Então era o referencial deles. O jornal que a gente comprou os direitos inicialmente era o *Financial*. De fato, eles compraram os direitos do *The Wall Street Journal*. Na época, o *The Wall Street Journal* vendia para o *Estado de S. Paulo*: ele tinha a exclusividade sobre o material do *The Wall Street Journal* e agora é o *Valor* que tem. Então, eu não peguei a fase em que... No meu período, o *Financial Times* era a influência decisiva.

Quais os pontos de influência do *FT* que você destaca?

Primeiro a maneira de encarar a notícia, de conceber o que é notícia. Depois, por exemplo, o caderno de cultura que o *FT* tinha, o *The Wall Street Journal* não tinha e não tem ainda. O *FT* tinha e a gente fez também um caderno de cultura. Uma coisa mais pessoal do *FT* tinha que era *Você S/A* para o executivo, para o empresário, mas era principalmente a maneira de encarar a notícia que o *FT* tinha, a sobriedade.

E as diferenças?

Muitas. Porque evidentemente a gente se inspirava nele, mas não copiava e aqui é outro país, é outra sociedade, outra realidade, começando pelo tamanho do país: a Inglaterra é menor do que o Piauí. Então é totalmente diferente. Era uma inspiração, não era uma cópia.

Quais foram as principais mudanças que ocorreram com a crise em 2002/2003?

Primeiro uma carnificina de empregos, eu não me lembro exatamente o número, a Vera [Brandimarte] talvez tenha, mas acho que uns 20% da redação pelo menos foi demitida; o corte de papel; a crise bateu pesado, mas o fundamental foi preservado. O que é o fundamental? E a estrutura básica do jornal, os cadernos ficaram um pouco mais magros, mas nenhum deles foi eliminado, os grandes nomes do jornal permaneceram, os colunistas todos. Então, o jornal foi capaz de preservar o essencial, mas foi um baque grande. Foi um baque que afetou um pouco a qualidade do produto, mas o fundamental foi preservado.

Qual a principal preocupação desde as primeiras edições com o conteúdo?

Sempre foi a qualidade do que estava sendo noticiado: a checagem da informação, nunca deixar de checar várias vezes para ver se aquilo que estava sendo publicado era verdade, era correto, era fiel ao acontecimento e a qualidade da análise, na tentativa de fazer um jornalismo que não fosse só informativo, mas que fosse analítico. Essas sempre foram as preocupações essenciais do jornal, desde o começo.

Como era a relação com os donos que não estavam presentes?

Eu acho que uma coisa muito saudável. Era, era não, é, imagino, porque não estou mais lá. Então não sei, mas imagino que seja ainda uma das coisas do jornal: como pertence 50% a um e 50% a outro, nenhum dos dois tem o direito de mandar. E isso dá uma autonomia muito grande para a redação (acho que eu mencionei na sua qualificação) era eu que fazia metade dos editoriais e eu nunca tive que mostrar o editorial para ninguém: eu fazia e mandava para imprimir e eu nunca fui admoestado por ninguém por nada que eu tenha escrito. Então, o fato de você ter dois patrões, na verdade significava não ter nenhum patrão. Eu acho que isso continua assim e eu acho que isso é muito bom.

Existiu alguma restrição de fontes?

Não.

Por que você considera o Valor o jornal mais independente dos grandes jornais?

Talvez por causa disso. Talvez pelo fato de que os donos não interferem nada no conteúdo editorial. E eu acho que hoje ainda é assim. Embora eu não esteja mais lá, eu leio o jornal e em relação ao governo federal e o governo estadual, eu acho que é o jornal mais independente, que mais critica e mais elogia e cobre com menos viés as atividades dos governos federal e estaduais.

Eles têm suporte financeiro para isso?

Imagino que sim. Você tem que perguntar lá, porque eu imagino que o jornal esteja dando lucro e esteja saudável. Se não tivesse, ele certamente não seria independente.

O que é essencial para um jornal dar certo?

Independência. A credibilidade depende da independência.

De quem é o projeto do EU&?

Principalmente do Celso, Carlos e eu.

Como foi a concepção?

Se bem me lembro, nós partimos da idéia de que o jornal era um jornal de negócios e quem faz negócios são pessoas que têm interesses em assuntos culturais, além dos assuntos de negócios. Então, a idéia era fazer um suplemento que atendesse aos interesses e às necessidades das pessoas que fazem negócios. Então, a gente tentava fazer um caderno semanal que pudesse ser levado para casa para ser lido no fim de semana por essas pessoas que fazem negócios. Que fosse útil para eles pensar em termos de ideias culturais, que não fossem ideias do dia a dia do negócio deles e que pudesse aumentar o consumo cultural deles, com indicações, crítica, resenhas de livros, DVDs, CDs.

Por que o nome EU&Fim de Semana?

Exatamente por isso: era uma coisa para ser lida no fim de semana. Toda parte não política, macroeconômica, financeira, a gente fazia tendo em vista o indivíduo: tudo é EU. É “EU& Meu

Negócio”, “*EU& Meus Investimentos*”, “*EU& Minha Carreira*”. Então essa marca “*EU&*” veio disso. E “*EU&Fim de Semana*” foi pensando no fim de semana do “*EU leitor*”.

Alguma conotação egoísmo, egocentrismo do indivíduo?

Não egoísmo, mas individualismo sim. Talvez um pouco de personalismo. Nessa época, como você falou do neoliberalismo, havia muito, ainda há, e sempre houve uma coisa sempre muito voltada para o indivíduo, para a pessoa. E a gente procurava explorar isso.

No que ele se diferencia dos demais suplementos semanais culturais?

Ele é muito diferente, porque você tem o *Mais!* que é uma coisa muito intelectualizada, e o *EU&* não queria ser isso. Você tem o *Aliás* que é uma espécie de revista da semana e ele não queria ser isso. Era e é ainda um suplemento muito diferenciado porque tem como objetivo isso que eu disse: fornecer algum material de reflexão para pessoa ler no fim de semana que de alguma forma tinha que ser vinculado ao universo da economia. Agora, não precisa, necessariamente, ser teoria econômica, mas que se refira ao universo da economia e dos negócios e ao mesmo tempo tinha ali uma indicação cultural que não é altamente sofisticada, porque o empresário, o executivo não é necessariamente sofisticado intelectualmente. Ele não é um sujeito que leia alta filosofia, que gosta de música experimental. Então, ele não é uma coisa como o *Mais!* O *Mais!* é mais intelectual. O empresário, o executivo não são intelectuais, então o *EU&* não buscava fazer uma coisa para intelectual.

Então estaria mais próximo da aparência do que do intelectual?

Não. É uma coisa para a reflexão, mas não uma reflexão filosófica, intelectual, mas uma reflexão mais pragmática, coisas que tem a ver com a vida dele, embora não especificamente com o negócio dele, que tem uma pitada de intelectualidade, mas não aprofundada e tem a ver com o consumo cultural dele, que não é altamente sofisticado. Mas nada a ver com imagem ou aparência.

O que é cultura para o *EU&*?

É aquilo que não é negócio para o consumidor do *Valor*: cinema, não de arte, música, não necessária altíssima, restaurante, livros de literatura, de economia e não de economia. É uma coisa que transcende ao mundo do negócio, está no mundo das idéias, mas não de idéias altamente sofisticadas.

No primeiro ano, das oito capas, 6 eram de economia....

Idéias que fogem do dia a dia do negócio, que permitem uma reflexão, que podem ser... que são de alguma forma ligadas ao universo da economia, mas não apenas economia, não necessariamente de economia. Quando você fala da situação econômica da Argentina e aquilo se você for ver, eu tenho certeza, está mais no plano da teoria do que no plano dos fatos. Então é uma coisa que se encaixa assim... o principal do caderno. Eram essas idéias sobre a vida em sociedade, sobre o universo da economia, embora não necessariamente ligada à economia que eram coisas para permitir a reflexão do executivo ou do empresário durante o fim de semana em casa.

Por que um caderno de cultura num jornal de economia?

Porque a gente achava que era importante que o jornal, embora ele só circulasse de segunda a sexta, que ele tivesse um caráter que de alguma forma envolvesse a pessoa e não apenas o homem de negócio ou a mulher de negócio. E porque o modelo era o *Financial Times* que tinha um caderno no fim de semana desse tipo. Porque, embora fosse um jornal para homens e mulheres de negócios, ele tivesse algum tipo de atrativo a mais que envolvesse a pessoa e não apenas o homem ou a mulher de negócio.

Você considera o *EU&* um produto elitista?

Claro. Todo jornal impresso, mais ainda um jornal de economia.

Por que ele tem esse caráter cosmopolita?

Porque o público é um público cosmopolita. O leitor do *Valor* é um leitor que viaja, é um leitor que mora na cidade, é um leitor que pensa no exterior. O leitor é cosmopolita, por isso ele é cosmopolita.

E por que não roteiro e guias culturais?

Ele não tinha roteiro entre outros motivos para não fazer concorrência com *O Globo* e com a *Folha*. Então, essa foi uma decisão tomada logo no início da criação do *Valor*: sendo um jornal de dois jornais diários de interesse geral, não fazia nenhum sentido que ele fosse fazer concorrência a esses jornais diários. Então, nós sempre tivemos a preocupação que o *Valor* não fosse um jornal de interesse geral. E o roteiro é uma dessas características dos jornais de interesse geral que não cabia explorar.

Ele não teve propaganda por muito tempo... agora está tendo...

Ele sempre teve muitíssimo pouca propaganda. Não era o objetivo: nós sempre quisemos que tivesse publicidade. Não tinha por diversos motivos: primeiro porque a equipe de publicidade era pequena e se concentrava na venda do produto maior que era o jornal. Segundo, porque essa área de publicidade em produtos culturais é uma área difícil, é uma área que ... um país com as características do Brasil se concentra pouco interesse porque há poucos consumidores. Terceiro, porque era um produto novo e concorria com outros muito mais estabelecidos, como o *Ilustrada*, o *Caderno 2*. Então, era difícil você superar a concorrência. Então, há diversos motivos, mas nunca foi intenção do suplemento não ter publicidade.

