

As Metamorfoses do Contrato Representativo: Jornalismo e Democracia no *Manual da Redação da Folha de S. Paulo*

Afonso de Albuquerque – Prof. Dr. PPGCOM/UFF

Ariane Diniz Holzbach – Mestranda PPGCOM/UFF

Texto submetido ao GT Comunicação e Democracia

Palavras-chave: Jornalismo, Democracia, Contrato Representativo

As Metamorfoses do Contrato Representativo: Jornalismo e Democracia no *Manual da Redação da Folha de S. Paulo*

Resumo:

O texto se propõe a analisar o *Manual da Redação da Folha de S. Paulo* como um manifesto, no qual o jornal reivindica ocupar um papel de destaque na nova democracia brasileira em formação. A análise se prende, em especial, ao modo como ele busca legitimar este papel como baseado em um tipo muito particular de contrato representativo, baseado em um vínculo comercial, antes que eleitoral.

Introdução

Em 1984, o jornal *Folha de S. Paulo* lançou o seu *Manual da Redação*. O país vivia os últimos momentos do regime militar que durou duas décadas e o jornal dava início ao seu projeto radical de reestruturação, conhecido como “Projeto Folha”. Não era a primeira vez que um jornal produzia um manual de jornalismo como suporte a um projeto de reforma no país – o *Diário Carioca* havia feito o mesmo em 1950. O *Manual da Redação da Folha de S. Paulo* se distinguiu das demais iniciativas não somente pelo seu alcance – ele não se dirigia apenas aos jornalistas, mas ao público em geral – como principalmente pelos seus objetivos. Mais do que um texto técnico, destinado a ensinar os procedimentos jornalísticos corretos, o *Manual da Folha de S. Paulo* se constituiu como um *manifesto político* sobre o lugar que caberia ao jornalismo em geral, e à *Folha* em particular, ocupar na nova democracia brasileira.

Em apoio à reivindicação, pela *Folha de S. Paulo*, de uma efetiva participação na vida política do país, o seu *Manual da Redação* apresenta uma teoria sobre o papel que caberia ao jornalismo desempenhar numa sociedade democrática. Em linhas gerais, ele identifica este papel como sendo o de um mediador nas relações entre os cidadãos comuns e as instituições políticas, e discute os fundamentos e as condições do seu exercício legítimo. Tomada em si mesma, a concepção do jornalismo como um mediador político não tem nada de nova. Alguns aspectos, contudo, conferem ao modelo apresentado pelo manual

da *Folha* um caráter bastante original: 1) o jornal reivindica explicitamente exercer um papel político; 2) ele legitima esta reivindicação como baseada em um mandato que lhe seria conferido pelo leitor; 3) ele sustenta que este mandato é conferido através de uma relação comercial, através da compra do jornal pelo leitor.

Em um artigo anterior, Albuquerque (2005) sugeriu que, ao final do regime militar, algumas organizações noticiosas passaram a utilizar a retórica originalmente americana do jornalismo como “Quarto Poder” para justificar o novo papel que ambicionava desempenhar na democracia. Contudo, esta retórica foi em grande medida adaptada aos termos da cultura política brasileira e a noção de “Quarto Poder” reinterpretada à luz da tradição do “Poder Moderador” – um poder que, pairando acima dos demais, estaria encarregado de corrigir os seus desvios e restaurar a ordem política. Entendemos que a análise do *Manual da Redação da Folha de S. Paulo* constitui uma boa ocasião para examinarmos esta retórica de modo mais detalhado. Em particular, o interesse deste artigo se prende ao modo como o manual reivindica o exercício deste poder como baseado em um modelo original de contrato representativo, que tem nas relações de compra e venda no mercado, e não no vínculo eleitoral, o seu princípio fundador.

Em poucas palavras, o que o *Manual da Redação da Folha de S. Paulo* apresenta é um modelo privatizado de contrato representativo. O objetivo deste artigo é examinar detalhadamente as características deste tipo de contrato e suas implicações em relação à democracia. Em particular, importa-nos entender em que termos a *Folha de S. Paulo* define seus compromissos e obrigações recíprocos como os seguintes tipos de agentes sociais: 1) os leitores; 2) o governo e as instituições políticas; 3) os jornalistas por ela contratados.

O argumento desenvolvido neste artigo se divide em quatro partes. A primeira apresenta um breve panorama histórico sobre o jornal *Folha de S. Paulo* e sua evolução, desde sua origem até o “Projeto Folha”. A segunda parte trata do *Manual da Redação*, tendo em vista as suas características principais e o papel que ele desempenhou no “Projeto Folha”. A partir da análise de um conjunto de verbetes do manual, a terceira parte analisa o modo como a *Folha* define seus compromissos recíprocos com os leitores, empresas, instituições políticas e seus próprios jornalistas. Na quarta e última parte, enfim, discutimos o modelo de contrato representativo apresentado no *Manual da Redação* e suas implicações do ponto de vista do papel que cabe ao jornalismo desempenhar numa democracia.

Folha de S. Paulo: das origens ao “Projeto Folha”

A *Folha de S. Paulo* é, atualmente, o jornal mais vendido do país. De acordo com a ANJ, sua circulação diária é de 309.383 exemplares¹. O segundo jornal mais vendido, *O Globo*, quando comparado à *Folha*, vende menos 20 mil exemplares por dia. Integrante da Empresa Folha da Manhã, a *Folha* tem tiragem nacional, embora concentrada na região Sudeste, com ênfase em São Paulo.

Diferentemente do concorrente *O Estado de São Paulo*, que vem sendo administrado pela mesma família desde o século XIX, o Conglomerado Folha, do qual o jornal faz parte, passou pelas mãos de quatro grupos. A história do grupo Folha começou no dia 19 de fevereiro de 1921, quando foi criado o jornal *Folha da Noite*, por Olival Costa, Pedro Cunha e outros jornalistas saídos do OESP (Silva, 2005). O modelo oligárquico que caracterizou a República Velha dava sinais de esgotamento, abrindo caminho para a Revolução de 1930. Em termos jornalísticos, a década foi marcada por um movimento de modernização da imprensa: vários jornais se espalhavam pelo país, já havia uma agência de publicidade que fazia trabalhos para jornais e, tecnicamente, novas máquinas supriam a necessidade de uma razoável produção em série (Taschner, 1992).

Estruturalmente, a *Folha da Noite* nasceu a partir de uma visão empresarial e capitalista mais desenvolvida que os jornais que surgiram em momentos anteriores. O OESP, por exemplo, de acordo com Taschner (1992) surgiu com uma visão política determinada, baseando ideologicamente seu direcionamento editorial. A *Folha da Noite*, apesar de também ter um direcionamento político, se orientava por uma perspectiva mais clara de mercado. Em 1925 surge a edição vespertina *Folha da Manhã*, seguindo o mesmo padrão editorial do outro jornal. O grupo fez oposição aos governos da Primeira República por oito anos e, em 1929, Pedro Cunha saiu da sociedade e os jornais passaram a apoiar Washington Luís. Foram, então, empastelados durante as agitações que acompanharam o Movimento de 1930. Com isso, encerrou-se a “primeira fase” do conglomerado Folha: mudam-se os donos e desenvolvem-se ainda mais a noção de mercado que rege a empresa. Agora, os despojos são adquiridos por Octaviano Alves de Lima e, em 20 de janeiro de 1931, a empresa recebe um novo nome: Empresa Folha da Manhã LTDA. Nesse período,

¹ Dados referentes a 2006 consultados em 14/10/2007. Fonte: www.anj.org.br.

os proprietários imprimiram aos diários uma política de defesa do interesse dos cafeicultores paulistas (Silva, 2005).