Você considera que o *EU&* é um produto que lida com a construção da imagem do *Valor*?

Sem dúvida. Um dos traços distintivos do *Valor*. Era uma das coisas que a gente fazia tentando construir essa imagem do *Valor* voltado para o mundo dos negócios, mas também voltado para a pessoa que fazia negócio.

Qual é o papel do Jornalismo Cultural em sua opinião?

É o papel de promover o debate de idéias, sobre os produtos da indústria cultural e da cultura.

O que você entende por cultura?

No jornalismo? É basicamente a indústria cultural. Claro que não é isso só o que é cultura. Há um mundo de alternativas para se definir o que é cultura, como indústria cultural, cultura humana, até a cultura produto cultural. Mas eu acho que para o jornalismo, a cultura é basicamente a indústria cultural. Ou seja, os livros e discos (inaudível).

Você inclui nesse processo, a prática que o *EU&* tem de abordar outros assuntos relacionados à cultura do empresário (como a situação da crise na Argentina)?

Sim, sem dúvida.

Você quer acrescentar algo?

Não. Acho que não.

Anexo 2

Célia de Gouveia Franco Secretária de Redação do *Valor*

Data: 30/04/2009

Local: Na sala dela, no *Valor*

- Célia Franco trabalhou 20 anos na *Gazeta Mercantil* em várias funções e em vários lugares.
- Voltou a atuar na *Folha*, em 1996, como repórter especial, onde permaneceu por 4 anos.
- Passou a integrar a equipe que elaborou o projeto do *Valor*
- No início do jornal, foi editora de *Brasil* (área de macroeconômica)
- Desde 2004 é editora-executiva do *Valor*, e o *EU&* está sob a coordenação dela

Qual era a preocupação inicial da equipe que concebeu o *Valor*?

O *Valor* é uma associação meio a meio da *Globo* com a *Folha*. Em 99, os dois grupos acharam que havia muito espaço no Brasil para ter um jornal de economia, para concorrer com a *Gazeta Mercantil*, que na época ela já estava meio decadente, estava perdendo prestígio, já tinha perdido jornalistas que tinham dado uma revigorada no jornal e tal. E a ideia era fazer um jornal mais bonito, um jornal que tratasse a notícia de forma mais direta, com texto mais elegante, que tivesse um projeto gráfico mais elegante também, que fosse atraente, que fosse um prazer de ler e que a linguagem fosse uma linguagem menos técnica, que fosse mais acessível. Então era essa a ideia, e que também tratasse de assuntos ... que não olhasse para o leitor só como um profissional. Que olhasse para o leitor como uma pessoa que tem outros interesses, além do trabalho. Por isso que a gente sempre deu bastante espaço para matérias sobre investimentos pessoais. Nós temos um caderno inteiro que é sobre investimentos que é para dar informação para o leitor enquanto investidor pessoa física e não empresa. Para ele ter orientação de onde vai aplicar o dinheiro dele também. E esse caderno quando começou tinha também matérias de cultura e sobre restaurantes e até hoje a gente tem um colunista de vinhos, que é o Jorge Lucki, que escreve às sextas-feiras, dicas de vinhos. Nós temos uma página que sai às sextas-feiras que é “Pequenos e grandes prazeres”, que tem matérias de turismo, de restaurantes, matérias sobre coisas de dão prazer. Depois, quando a gente teve que fazer um encolhimento, um corte no jornal (final de 2002 e começo de 2003), a gente teve que reduzir muito essa parte aí de matérias sobre consumo, que hoje a gente continua tratando, mas muito menos do que antes. Tem uma revista mensal a “*ValorInveste*”, também traz matérias sobre turismo, a última página também tem sobre produtos, lançamentos de produtos na área eletroeletrônica. Matérias para atender esse lado do nosso leitor. E a nossa cobertura de cultura está praticamente no tablóide. Antigamente a gente tinha seção diária de cultura, e aí passou a ser só no tablóide.

Como se chegou a esse nome: *Valor Econômico*?

Tínhamos duas sugestões. Foi feita uma pesquisa que indicou dois nomes no final. A pesquisa foi feita pela área comercial. Na equipe de criação do jornal eles vieram com dois nomes: um era *Valor Econômico* e a outra era *Diário de Economia* ou *Jornal de Economia*. Acabou prevalecendo *Valor Econômico*. E tinha aquela coisa do valor das coisas, permitiam também fazer uma reflexão um pouco mais profunda sobre o valor.

Como é a relação interna no *Valor* comparada a de outros lugares?

Aqui eu exerço cargo de chefia, o que não fiz em outros lugares. Na *Gazeta* eu era editora, mas fui repórter durante muitos anos, então é um pouco diferente. Como editora eu não tinha contato com os

donos. Aqui no *Valor*, eu tenho muito pouco, interferência dos donos. Talvez pelo fato de serem dois grupos que dividem exatamente o controle, eles não... a norma é ...não interferem. No produto.

Então você tem autonomia?

A gente tem autonomia. Bastante autonomia. Não tem sala do dono aqui.

O que é essencial para um jornal dar certo?

No caso de um jornal de economia, que é diferente de um jornal geral, ele tem que ser útil. Ele tem que trazer informação para o leitor, que faça com que a empresa para a qual ele trabalha tenha mais lucro, que os investimentos serão feitos com maior base. Então um jornal de economia para dar certo tem que trazer informações relevantes para o leitor, informação e interpretação da informação, certo? Informação não pura, mas trabalhada, contextualizada, analisada, comparada, essas coisas.

Existe preocupação em inserir discussão sobre desigualdade social nos temas do *Valor*?

A gente com frequência faz matérias sobre desigualdade social, sobre a desigualdade econômica porque esse é um tema que a gente considera essencial também para o crescimento do país. Então, nos últimos dois anos, em que houve uma redução da desigualdade econômica no país, que houve, nos últimos anos, uma redução do número de pessoas que passam fome, que os programas sociais começaram realmente a funcionar e tal, a gente fez muita matéria sobre isso. Tanto reportando as várias propostas para as regiões onde o “Bolsa Família” é mais importante, mas também fizemos muitas matérias sobre como as empresas estavam reagindo a isso. Então, é um tema importantíssimo [porque] uma multinacional na área de alimentos, por exemplo, para ela é essencial saber que vai ter ampliação de mercado porque mais gente vai ter dinheiro para comparar, por exemplo, farinha de trigo, arroz, ou leite condensado ou alguma coisa assim. Então, não é só... a gente acha que ... faz parte da vida econômica do país um tema como esse.

Quanto à criação do *EU& ...*

Foi o Haag..

Na época da criação ele foi influenciado pelo *Financial Times*. Onde o *EU&* se aproxima e onde ele se distancia do *Financial Times*? Ou isso mudou?

Eu acho que é assim: a gente tem dois modelos o *FT* e o *Wall Street Journal*. No começo era muito em cima do *FT*. Ao longo do tempo, a gente começou a tentar também como o *Wall Street Journal*. Do *FT* a gente tinha essa coisa da precisão, de ser um jornal que dá muito furo, é um jornal respeitado, com credibilidade, raramente erra, certo? E o *Wall Street Journal* na área da empresa, na cobertura sobre empresas, os repórteres são capazes de olhar o balanço de uma empresa e tirar informações importantes e relevantes que estão escondidas no meio dos números. Então, isso é uma coisa que a gente busca aqui também. E as... do *Wall Street Journal* que a gente tenta fazer são essas reportagens muito bem feitas, num texto superelegante, bem cuidado, que vai a fundo em certos temas. Para citar um caso, aí, a matéria mostrando na vida de pessoas comuns, como é que a crise econômica dos EUA estava afetando a vida dessas pessoas. Como a decisão de um.... eles acharam um orador comum lá nos EUA que não conseguiu pagar a hipoteca da casa dele, como isso foi afetar um agricultor lá no Vietnã. Então, a ponte que leva de um país ao extremo, numa região totalmente diferente, longe e eles foram reconstituindo passo a passo, numa matéria deliciosa, muito bem escrita, não é? Com a preocupação de fazer um texto caprichado elegante que é uma coisa que a gente também procura ter.

Além de relatar o fato, da precisão, da sofisticação do texto, ainda tem uma preocupação em promover uma reflexão sobre aquele assunto?

O que que a gente quer com o jornal? A gente quer dar furos, sim. Depois, numa época em que cada vez mais a informação está disponível dois minutos depois de ser divulgada. [Exemplo]: O ministro da Saúde falando: “vamos fechar os aeroportos, por exemplo, por causa da gripe suína”; ela está imediatamente disponível na Internet à disposição, pelo rádio, pelo celular, pelo *Twitter*, etc. O que a gente precisa fazer ... (o telefone tocou, entrevista interrompida; retomamos....) ... é trabalhar essa informação. Não adianta a gente colocar no dia seguinte no jornal: “Brasil fecha aeroportos por causa

da gripe suína”. Porque isso 99% dos nossos leitores já sabem. O que a gente precisa fazer é: qual a consequência que isso vai ter? Que repercussão que vai ter? Aplicações, quem ganha, quem perde, quanto tempo pode durar... fazer uma análise; a partir dessa informação básica trabalhar fazer uma análise, uma coisa muito mais rica.

Por que um caderno de cultura num jornal de Economia?

Então. A ideia era essa. Tem um lado do leitor que não é atendido normalmente no jornal diário. Olhar para o leitor não só como um ente econômico, mas em todos os aspectos da vida dele, inclusive no aspecto cultural

Que você entende por cultura?