A estrutura do conglomerado só voltará a mudar em 10 de março de 1945, quando ocorre uma nova venda e surge uma nova razão social: Folha da Manhã S/A. Neste momento, ocorre uma drástica mudança no estilo e no tom do discurso que regem a empresa (Taschner, 1992). Além da visão de eficiência empresarial, reitera-se a preocupação com a *imparcialidade*. O motivo é mercadológico: trata-se de uma estratégia para ganhar credibilidade e ampliar o público leitor. Afora isso, o discurso político mostra um apoio ao *regime democrático*, mas a democracia aqui é vista como uma espécie de extensão do capitalismo industrial. Entre os novos diretores, o advogado José Nabantino Ramos foi o responsável por tentar modernizar a rotina de trabalho da empresa, através da criação das “Normas de Trabalho da Divisão de Redação” – que tentou racionalizar a produção e a comercialização de notícias – e do “Programa de Ação das Folhas”. Em 1949 Nabantino fundou a *Folha da Tarde* e a redação mudou-se para um novo endereço, mais amplo e com melhores condições técnicas de trabalho.

Em 1960 os três diários se fundiram na *Folha de S. Paulo*, voltado para a classe média urbana de São Paulo. Em 1963 o jornal mudou novamente de mãos, sendo vendido para Otávio Frias de Oliveira, que era ligado ao mercado financeiro, e Carlos Caldeira Filho, ligado à construção civil. Os anos do regime militar foram prósperos para o grupo – Frias e Caldeira compraram uma série de jornais, gráficas e editoras e assumiram a Fundação Cásper Líbero – para o que muito contribuiu a atitude dócil do jornal perante o regime. Em meados da década de 1970, o perfil editorial do jornal começou a mudar, e assumiu um perfil mais combativo. De acordo com Abramo (1993), a mudança de perfil obedeceu a uma lógica de competição do mercado: o processo de redemocratização “lenta e gradual” iniciado no governo Geisel oferecia ao jornal a possibilidade de disputar mercado com o muito mais tradicional *O Estado de São Paulo*. O novo perfil se radicalizou em 1983/1984, quando o jornal tomou partido, de forma explícita, do Movimento Diretas-Já.

Em junho de 1981, no rescaldo da greve dos jornalistas de 1979², o Conselho Editorial da Folha faz circular o documento intitulado “A Folha E Alguns Passos Que É

² Foi a maior e mais importante greve da categoria no Brasil. Influenciados pelo retorno do movimento sindical combativo, os grevistas de São Paulo logo conseguiram apoio dos cariocas. Eles reivindicavam 25% de aumento salarial e imunidade para os representantes sindicais nas redações. O Tribunal Regional do

Preciso Dar”. Um ano depois, mais um documento do Conselho: “A Folha em Busca do Apartidarismo, Reflexo do Profissionalismo”. Um dos grandes objetivos dos documentos está na necessidade de uma maior profissionalização dos jornalistas e de um posicionamento político que não estivesse agarrado à hegemonia ou a qualquer pensamento de classe, o que vai ficar ainda mais patente com as Diretas-Já. A Folha, que desde maio de 1984 está sendo dirigida por Otávio Frias Filho, se coloca o tempo todo a favor do movimento e procura vender uma imagem de jornal a serviço do Brasil e em busca de igualdade de condições sociais. Após o movimento e a conseqüente derrota das Diretas, o Conselho Editorial lança mais um documento, “A Folha Depois das Diretas Já”. A partir de então, estão traçados os novos objetivos do jornal, que seriam a busca pela perfeição técnica do texto jornalístico, o “apartidarismo” político e o aumento da organicidade empresarial do jornal.

O Projeto Folha nasceu com a intenção de definir as normas do jornalismo dentro da *Folha de S. Paulo*. Foi um grande projeto editorial repleto de postulados editoriais, normas e condutas de comportamento que visavam a elevar o jornalismo brasileiro ao patamar de primeiro mundo, tendo como principal referência o modelo de jornalismo americano. Visando garantir tirar maior eficiência no trabalho jornalístico, a Folha implantou o controle de produção, a avaliação profissional, as reuniões feitas exclusivamente para críticas e a introdução do concurso como forma de neutralizar a admissão de novos funcionários. A empresa tornou-se rigorosa com prazos, como o horário de fechamento da edição. Mais do que uma forma de aperfeiçoar a produção, o Projeto Folha foi uma estratégia de marketing feita para seduzir o leitor e, claro, aumentar a vendagem do jornal.

A importância do Manual da Redação

Publicado originalmente em 1984, o *Manual Geral de Redação* representou um papel muito importante no processo de reforma editorial da *Folha de S. Paulo* detonado pelo Projeto Folha. Mais do que um documento interno, o manual teve como propósito expor ao público os novos compromissos assumidos pelo jornal. Coerentemente com isso, o manual foi disponibilizado ao público comercialmente. O manual conheceu três edições

Trabalho, contudo, julgou a greve ilegal. O resultado abriu espaço para a retaliação das empresas, que iniciaram um processo de demissão de mais de 200 grevistas (Silva, 2004).

subseqüentes, em 1987, 1992 e 2001. A edição de 1987 é uma versão revista e ampliada da original, sem alterar o seu espírito original. Se a primeira versão corresponde ao lançamento do Projeto Folha, a segunda dá conta da sua conclusão ao final de um período de “mil dias”. A versão publicada em 1992 se propõe a atenuar os traços de radicalismo que haviam caracterizado as primeiras versões. A justificativa para a mudança está logo na introdução do agora chamado *Novo Manual da Redação da Folha de S. Paulo*, que qualificou o texto publicado em 1984 como “draconiano e impositivo”, por causa do alto teor político que refletiu a passagem da ditadura para a democracia. Em 2001, surgiu mais uma edição, dessa vez com o título simplificado, *Manual da Redação*. Diferentemente das demais versões do manual, esta apresenta um caráter mais técnico e informativo do que político. É esta versão que se encontra à venda atualmente.

O impacto do *Manual Geral da Redação da Folha de S. Paulo* foi inegável, uma indicação do sucesso da estratégia adotada pela empresa. Quando foi lançado, ele enfrentou relutância por parte de boa parte da mídia nacional, a começar pelos repórteres da própria *Folha*. Hoje, contudo, grande parcela dos jornalistas já teve contato com o Manual e utiliza o material como um guia, um tira-dúvidas que define o que é certo e errado na sua prática profissional. Além disso, ele passou a fazer parte do currículo de várias faculdades de jornalismo.

A edição que analisamos neste artigo é a segunda, publicada em 1987. A intenção original era analisar a primeira edição, de 1984, mas ela não pôde ser obtida pelos autores. De todo modo, o fato de ambas as versões terem sido produzidas durante a implementação do Projeto Folha – a primeira no seu ano inicial, e a segunda no seu ano de conclusão – permite que a consideremos como um produto do gesto fundador da nova *Folha de S. Paulo*. A versão que analisamos conta com 808 verbetes distribuídos em sete seções: Política Editorial (59 verbetes), Estrutura da Folha (159 verbetes), Padronização de Estilo (244 verbetes), Procedimentos Profissionais (100 verbetes), Normas Gramaticais (41 verbetes), Convenções Gráficas (53 verbetes), Vocabulário Jornalístico (152 verbetes) e Anexos (12 anexos). A Política Editorial se caracteriza por uma descrição dos verbetes relacionados ao comportamento da Folha e de seus jornalistas com relação à maneira de se dirigir ao público, às instituições políticas etc. A Estrutura da Folha descreve as várias editorias que dividem o jornal bem como a função que cada funcionário desenvolve na

Redação. A Padronização de Estilo define a forma lingüística que um jornalista da Folha deve adotar ao escrever seu texto. Também conceitua expressões e palavras de valor político (“Mercado Comum Europeu”, por exemplo), histórico, judiciário (“mandato de segurança”) e até médico (“arteriosclerose”). Os Procedimentos Profissionais se referem às regras que o jornalista deve seguir na hora de tomar decisões, escrever, entrevistar e se posicionar. As Normas Gramaticais oferecem a forma de várias palavras que a Folha determina como correta em termos gramaticais. As Convenções Gráficas descrevem algumas padronizações que a diagramação da Folha utiliza em seu jornal. O Vocabulário Jornalístico define uma série de expressões e gírias relacionadas à profissão de jornalista e à sua rotina de trabalho.