Nossa que pergunta difícil? O que é cultura....

Para um jornalismo cultural num veículo econômico, o que é cultura?

Silêncio – Acho que é....

Quer pensar e depois você me responde?

Quero. Eu respondo por escrito, pode ser? [Apesar do lembrete enviado por e-mail, não respondeu]

Qual é o papel do Jornalismo Cultural na sociedade?

Acho que o principal.... que o jornalismo cultural deve ser é instigante. Provocativo. Deve despertar a curiosidade no leitor para buscar novas manifestações no cinema, no teatro, na música nas artes plásticas, na dança ...

Nas sete artes?

É. É isso que deveria ser: provocar curiosidade, o desejo de ir buscar. Tem um lado de serviços, assim, também, que é informar tal peça está começando, tal dia o livro que foi lançado.

E por que o I não aborda só esses assuntos?

Não é um caderno só de cultura. É um caderno em que a gente se propõe matérias de cultura e tentar aprofundar... porque tem mais espaço, porque é semanal tem mais tempo para a gente trabalhar, aprofundar temas de economia, comportamento e de política. Então, muitas vezes o grande tema da semana, ou o grande tema do mês, como é a que saiu hoje, do Judiciário (edição 446), e toda essa polêmica em relação ao papel do judiciário. Então dá para fazer uma coisa mais elaborada, dá para colocar gráficos, tabelas, ilustrações com mais cuidado, outros aspectos que no dia a dia não dá para fazer. O caderno é uma mistura de matérias de cultura.... não é só cultural. A gente tenta fazer mais analítica sobre assuntos de comportamento, de economia e de política.

Pelo que já conversamos, um dos critérios de noticiabilidade é a atualidade. Quais outros?

É tão aleatório... Nunca é uma coisa muito claramente manifesta. É uma decisão mecânica. (automática). A gente incentiva muito os jornalistas do *Valor* para escrever para o *EU&*. Um jornalista da área da tecnologia da informação veio propor, na semana passada, uma matéria sobre a geração de pré-adolescente que só se comunica por internet, ... celular. Então, uma matéria sobre o comportamento deles e sobre como a indústria atende a esses consumidores. Ficou superlegal, super-interessante, ..., [com] psicólogos... Então, que geração é esta que surgindo que fica o tempo inteiro com o celular na mão, mandando mensagem, escrevendo nessa linguagem quase incompreensível. Por que ele foi fazer essa matéria? Porque um jornalista achou interessante, trouxe para gente, a gente encampou, achou super-legal. A gente achou que tem o interesse do empresário, do negócio, mas também tem o interesse porque eles são pais, avós, tios, eles convivem com essa geração. Outro dia, eu estava conversando com um empresário, que estava falando que a filha não fala mais com ele porque quando eles estão juntos, a filha fica o tempo inteiro mandando mensagens para as amigas e ele precisa brigar com ela para ela lhe dar atenção.

Vocês utilizam Agência de Notícia?

A gente lê bastante ... O Cyro e o Robinson leem muito, publicações estrangeiras. Eles leem as principais revistas, muitos artigos de economistas, são muito bem informados, são muito antenados.

Como foi a crise de 2003?

Foi um horror.

Enxugou muito?

Se você quiser eu te passo os dados.

Eu quero. Dá para perceber a mudança que houve no material que estou analisando. Hoje quantos jornalistas fazem o EU&?

São três: O Cyro, o Robinson, e a Malu [Luiza Mendes Furia]. As capas são feitas por um ilustrador do *Valor* que trabalha para o *ValorInveste*, mas faz as capas do *EU&* e de alguns cadernos especiais. Os articulistas – encomenda (alguns são pagos, mas a gente tem verba para pagar) acadêmicos, especialistas.

EU& tem caráter cosmopolita?

A gente tenta.

Que valores culturais o EU& prioriza

Diversidade. Nas resenhas de livros, de filmes, DVDs e CDs. A gente de vez em quando tem essa conversa. A gente vai fazer uma resenha de um livro que é muito ruim? Vale à pena a gente fazer? “Meter o pau” nesse livro? Vale à pena a gente perder tempo com isso? Ou a gente escolhe algum livro que tenha um padrão mínimo? Em geral a gente não dá espaço para um livro que a gente considera que não tem um mínimo de qualidade. Outro dia a gente fez uma matéria no *ValorInveste*, e que poderia ter saído no *EU&*, sobre os livros de investimentos pessoais, que só falam obviedade. Um tipo de matéria que é interessante e que a gente poderia ter feito também (até já fizemos também, mas de livros de auto-ajuda)

De que forma o Jornalismo Cultural pode provocar a reflexão no leitor?

A gente sempre acha que uma matéria mais analítica vai fazer com que o leitor pense um pouco, reflita, veja algum valor. Não sei se tem esse poder, mas é uma intuição, né.

Em sua opinião o EU& tem alguma função social?

É uma coisa que foi incorporada na nossa rotina. A gente com frequência tem mandado repórteres para lugares no Brasil, onde existem conflitos de terra, com indígenas, conflitos com questões ambientais, recentemente teve o caso de Roraima como é que seria a saída dos plantadores de arroz da reserva Terra do Sol. É um assunto de grande interesse, que a gente tem que dar bem, ir lá, olhar.

Apesar de ser voltado para um público centrado em economia, ele não deixa de noticiar algo que não tenha utilidade para o empresário?

Isso, apenas como fator cultural.

Por que não tem propaganda?

Os cadernos de cultura, se você pegar a *Ilustrada*, só tem anúncio de lançamento de livro ou de filme, ou de peças. Quase não tem propaganda. É raro ter. Então, esse é um fator. Depois a gente nunca teve uma equipe de vendas de anúncios para o *EU&*. Precisaria também de um esforço de marketing.

Você quer acrescentar algo?

Não. Já falamos de tudo, né?

Anexo 3

Otavio Frias Filho **Sócio-proprietário do Valor**

Data: 06.10.2009

Local: Sede da *Folha de S. Paulo*

- Otavio Frias Filho é jornalista
- Trabalha por razões familiares na *Folha*, desde 1976, em diferentes atividades, na área editorial
- É o responsável da área editorial do grupo, desde 1984.
- É autor de algumas publicações e de diversas peças teatrais,
- Um dos sócios do *Valor Econômico*.

Ele confirmou os dados da reportagem da Elvira Lobato (*Folha – Dinheiro* 15/02/2004) sobre a evolução dos negócios do *Grupo Folha*:

- 1995 = Parque gráfico Tamboré;
- 1996 = UOL e a Plural (gráfica comercial);
- 1999 – jornal “Agora”;
- 2000 – *Valor* (em parceria c/a Globo).

Por que vocês decidiram criar esse jornal segmentado na área de Economia?

Esse período da segunda metade dos anos 90, foi um período de muita expansão no setor de mídia no Brasil. Já estava começando essa mudança de padrão tecnológico, do paradigma tecnológico. Então havia uma percepção de que era importante que os veículos que já tinham uma implantação tradicional em termos de jornalismo, que esses veículos não perdessem o bonde da história. Então, os veículos que investiram, por exemplo, em telefonia celular, foi o caso do nosso concorrente, o jornal *O Estado de S. Paulo*, a própria Globo, a Editora Abril, que na época também estava investindo em TV a Cabo. Havia uma mentalidade assim de que era preciso diversificar e aproveitar as atividades que estavam surgindo nesse ambiente de expansão da mídia. A estabilização econômica, a partir de 94, também ajudou esse cenário de expansão: ficou mais fácil planejar a vida das empresas, a paridade entre o real e o dólar que vigiu durante alguns anos e que tornava atraente contrair empréstimos. Então houve uma grande expansão no setor de mídia. Essa expansão inclusive foi tão exagerada, talvez, que provocou uma crise financeira nas empresas de modo geral. As empresas se endividaram muito para alcançar esses novos produtos e entrar nesses novos nichos de mercado, de tal forma que, se a segunda metade dos anos 90 foi um período de muito investimento, de diversificação e de expansão da mídia. Na primeira metade da década em curso atualmente, foi o contrário: um período de contração porque as empresas se viram diante da necessidade de pagar dívidas com juros que eram muito altos. Então a partir do ano 2000-2001, as empresas passaram a focar na sua rentabilidade com o objetivo de gerar excedente que permitisse pagar os compromissos financeiros que haviam sido assumidos previamente. No caso específico do *Valor*, havia um diagnóstico de que a *Gazeta Mercantil*, que era o jornal mais tradicional nessa área de jornalismo econômico, estava em crise, e que provavelmente essa crise não teria remissão. Nesse sentido, então, se vislumbrou a possibilidade de lançar um jornal que fizesse concorrência à *Gazeta Mercantil* e que topasse, pelo menos, dividir esse mercado com ela, né. Na realidade, tem uma espécie de divisão informal de trabalho [entre nós]: o meu irmão, Luís Frias, ele cuida da parte propriamente empresarial, e eu cuido da parte editorial. Mas o meu irmão tinha muito essa ideia de nós [como] já tínhamos um jornal de informação geral que é a *Folha*, temos um jornal de perfil mais popular que seria o jornal *Agora* e na nossa equação faz todo sentido que esse tripé fosse completado com um jornal de informação econômica. Na época, as Organizações Globo estavam com um raciocínio

semelhante e houve negociações e dessas negociações resultou o lançamento do jornal *Valor*, em maio de 2000.

É verdadeira a informação de que tanto a *Folha* quanto *O Globo* tentaram comprar a *Gazeta* em outro momento anterior a essa união comercial?