Os Termos do Contrato: Compromissos, Poderes e Prerrogativas da *Folha de S. Paulo*

O traço mais característico do *Manual da Redação da Folha de S. Paulo* é o seu esforço em destacar a especificidade do lugar de fala do jornal. Diferentemente das pioneiras *Regras de Redação do Diário Carioca* que, na década de 1950, se pretendiam um guia para a modernização do jornalismo brasileiro, e dos manuais de redação d’*O Globo* e d’*O Estado de São Paulo*, expressões particulares de um modelo “genérico” de jornalismo, o manual em questão se apresenta como o porta-voz de um modelo muito especial de jornalismo: o jornalismo da *Folha de S. Paulo*. Deste modo, o manual atribui à empresa jornalística um papel que usualmente é associado ao profissionalismo: o controle da qualidade técnica e ética do jornalismo pelos pares (Soloski, 1993).

O objetivo desta parte é analisar o modo como o manual situa a *Folha de S. Paulo* como um agente político, tendo em vista três tipos de agentes sociais: 1) os leitores; 2) as instituições políticas; 3) os jornalistas. Sugerimos que, analisados em seu conjunto, os verbetes do manual apresentam uma versão muito particular de um modelo de contrato representativo, através da proposição de um sistema de relações e obrigações recíprocas entre o jornal e estes agentes.

Dizer que o manual elabora uma versão particular do contrato representativo, significa que ele se propõe de alguma forma a atuar como mediador entre os cidadãos e o Estado. Na verdade, ele não se refere diretamente a nenhum dos dois, mas o faz por vias indiretas. No caso dos cidadãos, o seu papel é ocupado pelos leitores, uma escolha que, naturalmente, não se faz sem conseqüências. Quanto às instituições políticas, o manual

raramente se refere a elas explicitamente; via de regra ele relaciona a Folha com elas através da referência às leis.

A relação entre a *Folha de S. Paulo* e seus leitores é descrita explicitamente nos termos de um contrato representativo. O tema merece um verbete do manual, intitulado “Mandato do Leitor”, e cujo texto é o seguinte:

“Nas sociedades de mercado, cada leitor delega ao jornal que assina ou adquire nas bancas a tarefa de investigar os fatos, recolher material jornalístico, editá-lo e publicá-lo. Se o jornal não corresponde às suas exigências, o leitor suspende esse mandato, rompendo o contrato de assinatura ou interrompendo a aquisição habitual nas bancas. A força de um jornal repousa na solidez e na quantidade de mandatos que lhe são delegados” (1987:33)

O aspecto mais notável do verbete é seu empenho em configurar como política uma relação cuja natureza fundamental é de ordem comercial. Ao comprar o jornal, o leitor não oferece apenas uma contrapartida financeira, mas se converte em um instrumento de poder, ainda que não esclareça muito sobre a natureza deste poder ou o seu modo de exercício. Contudo, outros verbetes o fazem. Três deles se ocupam de descrever a contrapartida que o jornal presta ao mandato que lhe concedem os leitores. São eles: 1) Objetividade/Informação; 2) Pluralismo; e 3) Formação de Opinião.

Os dois primeiros verbetes correspondem, grosso modo, ao modelo americano de jornalismo “independente” que, a partir da década de 1950, se tornou uma fonte de referência para o jornalismo brasileiro. O verbete “Objetividade/Informação” aproxima a *Folha de S. Paulo* do modelo de jornalismo “centrado em fatos” (Chalaby, 1996), e o verbete “Pluralismo” reflete o compromisso do jornal com uma posição transcendental, “acima das trincheiras”. Contudo, sabemos que o jornalismo brasileiro adaptou de forma bastante livre o modelo americano (Albuquerque, 2005), e os verbetes da *Folha* não são exceção. O verbete “Objetividade” não esconde um profundo desconforto em relação à viabilidade dos procedimentos que prega – “Não existe objetividade em jornalismo (...). Isso não o exime [o jornalista], porém, da obrigação de procurar ser o mais objetivo