No que diz respeito às Organizações Globo, eu não saberia responder. No que diz respeito à *Folha*, sim. Houve uma gestão deste tipo, mas há muito tempo atrás. Eu diria que há cerca de uns 20 anos. E foi uma gestão conduzida e que não levou a nenhum resultado. Meu pai estava aqui, estava atuante e ele tentou num determinado momento nos anos 80, comprar o controle do Jornal do Brasil e também tentou ou, pelo menos, autorizou gestões que poderiam levar à compra do controle da *Gazeta Mercantil*. Mas estas gestões nunca evoluíram. Então, é algo como se, praticamente, nunca tivesse ocorrido, porque não teve uma consequência prática.

Essa associação com a Infoglobo partiu de quem? Deles ou da *Folha*?

Como havia conversas já a respeito da plataforma digital, na época, nos anos 1990, a Globo estava na época interessada em lançar o que viria a ser o portal G1 e nós já tínhamos o desenvolvimento inicial da UOL acontecendo, então, as conversas, pelo que eu me lembro, começaram um pouco mais por essa seara digital: a possibilidade de haver uma parceria, um entendimento na área da plataforma eletrônica digital. Isso acabou não ocorrendo, mas enfim, um produto importante dessas conversas foi a parceria para fazer um jornal impresso econômico, que acabou recebendo o nome de *Valor Econômico*.

De quanto foi o aporte inicial de cada um?

Não vou saber citar de memória. Eu posso tomar nota e depois eu, eventualmente, eu passo isso pelo e-mail ou telefone.

[Recebi e-mail posteriormente informando que essa informação não estava disponível]

Como se dá a gestão administrativa da sociedade?

É uma parceria 50%-50%, então isso significa que os dois sócios precisam estar de acordo em relação às principais decisões estratégicas e em relação à escolha dos dois principais gestores: o presidente da empresa e o diretor de redação, que atualmente é diretora, que é a Vera Brandimarte. Tem sido uma convivência bastante harmoniosa. Não sou capaz de me lembrar de alguma desavença mais importante que tenha havido nesse período. E já há..., o quê? Nove anos.

E a gestão editorial?

Embora as duas empresas *Folha* e Globo tenham definido os parâmetros do tipo de veículo que elas gostariam de criar, a alma do jornal foi muito criação do Celso Pinto. Como você sabe ele é um jornalista de renome no meio profissional, trabalhou muito tempo na *Gazeta Mercantil*. Ele foi trazido da *Gazeta Mercantil* para trabalhar na *Folha*, depois de duas ou três insistentes tentativas do meu pai, que gostava muito do trabalho dele e que depois passou a desenvolver uma relação pessoal com o Celso. E quando se colocou a questão de quem seria o editor responsável pelo setor editorial do jornal, nós propusemos o nome do Celso e a Globo aceitou assim, pelo que eu me lembro, de uma maneira entusiástica. O nome dele se impôs assim de forma, eu diria, consensual. E a criação do jornal, no sentido de reunir a equipe inicial de editores, contratar pessoas, a própria concepção anatômica do jornal, morfológica do jornal, embora nós tenhamos contratado um escritório *design* britânico que ajudou a conceber o *layout* do jornal, mas todo esse espírito do jornal, eu diria que foi em grande medida uma criação pessoal do Celso Pinto. (muda o tom de voz e hesita consternado). É realmente uma pena, em todos os sentidos, o acidente vascular que o deixou incapacitado porque ele lançou as bases de um projeto que está aí até hoje; sobrevive, claro, sem o trabalho dele, mas ninguém tem condições de avaliar o quanto ele faz ou fez falta nesses últimos anos.

Como se dá a relação dos donos com a equipe de jornalistas?

Existe um Conselho Editorial que se reúne periodicamente. Mas eu diria que a autonomia da equipe de redação é bastante grande. Isso ocorre por duas razões: primeiro porque sendo dois parceiros em

regime paritário, sempre um parceiro fica muito receoso de ferir suscetibilidades do outro. Então é diferente, talvez, do que seria uma gestão em que não houvesse parceria e um grupo só conduzisse. Então, há uma “etiqueta”, se é que eu posso usar essa expressão entre os dois parceiros. Isso por um lado acaba resultando numa autonomia editorial grande. Mas a principal razão dessa autonomia, a meu ver, é o fato de que não há grandes divergências de orientação editorial sobre como conduzir um jornal voltado para o público empresarial. Quem imprimir uma orientação editorial diferente daquela, não é só no *Valor*, não é, o *The Wall Street Journal*, o *Financial Times*, ou qualquer jornal desse tipo, quem imprimir uma orientação diferente dessa, vai fazer mal ao jornal. Então, não há muita controvérsia, ainda mais num mundo dito pós-ideológico como é esse que nós vivemos. Claro, pode haver e seguramente há controvérsia a respeito de uma reportagem específica, ou de um box, ou de uma angulação específica, mas com relação à orientação geral editorial de um jornal voltado para um público empresarial, executivos e empresários leitores do *Valor*, não há muita margem de dúvida, muita margem de polêmica.

O que foi considerado para se definir a linha editorial?

Foi considerado que deveria ser um jornal liberal em economia, liberal em política, como não poderia deixar de ser um jornal deste tipo. Que deveria ser um jornal que tivesse uma cobertura intensiva de empresas, que tivesse uma cobertura sólida na área de finanças, que tivesse um elenco de colunistas respeitados e dentro de um diapasão, mais ou menos, simplista, digamos, pessoas de posição, sei lá, mais de centro-direita, outras de posição mais de centro-esquerda, talvez, e que deveria haver também uma dedicação, uma atenção, um investimento editorial no empresário enquanto consumidor de produtos matérias e de bens simbólicos. Talvez aí entre mais a esfera do caderno *EU&*.

O senhor citou o *Financial Times*. Por que foi o escolhido o FT como modelo?

Todos os jornais empresariais do mundo adotam mais ou menos essa forma que eu acabei de citar. Quer dizer, eu não conheço muitos, eu conheço superficialmente o *The Wall Street Journal*, o *Financial Times*, eu conheço alguma coisa do [*Diário*] *Ambito Financeiro*, da Argentina, mas eu diria que a margem de controvérsia na definição da linha editorial de um jornal voltado para empresários é muito pequena, é muito menor que na definição da linha editorial de um jornal de informação geral, que tem um público muito mais heterogêneo, maior, muito mais complexo, inclusive. Eu acho um jornal [*Valor*] muito bem feito, além de ser um jornal que tem desenvolvido um lastro de credibilidade muito bom e é um jornal que tem tido uma situação considerável, porque é um jornal voltado para uma temática específica, ele está hoje com uma circulação de 50 mil exemplares. Eu diria que é muito bom.

Como o *Valor* enfrentou a crise? Quais medidas foram adotadas em 2002/2003?

Ele sofreu um pouco com a crise, mas ele logo se recuperou. Ele é um jornal que vive pelas próprias pernas, quer dizer, o aporte inicial dos sócios não teve que se repetir outras vezes. Então, é um jornal que a partir do segundo ano, talvez, ele passou a ter uma autonomia econômico-financeira. É um jornal que não depende mais de aporte dos sócios.

Houve demissões na época?

Houve enxugamento da estrutura, como costuma acontecer, o primeiro projeto a estrutura é sempre superdimensionada, então houve aí por volta de ... não vou saber o ano exatamente, 2002-2003, houve cortes, redução no tamanho da estrutura. Mas nada, assim, especialmente dramático, né.

Quem teria esses dados? A Vera [Brandimarte]?

A Vera seguramente.

Ao que o senhor credita o sucesso do *Valor*?

Acho que foi o conjunto desses ingredientes: duas organizações jornalísticas fortes, com experiência em jornalismo, no caso da Globo e da *Folha*, um competidor muito debilitado, no caso aí a *Gazeta Mercantil* e um projeto editorial, a meu ver, bem concebido, ou pelo menos, bem ajustado às demandas de um jornal voltado para esse público específico.

Qual a condição para um jornal ser independente?

Ter sustentação no mercado. Essa é a grande condição para que o jornal tenha independência. Que ele consiga se sustentar economicamente apenas com base nas relações de mercado.

É possível conseguir uma copia do projeto do EU&?

Eu não tenho conhecimento se tem. Eu acho que se alguém tem alguma coisa desse tipo nesse sentido, seria a Célia. A minha participação nesse processo foi sempre muito lateral, sabe? Porque ... economia não é a minha área, eu não tenho propriamente um interesse assim, propriamente empresarial.... Eu sempre achei que ajuda muito quem não atrapalha.... Eu tenho minhas atividades aqui na *Folha* que sempre acabaram consumindo muito do meu tempo, da minha preocupação,... então por isso que logo no início não sei se vou ser muito útil porque eu nunca tive uma atuação direta. Nunca acompanhei as reuniões com meu irmão, às vezes converso com a Vera, de tempos em tempos a gente se encontra num almoço ou jantar, mas a minha participação é sempre muito discreta, lateral.

Apesar de não participar das discussões, você tem clareza quanto aos objetivos do caderno?

A ideia era de suprir uma demanda, que eu resumi como sendo o empresário ou executivo na sua condição de consumidor individual de bens simbólicos. E acho que também havia a ideia de oferecer um determinado tipo de serviço que a *Gazeta Mercantil* não oferecia, ou se é que oferecia... eu não sei dizer quando surgiu esse caderno Fim de Semana que é mais voltado para cultura, consumo. Eu não sei se foi anterior ou posterior ao ano 2000. Até é uma pergunta interessante de se responder. Mas a lembrança que eu tenho é de que essa cobertura de assuntos culturais que interessasse um público mais empresarial era algo que a *Gazeta Mercantil* não fazia, ou fazia de uma forma muito embrionária. Eu acho que houve, da parte do Celso, a ideia de preencher um nicho de demanda que não estava sendo atendida.

O senhor lê o EU& frequentemente ou eventualmente?

Eventualmente.

E qual a sua avaliação?

Na medida da minha frequência, de ser um leitor, assim, um leitor de fim de semana, né, eu leio e acho muito bom.

Quais valores culturais o senhor identifica no EU&?

Acho que existe uma preocupação de abordar temas e livros que tenham alguma percepção com esse público empresarial. Essas pessoas que têm pouco tempo para uma leitura que não seja utilitária, não é? Às vezes até me surpreende como o caderno se concede certa liberdade, abordando às vezes tópicos que, até onde eu posso ver, nem sempre vão ser capazes de despertar o entusiasmo da parte do leitor-empresário.

Por que ele não tem roteiros e guias de eventos culturais?

Porque a expectativa do EU& era de que a grande maioria dos leitores de um jornal como *Valor*, leem também algum jornal de informação geral, ou a *Folha*, ou *Estado*, ou o próprio *O Globo*. Então, além de um investimento considerável em termos de estrutura e gastos de papel, seria talvez redundante.

O senhor diria que o leitor do EU& é uma elite mais sintonizada com a aparência ou mais próxima dos intelectuais?

Não poderia ser diferente, a grande maioria dos empresários, dos executivos não são pessoas interessadas ou preocupadas com aspectos intelectuais. E uma boa parcela desse público é interessado em bens de consumo individual, eventualmente, até bens de consumo... (inaudível). [O jornal] sabe que existe, nesse público um determinado interesse em charutos, cavalos, não sei, então esse tipo de interesse que é bem maior que esse tipo de interesse em um público que não seja

formado por executivos e empresários. Talvez eu esteja incidindo aqui num estereótipo, mas em termos estatísticos provavelmente dá para sustentar isso que eu acabei de falar.

O senhor lembra algum diferencial em relação aos outros cadernos culturais?

Não consigo ver exatamente um diferencial, exceto esse, né, de que tem que ser uma pauta mais voltada para intersecção de cultura e hábitos empresariais.

Qual é o papel do Jornalismo Cultural?

(breve hesitação) Eu diria que ele tem basicamente dois papéis: o papel de orientação em termos de serviço, apresentar os principais produtos simbólicos que estejam no mercado e orientar o consumo desses produtos. Por outro lado, existe também o papel de debate cultural, de discussão de crítica. Acho que existe em todo jornalismo cultural essas duas dimensões: uma dimensão que nós podemos chamar de mais próxima ao conceito de jornalismo de serviço, ou seja, de orientação, de oferecimento de opções de alternativas. (fim da fita)

O EU& contempla essas duas dimensões?

... as limitações de espaço que sempre existe, mas até onde eu posso ver eu diria que sim.

O senhor considera que o EU& consegue promover alguma reflexão?

Em alguma dimensão sim, né, seria espantoso se não fizesse. No caso dos jornais de informação geral, de interesse geral, a cobertura do dia-a-dia é muito mais voltada para essa primeira dimensão, indústria cultural enquanto serviço. E aos domingos, pelo menos em São Paulo, tem essa tradição dos jornais terem cadernos que seriam mais voltados para essa segunda dimensão, para essa dimensão mais analítica, mais reflexiva. Mas na prática essas duas coisas se misturam. Todo dia na contracapa da *Ilustrada* tem um intelectual desenvolvendo algum tipo de reflexão.

Anexo 4

Paulo Totti Jornalista do *Valor*

Data: 30.04.2009

Local: Sede do *Valor*

- Começou no jornalismo aos 14 anos, numa rádio no interior do Rio Grande do Sul, como redator.
- Trabalhou no Última Hora, no RJ, no Última Hora de PA, (antes de 64).
- Em 64, foi preso e em 73, trabalhou numa agência de Publicidade, do Correio do Povo
- Trabalhou na sucursal da *Veja*, em PA, um dos fundadores e chefe da sucursal da *Veja*, em Porto Alegre e, atuou na *Veja* em São Paulo até 76.
- Trabalhou no Rio como editor de política no *O Globo*.
- Em 79, chefiou a sucursal da *Gazeta* no Rio e foi correspondente da *Gazeta*, em Buenos Aires,
- Voltou, em 1995, para a *Gazeta*, em São Paulo, onde permaneceu por 6 meses.
- Trabalhou como editor executivo do JB no Rio por três anos.
- Voltou para a *Gazeta* como correspondente na Cidade do México; voltou para São Paulo até 2003.
- Foi para o BNDES como Assessor de Imprensa na gestão do Carlos Lessa e do Guido Mantega (até o Mantega ir para o Ministério da Fazenda)
- Saiu do BNDES e foi para o *Valor*, no final de 2006.

Existe alguma diferença nas condições entre o *Valor* e os demais veículos em que você trabalhou?

Paulo – O que eu sinto de diferença no *Valor* é uma forma de fazer jornalismo com objetividade, como deve ser todo jornalismo, mas sem perder o toque humanístico, onde se prioriza a precisão da informação e se busca transmitir isso para o leitor de uma forma bonita, agradável, para que a Economia não seja um tema pouco amigável para o leitor. É um jornal que tem uma característica importante: um instrumento de trabalho para maioria de seus leitores, mas se a atividade econômica já é uma coisa árida, o jornalismo econômico não deve ser árido, deve propiciar ao leitor, mesmo que ele só use o jornal para ter dados da economia e em consequência disso desenvolver o seu trabalho, tentar fazer com que isso seja prazeroso. Então, a gente tem aqui no jornal diversas pessoas que têm essa preocupação. Essa é uma coisa importante... não é entre o *Valor* e outros o *Valor* praticamente não tem concorrente porque a *Gazeta* está muito sem substância. Então, os nossos concorrentes são as editorias de Economia dos jornais gerais. E aí a gente a obrigação de ser melhor e oferecer uma leitura mais agradável.

Como é a autonomia do jornalista. Como é essa relação... existe algum tipo de interferência?

A relação é bastante é o lugar mais tranquilo em que eu trabalhei, em termos de interferência dos donos. É claro que não existe em nenhuma empresa uma “carta-branca” dada pelo dono ou pelo acionista, isto em nenhuma empresa. E na empresa jornalística não é diferente: uma carta-branca absoluta, sem condicionalidade. Mas, como os jornalistas daqui, a cúpula da (inaudível),... o pessoal que comanda o *Valor* tem uma larga tradição, já trabalhou em um ou nos dois desses jornais, têm credibilidade como profissionais, seu relacionamento com os donos é totalmente profissional. E eu diria que passa meses e meses sem ter nenhum tipo de interferência dizendo “faz tal tipo de matéria”. Quando isso existe há um debate sobre o tema. Tem um Conselho Editorial e aí se pergunta que ,, se constata que o país está vivendo um determinado estágio da economia, como vamos refletir isso... Então, as coisas são assim, elas comungam do debate ... É bastante livre. Por ser um pouco distanciado, os donos estão nos seus próprios veículos. É claro que como nunca se traiu essa confiança até agora, [como] houve essa identificação de propósitos a situação permanece assim e é bastante tranquila. Então profissionalmente... você tem uma forma de ... se você apurar, se preocupar em ouvir os dois lados de qualquer assunto, tentar apurar os fatos com propriedade, é difícil você receber uma ordem de quem

quer que seja dizendo “ignore a realidade e crie coisas que não foram apuradas”. Então, como a gente faz uma apuração muito boa, séria, não há essa interferência. E eu te confesso que não me pareceu que eles tivessem a intenção de fazer isso aqui (o *Valor*) para interferir do ponto de vista ideológico. Eu vejo outros jornais, outros meios de comunicação, de mídia que têm uma interferência dos donos muito maior que refletem a ideologia dos donos muito mais forte do que o *Valor*.

Como é decidida a sua pauta? É você que propõe? Como é?

Se a idéia parte de mim... eu vou e proponho ...tem uma reunião todas as segundas-feiras em que se discutem pautas especiais, da qual participam os editores, os repórteres especiais e a cúpula do jornal. Se a idéia é minha eu proponho e sempre tem uma discussão ... Eu estou fazendo agora uma matéria, que a idéia veio da editora de política que é como os estudantes de Direito estão interpretando, como está repercutindo e entre eles essas divergências no STF. Nem é tanto aquela coisa assim de aparência de dois (inaudível) ... brigando, mas são posturas diferentes; correntes diferentes. Então, uma maior participação do juiz do Supremo em temas que poderão vir a ser objeto de uma decisão que dependa da Justiça. Então, são coisas diferentes que ... eu comecei ontem a fazer. Acabei de fazer uma matéria sobre o Rodoanel que a idéia foi minha: mostrar o que é o rodoanel.

Qual o critério que você utiliza para propor alguma pauta?

As coisas são meio simples...às vezes estou aqui olhando o jornal e pronto: surge uma idéia.

Mas como você sabe quando o assunto interessa para o público do *Valor*?

As coisas são assim... eu vou lá e proponho. Eu vou lá e digo: o que você acha de fazer uma matéria sobre isso? Daí a gente conversa. “Só que daí eu vou precisar viajar para tal lugar, porque tem-se que avaliar a limitação do orçamento... e no *Valor* não tem muita. O *Valor* valoriza muito viagem de repórter. Eu fui à China para fazer uma matéria lá, e ganhei, inclusive o Prêmio Esso com essa matéria na China. Tudo pago pelo *Valor*. Eu acredito que tenha sido, dos jornalistas brasileiros, um dos únicos que viajou por conta do jornal. Fiquei 21 dias lá, despesas minhas, despesa de duas intérpretes que viajaram comigo. Todas as despesas de hotel, transporte ficou tudo por conta do jornal. Raramente, neste momento, os jornais estão fazendo isso. O *Valor* não é uma empresa que desperdiça dinheiro, mas administra muito bem as suas oportunidades. Mas a gente também aceita convite e quando faz a convite a gente, no pé da matéria aparece “fulano de tal viajou a convite de tal empresa ou governo”, mas também muita coisa a gente faz por nossa conta. O *Valor* administra isso de uma forma razoável e tem dado resultado.

Você é prestador de serviço?

Sim. Eu sou PJ.

Tem alguma coisa que você gostaria de acrescentar?

Eu já fiz algumas matérias para o *EU&* sobre cultura e uma delas foi sobre os 40 anos do implante de coração. O único problema que tem realmente quanto ao transplante é a a doação. Quanto à parte econômica, material, técnica, um dos médicos me disse é como amarrar cadarço é tudo muito simples. O problema é ainda o preconceito, as pessoas acharem que estão doando órgãos antes dos entes estarem realmente mortos. Elas não sabem, inclusive que quando alguém sofre um acidente violento e morre, eles tiram todas as entranhas que vão para o lixo. Foi uma matéria interessante. Depois eu fiz uma matéria sobre a última Flip, em Parati. Essas coisas o jornal propicia. E eu percebi que todos os jornalistas que estavam lá das editorias de cultura ou de geral dos outros jornais, tinham uma pauta muito específica. Então ia ficar muito igual: transcrever o que aconteceu no debate mais importante, fazer entrevistas com duas ou três personalidades importantes. Eu procurei descrever toda a festa, juntei tudo, porque uma das coisas importantes que eu acho é que você é o privilegiado: o jornalista consegue estar na porta do Banco Central, quando o BC decide se vai aumentar ou cortar juros; ele consegue estar no campo de futebol, consegue estar na guerra, então, a grande parte dos jornalistas esquece que ele tem que contar aquilo que está acontecendo para o leitor e levar o leitor junto. Então aqui no jornal eu tenho conseguido fazer e se eu não faço melhor é por incompetência e não porque o jornal me negue condições. Para você falar de um congestionamento no cebolão da marginal Tietê, que é uma das

razões porque se está construindo o Rodoanel, é bom você pegar o leitor e falar, vem comigo e vê o que está acontecendo. A televisão tem feito muito pouco isso e no jornal, já que eu estou fazendo essa matéria eu me sinto obrigado a dizer: veja como são as coisas e escrevo isso. Então é uma coisa boa

Você gostou de escrever para o EU&?

Sim, é ótimo escrever para o EU&

Como é o processo? Qualquer repórter pode propor par ao EU&?

Pode, não tem fronteira.. É claro que tem que falar com o Robinson ou com o Cyro. E às vezes eles percebem ... como agora como esta edição aqui (justiça 30.04), eles resolveram fazer o tema de capa o Judiciário e, como tem uma editora de Legislação, ele pediu para ela fazer um artigo. Essas coisas assim. E tem uma coisa... dificilmente o jornalismo tem um autor único. Tudo é feito em equipe. Claro que tem um momento que é só você e seu computador quando você vai escrever.

O o EU& tem qualidade muito boa, mas quase não tem anúncio. Por que isso acontece?

Eu acho que ... todo o jornalismo cultural no Brasil ... os cadernos ... em todos os jornais que eu trabalhei eu tenho ouvido publicitários que os anunciantes de produtos culturais querem anunciar em revistas, coloridos, com um outro estilo que não é o do jornal. Daí o JB criou a *Revista de Domingo*, O *Globo* criou uma revista de domingo, a *Folha* tem o seu *Serapina* [revista mensal] para tentar absorver esse público para quem esses anúncios coloridos e eles também não aparecem. Então eu acho, da parte dos anunciantes, as agências, elas conhecem pouco o jornal e eles lucram muito mais anunciando na televisão: 20% de muita grana é bem mais do que 20% de pouca grana. E também da parte dos publicitários do jornal. Não é só aqui, mas do meio em geral, os que trabalham... que vão vender essa mídia, também conhecem muito pouco o tema. E vender anúncio em um jornal de economia é um pouco diferente do que vender anúncio para uma revista. Não se aprende isso exatamente numa escola de publicidade essa característica específica de vender anúncio em um jornal de economia. A impressão que dá é que o sujeito que lê o *Valor*... Os cadernos de economia dos jornais têm pouco anúncio também. Esses leitores parecem que não consomem roupa, não consomem uísque, quando é exatamente o leitor mais requintado, tem mais poder aquisitivo. Mas os publicitários (nem os que trabalham no jornal não conseguem convencer as agências de propaganda conseguem entender isso).

Qual é o papel do jornalismo cultural ?

O papel do jornalismo cultural é o papel do jornalismo independente da área: que é democratizar a informação; isso desde o jornalismo esportivo, ao econômico. Eu sei de um fato e quero compartilhar esse fato, independente da área. É claro que o jornalista que faz esporte e ao dar aquela informação sobre o esporte ele contribui para o setor esportivo cresça e haja interesse do leitor. O cultural também, você contribui para melhorar a leitura, para chamar a atenção para uma peça de teatro muito boa, uma música nova para melhorar a cultura.

E o que é cultura?

Cultura não é educação, mas é uma educação requintada em favor do que é bom. O tipo daquelas emoções mais saudáveis para o leitor. É claro que quando eu digo isso que a cultura é uma boa peça de teatro é uma coisa maravilhosa. Outras pessoas podem não ter esse pensamento e achem isso desnecessário. Talvez um médico, um psiquiatra dê para alguém uma pastilha que crie euforia e ele tenha a mesma satisfação de ver uma peça de teatro. Talvez um Shakespeare bem interpretado não venha a agradar Então, um compartilhamento também das informações; faz parte da democracia...

Só para confirmar: Cultura abrangeria tudo de maneira que pudesse possibilitar ao leitor um crescimento pessoal?

Exatamente. Independente de ser teatro, pode ser o trânsito, pode ser outra coisa, um gol que o “Ronaldo Fenômeno” fez nesse domingo foi de uma plasticidade e de uma beleza e parecia algo que transpõe a fronteira do esporte para ser algo tão lindo como um grande passo de balé. E o principal é a distribuição da informação cada um na sua área e isso dá certa universalidade na sua “solicitação”.

Anexo 5

Robinson Borges Editor do *EU&Fim de Semana*

Data: 30.04.2009

Local: sede do Valor Econômico

- Robinson Borges trabalhou na Record, como repórter na editoria de internacional
- *Folha de S. Paulo*, caderno *Dinheiro*, na Secretaria de Redação (atividade mais voltada para a burocracia do que para a produção de textos e reportagens)
- Foi subeditor de *Variedades* do Jornal da Tarde
- Trabalhou na Rádio São Paulo
- Fez mestrado em Ciências da Comunicação pela ECA
- É editor do *EU&* desde 2004

Existe alguma diferença no relacionamento com os chefes de outros meios e as do Valor?

Na *Folha de S. Paulo* eu era redator, era um cargo, enfim, que fazia a mediação... era outra instância. No Jornal Tarde, que eu fui subeditor, eu tinha uma relação mais próxima com os diretores do jornal, porque era um cargo de confiança. Mas era um jornal que tinha uma outra peculiaridade; era uma outra cultura completamente... era a cultura do [jornal] *Estado*, é um jornal mais antigo. Aqui no *Valor* como o *EU&* responde diretamente à direção, é fruto de reuniões e a Célia é a editora geral do caderno, então a gente tem uma facilidade maior com a direção. Eu acho que (e aí vai uma avaliação bem subjetiva), a direção do *Valor* permite uma aproximação maior com todos.

E a autonomia?

Aqui definitivamente não existe qualquer restrição a fontes. Existem ponderações quanto à legitimação das fontes em alguns casos. Mas é bastante independente. Isso não significa que a gente não discuta, não debata, não é isso. Porque eu acho que existe um falso discurso de que independência significa prevalecer o ponto de vista de uma pessoa. Não é exatamente isso. Porque jornalismo é fruto do debate, de aprimoramento e não de afirmação de opinião. Não existe “*persona non grata*”.

O jornalista Carlos Eduardo Lins da Silva disse, na minha qualificação, que no Valor não tem uma “sala do dono” – isso interfere na autonomia?

Não tem a sala, mas tem uma direção, né. Eu não sei te dizer porque o Carlos [Eduardo Lins da Silva] era um profissional de direção, foi diretor da *Folha*, foi diretor do *Valor*, ele ... eu não sei dimensionar o peso.... Eu acho que ... a gente se pauta pela independência.

O jornal tem viés de esquerda (no Valor e no EU&)

Eu posso falar sobre o que eu acho diretamente.... Talvez seja bom você falar com a Célia,? O *EU&*, por exemplo, na semana passada, tem um artigo de dez páginas do André Lara Rezende que não é exatamente uma pessoa ligada às questões de esquerda, é uma pessoa identificada com uma política mais liberal; tem um colunista que é o Aberto Carlos Almeida, quinzenal, que é...se você for mapear as colunas dele eu diria que ele é um liberal. Ele não é uma pessoa de esquerda. Acho que... a gente procura manter o equilíbrio estrutural, todas as matérias a gente procura ter um equilíbrio, que é o que manda o bom jornalismo. Mas, enfim, tivemos uma capa com Krugman, que é um economista, nos EUA, progressista, mas que poderia ser considerado mais de esquerda, a favor da intervenção na economia, numa visão keynesiana. Acho que talvez, o que é bom, quem se identifica mais com a esquerda às vezes cobra; porque acha que o caderno está um pouco liberal demais ou um pouco conservador... Pelo contrário... Existe talvez... o desejo de quem é engajado de querer que o jornal represente esse engajamento. Então, quem é de esquerda, gostaria que o jornal fosse mais de

esquerda, ou quem é mais conservador gostaria que o jornal fosse mais conservador. Mas é mais, talvez, um desejo de seu engajamento do que uma deliberação de quem produz. É um jornal voltado para os interesses capitalistas, mas apresenta algumas matérias sobre desigualdade social, aponta algumas fragilidades. Na verdade a gente tem um pouco o horizonte o nosso público, mas os problemas existem e esses problemas afetam... a gente não tem a função de esconder os fatos. A gente quer informar e essa informação não tem ... Eu tenho plena consciência de que tudo é ideológico: então cada palavra que se escolhe cada título é ideológico. Na verdade, o que eu quero dizer, é assim, que ... não é ideológico no sentido da colocação de esquerda e de direita propriamente ou deliberadamente. Então, se o fato existe e requer análise nós vamos fazer isso. A gente vai informar, tem que informar, a nossa obrigação é informar e não fazer um pacto com esquerda e direita. Não é isso. Eu particularmente defendo um jornal plural e apartidário. Então... a gente pode vir a falar [tanto sobre] como funciona um hotel cinco estrelas, quanto pode vir a falar dos problemas sociais e que afetam sobremaneira os agentes financeiros, as pessoas [inaudível] é um problema deles também. Eu acho que alguns são mais, digamos, têm menos consciência dos problemas, outros mais. Mas eu também acho que ninguém tem que demonizar ninguém: ninguém está aqui para ... eu não gosto, não compartilho de engajamento. Acho perigoso, acho maléfico, esse jornalismo apaixonado não pelo jornalismo, mas pela carga ideológica que possa vir a existir. Eu acho que você tem que ser apartidário e imparcial. É difícil quando você está engajado fazer esse tipo de jornalismo.

Você está no *Valor* desde 2000?

É eu entrei em agosto de 2000. Saí em outubro de 2003 quando houve a reestruturação da crise.

Como era a orientação editorial nesse período quanto ao *EU&*? Qual era a proposta?

Até o lançamento da revista *Estampa*... Talvez não seja eu quem deva falar, mas sim a Ângela Klinke, porque ela participou do projeto do *EU& Fim de Semana*...

Então ela, o Haag, o Celso [Pinto] que eu queria ouvir...

O Celso está convalescendo, ele é marido da Célia [Franco]... ele saiu do jornal por causa de uma parada cardiorrespiratória em 2003 e ele tem muitas limitações...

Foi grave então?

[inaudível] É um assunto muito delicado aqui na redação...

Na época da crise de 2003, o *Valor* tinha o caderno cultural e de *Tendências & Consumo*. Tinha no *EU&* uma coluna “Turista Acidental”...

Então tinha ... esse “Turista Acidental” que eram empresários, enfim, tinha um pouco essa idéia de falar de estilo e de consumo também, não só cultural. E com a criação da revista *Estampa* que era uma revista de moda e comportamento, todas essas seções migraram para a revista *Estampa* que era uma revista mensal sofisticada, para público “A”, muito bem feita, e aí o *EU&* diminuiu um pouco de tamanho 34 páginas, de pois para 32 e depois para 24 (nesta época). E ele ficou com uma perspectiva mais cultural. Aí eu chamo de cultural, mas são vários os saberes que ele trata, não é o cultural *stricto sensu* - filme ou livro que foi lançado. A gente trata de vários saberes: economia, política, relações internacionais e comportamento em algumas instâncias. Então, ele ficou muito com esse viés, que um pouco o que a gente ainda hoje... mudam-se as dinâmicas, a demanda do mercado, as demandas da sociedade e do público e dos problemas sociais que ocorrem acabam mudando o projeto, enfim a gente vai se adequando e as próprias convicções dos produtores da notícia também são abaladas pelas alterações que ocorrem na sociedade, então isso se reflete de alguma maneira no caderno.

Essa mudança que ocorreu no caderno foi a mais significativa?

Foi um processo de reestruturação. O *EU&* quando ele surgiu ele tinha ... porque na verdade nós estamos falando de dois produtos: o *EU&Fim de Semana*, que é esse tablóide e tinha o *EU&*, que era o quarto caderno do jornal e que tinha o *EU&Investimentos*... as três primeiras partes do *Valor* traziam..., o primeiro caderno “*Brasil, Política, Internacional e Opinião*”, o segundo caderno era “*Finanças*” e o terceiro era “*Empresas*” eram mais voltados para a pessoa jurídica. O *EU&* é mais pessoa física, por isso que o nome: você tem “*Carreira*”, você tem “*Investimentos Pessoais*”, tinha

estilo, comportamento e tal e cultura. Esse era o projeto original. Eram 12 páginas e a gente tinha 4 páginas de cultura por dia e 4 páginas de comportamento e 4 de carreiras e investimentos. Eram três editores: Mara Luquet era editora de investimentos pessoais e carreira; Ângela Klinke de comportamento e Carlos Haag de cultura. Depois o jornal foi se reestruturando, enfim, a Célia pode te falar com muito mais profundidade do que eu. Em 2003, quando o Haag saiu do jornal, a cultura ficou no caderno *EU&Fim de Semana* numa versão de 20 páginas.

Eu queria retomar um pouco uma questão, que você mencionou: quando você falou sobre os vários saberes, não são só os temas ligados às sete artes estão presentes?

É curioso, mas ... o Jornalismo cultural nas últimas década está meio saudosista, né? Não sei se você acompanhou quando houve o lançamento de 50 anos da *Ilustrada*, houve debates e, me parece, há um certo saudosismo de um tipo de jornalismo que se produzia nos anos 50, 70 quando tinha o caderno de *Ideias* do Jornal do Brasil, que é uma grande referência, ou o *Caderno B*, também do Jornal do Brasil, que era mais de artes e espetáculos e o *Ilustrada* dos anos 80 e até o *Suplemento Literário* do Estadão que tinha o Antonio Candido e o Décio de Almeida Prado e tal. E hoje, o Jornalismo cultural é um pouco um jornalismo de serviço. Então, você tem..(pausa), talvez a necessidade da Internet. Hoje, ele é menos um caderno de fenômenos culturais e mais um caderno de lançamentos culturais. Então, ele é muito voltado para um livro que vai ser lançado ou para as sete artes. Para a agenda das sete artes.

Em algumas matérias do EU& o gancho para a abordagem é o lançamento de um livro, mas no decorrer da matéria o texto desenvolve muito mais sobre o autor ou aprofunda algum enfoque derivativo do que sobre o próprio livro. Isso é uma estratégia adotada?

Na verdade nossa ideia.... não é micro, não é. A gente procura pensar “macro”. O livro é o gancho, mas ele não encerra a discussão em si. Obviamente que você tem livros que são fantásticos, mas ele pode ser um dado para podermos pensar outras coisas, para falarmos dos autores ou de determinados fenômenos.... Então, eu acho que a gente pensa “macro”. Isso é uma questão bastante importante para nós. É claro que a gente dá perfis... o jornal tem que ter alguma coisa que seja mais charmosa para tentar baixar a densidade de alguns conteúdos.

(ao folhear o nº 446, de 30 de abril de 2009). Quem é Elaine Guerrine?

Elaine é uma colaboradora nossa que tem muitos contatos na área de cinema. E ela tinha uma entrevista com o Clive Owen. Ele tem um pouco... ele é um ator talentoso, mas é um ator que não é e não deve ser confundido com uma celebridade, no sentido estrito da palavra. E tem uma coisa que eu acho que pode ser interessante no caderno que é de dar um certo frescor na matéria.

Essa pauta foi proposta por ela?

Sim, proposta por ela.

E esta outra aqui? [“Retrato do mestre pop” – de Jackie Wullschlager, do FT]

É do *Financial Times* (tradução)...

Mas como é feito?

Então. A gente tem a produção do *Financial Times* e a gente acompanha o cardápio deles.

Já vem traduzido?

Não, não. É o nosso tradutor. Elaine é paga pela colaboração. Quando o crédito é “para o Valor” é de colaborador. Quando é da casa é “de SP”, “do Rio”. A gente tem profissionais com os quais a gente trabalha mais, que são mais frequentes.

E quem propõe a pauta?

Normalmente nós, mas também analisamos eventuais propostas deles.

Para você, qual é o papel do jornalismo cultural?

Entendo que ele tem uma particularidade que é diferente do Jornalismo Econômico, que é diferente do jornalismo esportivo, do jornalismo político e do jornalismo de moda. Porque ao mesmo tempo em que ele cobre o fenômeno cultural, que ele cobre o filme, o livro, a exposição, a música o livro, ele também é um produto cultural em si. O caderno de esportes ele é um fenômeno cultural, mas ele não é um fenômeno esportivo. O jornalismo econômico é um fenômeno cultural, mas não é um fenômeno econômico. O jornalismo cultural cobre cultura e é ao mesmo tempo um fenômeno cultural. Quando eu estava falando para você que eu acho que existe uma certa nostalgia do jornalismo que se produziu nos anos 80, na Folha (*Ilustrada*), no caderno *Idéias* do Jornal do Brasil, ou no *Caderno B*, o *Suplemento Literário* do Estadão, eu acho que isso está muito claro... não era apenas jornalismo... e aí no sentido de falar: “está ocorrendo isso, isso e aquilo na cultura”. Ele era também... pelos seus articulistas, pelos seus repórteres, pela qualidade do texto, eu acho que ele era também mais um produto cultural. Então em si, o texto sobre o disco do Caetano, naquela época, ou uma resenha do Antonio Candido falando sobre (estou aqui falando macro) sobre determinado livro, ele era um fenômeno cultural. Hoje, a minha impressão, é que o Jornalismo cultural quer ser mais notícia, serviços ele está de alguma maneira está esvaziando esse potencial de ser ele também um fenômeno cultural. Não sei se eu consegui explicar. Eu acho que há ... Houve um período, no meu ponto de vista, que havia uma falta de temperatura no Jornalismo Cultural, de ter notícias, de você olhar e tal. Era uma outra demanda. Hoje está muito mais.... existem questões industriais, existem fatores de produção, o jornalista ficou mais profissional e essa profissionalização se fez sentir também no Jornalismo Cultural. Eu me recinto um pouco desse prazer do texto do Jornalismo cultural de uma maneira geral. Mas eu acho que o texto para o produto cultural é muito importante: é um texto bem elaborado, bem escrito, com estilo. A gente tenta fazer isso no *EU&Fim de Semana*. Cada edição que eu vejo impressa, meu nível de frustração varia: às vezes é mais alto ou mais baixo. Eu nunca estou satisfeito. O nosso desejo é que a gente tenha esse tipo lapidar de texto... .

Você acha que por essa mudança que ocorreu no jornalismo de maneira geral e que atingiu o Jornalismo cultural, isso implica na perda de condições de despertar a reflexão crítica nas pessoas? Ou, em outras palavras, o espaço de reflexão do JC perdeu terreno?

Eu acho que ele perdeu influência, mas que isso não é fruto só do Jornalismo Cultural, nós temos também a revolução tecnológica. Isso não é ruim no todo. Você não depende só de uns poucos veículos de comunicação para se informar. Você tem uma difusão de informação.... Então, hoje, você acessa a internet nos vários sites que quiser e você vai ter a informação pontual. Eu não sei o peso dessa disputa entre o impresso e a internet. Devemos nós ser mais analíticos, ter matérias exclusivas, ouvir outros lados? E eu estou pensando no Jornalismo Cultural impresso, porque existe o Jornalismo Cultural em outras mídias também. O objetivo principal para nós é que este é um caderno de reflexão, de análise de aprofundamento.

Existe uma preocupação com certo caráter cosmopolita -presente no início que se mantém hoje?

Existe uma percepção de que o leitor do *Valor* é um leitor qualificado, não só em termos de formação, mas de renda, e que até por uma exigência de trabalho que ele viaja e que ele é um consumidor de cultura. Enfim, um leitor que lê em inglês, normalmente fala uma outra língua ou tem interesse em ler em outra língua, enfim atua no mundo globalizado, esse é um dado real: o Brasil é sempre importante, a gente sempre traz as questões nacionais no caderno, mas nós estamos cada vez mais inseridos num economia globalizada; e não podemos negar que se não fosse o Brasil inserido numa economia globalizada, provavelmente, não teríamos o PIB que tivemos, por outro lado, também .

A cultura aparece associada aos negócios. Você considera isso cultura?

Não acho que exista essa cisão: cultura é uma coisa e jornalismo é outra. Acho que o *EU&* faz jornalismo cultural e que o jornalismo cultural é um produto cultural diferente de outros. O que eu acho é que em alguns momentos, a busca pelo *hard news*, ele vira só *hard news*. No caso da matéria de carnaval (fevereiro 2008), estamos inseridos neste contexto de economia: estamos falando para esse público. Não queremos ser o corpo estranho no jornal que estamos. Adicionamos outros temas, agregamos, mas ao mesmo tempo temos que estar conversando com o *Valor*. A gente pretende ser

orgânico: nós somos um suplemento do *Valor Econômico*. Muitas vezes a gente pensa a cultura como negócio, seu impacto na economia a questão econômica em si, ou a questão política. Enfim, a gente vai refletir, mas vai seguir o projeto do *Valor*, não é?

Quais os valores culturais que vocês procuram despertar no leitor? (ele pede um exemplo; cito o da “Embaixatriz no Islã”)

O que chama atenção é uma mulher de negócios que conseguiu ... é uma personagem... ela carrega aí um fato inusitado, inovador, como pauta. O jornalismo é feito de grandes personagens, mesmo não tão conhecidas. Era um momento em que o Brasil estava ganhando destaque. ... Era um personagem que trazia na sua história o elemento, um contexto interessante, do problema cultural etc.

Você falou: “era inovadora, inusitado” – seriam esses os valores-notícias que vocês priorizam?

Qual o critério? Exclusividade é um fato importante, entrevista relevante com Krugman (por exemplo), um dia depois que o Obama tomou posse na Casa Branca, que ele passou oito anos criticando o Bush e era uma pessoa que defendeu muito daquilo que tinha intervenção do estado e tal. Então você tinha ali: entrevista com alguém que ganhou o Prêmio Nobel no ano passado, que é um economista respeitado, que estava inserido na atualidade, era americano, sempre a gente vai procurar instâncias legitimadoras. Além de tudo tinha o livro, mas ele era um personagem de prestígio. Então a exclusividade: a gente procura estar sempre dialogando com o que está acontecendo, como e o caso do debate sobre o Judiciário (capa da edição 446, de 30/04/09). Então... o que a gente pretende é não ser o resumo da semana ou alguma coisa nesse sentido.

[Entrevista interrompida pelo celular. Para iniciar entrevista com a Célia Franco]

[Entrevista retomada, após entrevista com Célia Franco]

[relembro a pergunta e a resposta e recomeçamos]

(...) Eu acho que tem certo preconceito de achar que um texto legal pode ser profundo e que um texto mais palatável... então eu acho que isso é que a gente tenta fazer Eu não sei se a gente consegue.

No que o EU& se diferencia dos outros suplementos culturais?

Ele não é um caderno de serviço, não tem roteiro, ele é nacional. Pelo fato do perfil do leitor ele tem uma perspectiva mais econômica, de trazer o saber econômico tem um peso muito maior do que em outros jornais, porque está em sintonia com o projeto do próprio jornal *Valor Econômico*. Acho que o caderno... a gente trabalha com uma multiplicidade de gêneros jornalísticos maior que os outros cadernos de cultura. Acho que, o *Mais!*, por exemplo, que eu acho um caderno ótimo, que eu leio, o *Mais!* não, desculpa, o *Aliás* do Estado. Basicamente as matérias de capa são entrevistas. Então, não é usual o [EU&] se você pegar as matérias que nós damos, elas são mais reportagens, eventualmente ensaio, mas basicamente são reportagens que a gente faz, várias fontes e tal. É um pouco mais plural na sua formatação. O *Mais!*, que eu também adoro, é mais ensaístico, ele é muito ensaio. E ele tem um material fantástico de internacional, tem muitas reproduções de textos internacionais; o que a gente também faz, mas com menos frequência. A gente dá pouca tradução, tem mais uma produção nossa. O *Prosa e Verso* do *Globo* que é lançamento de livro, ele é muito específico, é um caderno de literatura. E o nosso extrapola. O caderno de *Ideias* do *Jornal do Brasil* é mais de resenha, mas opinativo, que não é o formato do nosso. A gente tem opinião e eventualmente ensaio, mas é mais de reportagem.

Qual é o público a que se destina o EU&?

É o público do *Valor*, um público qualificado, que tem uma formação acadêmica, a gente ... tem esse *feedback* também de dialogar também com o público que já ouviu falar quem é Camu, quem é Sartre, Simone de Beauvoir, não é um mundo desconhecido. Sem ser hermético, você pode partir de um repertório melhor. Claro que é um leitor do *Valor*: economistas, gente do mercado e tal. Não tive acesso ainda à pesquisa de opinião do *Valor*, mas eu tenho um retorno muito grande de intelectuais, sejam eles acadêmicos ou sejam eles produtores de bens culturais. Então, eu tenho um retorno muito grande, de gente que gosta de ler o caderno, de leitores... eu tenho a impressão de que existe o leitor do EU&... ele tem esse papel de dialogar com o leitor do *Valor Econômico*, e tenho a impressão de

que ele adiciona alguns leitores que não leriam o *Valor* ... que não são do universo econômico... ou a economia não é a matéria prima deles, mas que acabam lendo. Não sei te dizer a representatividade disso. Mas eu tenho a impressão que ele acaba adicionando alguns leitores.

Vocês trabalham com uma equipe bastante enxuta, né? Esses colaboradores são jornalistas?

Não, não precisam [ser jornalistas], mas basicamente sim. Se você tem um jornalista qualificado, com bom repertório, com senso de notícia também ... porque acontece de você ter senso de notícia de temperatura, de identificar as tendências do que está acontecendo. Basicamente nossos colaboradores são jornalistas. O espaço da opinião, quer dizer, dos colunistas, não são [jornalistas], quer dizer até tem um colunista que é o Labaki [Amir], mas como os outros não são ...

No caso, por exemplo, um médico que resolva fazer um artigo, uma resenha sobre um determinado livro. Isso é possível?

Depende, assim, quer dizer. Se...

Tem vários artigos de Edmar Bacha, do professor Gianteti. Se um professor universitário mandar um artigo... ou vocês costumam encomendar?

A gente tem um bom diálogo com a academia...

O que significa isso? Abertura para diversidade, novos prismas?

Exatamente. Eu também acho que a gente busca clareza no texto e tal, mas acho que a gente não tem que ser autoritário... outros formatos, inclusive. Acho que [deve ter] pluralidade nisso também. Em algum momento... Mas é um produto jornalístico, então o filtro nosso são parâmetros mais próximos do jornalismo. Muitas vezes artigos servem são editados, por exemplo, um caso que eu vou citar aqui, como uma matéria sobre uma parceria do Ministério da Cultura com o Ministério de Turismo para promover os museus brasileiros, sobretudo olhando a Copa do Mundo. Então é uma matéria de política cultural. A gente falou com um monte de gente e tal, e a gente convidou a Cristina Freire que é professora da ECA e curadora do MAC (Museu de Arte Contemporânea) para escrever um artigo sobre isso. A gente fez matéria sobre ética na economia como gancho ... e o Renato Janine Ribeiro, professor da USP escreveu um artigo que compôs ali com o material dessa matéria sobre o (inaudível) Então eu acho que fica bacana, eu tenho um outro formato, uma outra voz, uma outra diversidade ali, é um outro olhar. Funciona.

Fita 2 – lado B - Por que não tem anúncio no EU&?

No ano passado teve bastante... mas neste ano está bem mais difícil.

Outros cadernos de cultura também não têm muito, não é?

Outros cadernos tem anúncios mais para roteiro e a gente não tem roteiro. O “peixe” deles é o anunciante local, né, e o EU& é nacional, né?