possível” (1987: XX). Contrariamente ao modelo americano, que se vale da retórica dos “fatos” para se posicionar acima das “posições” políticas particulares, o verbete “Pluralismo” não apenas reconhece a diversidade radical de perspectivas políticas, como sugere que o jornal deve se constituir como uma espécie de ponto de encontro entre elas, um “mercado livre de idéias”, talvez.

O verbete “Formação de Opinião”, por sua vez, dá conta de um modelo de jornalismo totalmente distinto do americano. O seu texto é o que se segue:

“Um jornal é, por excelência, um órgão formador de opinião pública. Sua força se mede pela capacidade que ele tem de intervir no debate público e, apoiado em fatos e dados exatos e comprovados, mudar convicções e hábitos, influir no rumo das instituições (...). (1987: 31)

Contrariamente aos outros dois verbetes, que posicionam a *Folha de S. Paulo* como um espaço neutro, que reproduz fielmente os acontecimentos (“Objetividade”), ou se constitui como uma arena na qual pontos de vista divergentes de defrontam (“Pluralismo”), o verbete “Formação de Opinião” apresenta o jornal como um sujeito ativo, que intervém no sentido de educar o público e afetar o funcionamento das instituições. Tomados em conjunto, os verbetes “Mandato do Leitor” e “Formação de Opinião” dão conta de uma lógica circular de causalidade política: quando o leitor compra um jornal, ele delega à *Folha* autoridade para agir em seu nome junto às instituições. Configura-se assim um contrato representativo. Mas como o jornal exerce este mandato: atuando novamente sobre os leitores, “formando a sua opinião” e, desta forma, pressionando as instituições.

Como é evidente, o verbete “Formação de Opinião” não descreve somente um modelo de relação entre o jornal e seus leitores, mas também dele com as instituições políticas. O tema é explorado diretamente em três outros verbetes: “Apartidarismo” “Liberdade de Imprensa” e “Legalidade/Legitimidade”. Ambos, apartidarismo e liberdade de imprensa constituem princípios importantes do credo do modelo liberal de jornalismo. No manual da *Folha*, contudo, eles recebem um tratamento bastante particular.

No verbete “Apartidarismo”, o manual da *Folha de S. Paulo* destaca que o jornal “não se atrela a nenhum grupo, tendência ideológica ou partido político”, mas isso não

impede de tomar partido em todas as questões controvertidas. Tal posição não implica necessariamente em uma contradição. Ela faz sentido como parte de uma estratégia de reivindicação, pelo jornal de um lugar transcendente na vida política do país, acima dos partidos políticos e das instituições de um modo geral.

Esta estratégia é confirmada pelos dois outros verbetes. Em ambos, o jornal parece basear a sua posição menos no respeito aos fundamentos da sociedade de direito do que na pretensão de um poder soberano de julgar as leis e suas condições de aplicação. Em “Liberdade de Imprensa”, o manual não se limita a ressaltar o direito de informar e opinar, mas retoma o argumento do “mandato do leitor” para reforçar a autoridade do jornal para exercer este papel. No verbete “Legalidade/Ilegalidade”, o manual vai além, e reconhece a possibilidade de “a Direção de Redação, autorizada pela Direção da Empresa e ouvido o Conselho Editorial, declarar o jornal em estado de desobediência civil”.

Conforme sugerimos acima, o manual atribui à empresa jornalística funções que geralmente têm sido associadas ao profissionalismo, isto é a padrões estabelecidos pela comunidade dos jornalistas. Diante disto, cabe discutir de que modo o manual representa a relação que a *Folha de S. Paulo* estabelece com os jornalistas que trabalham para ela. Dentre os verbetes do manual, três dão conta do tema de modo mais explícito: “Avaliação Profissional”, “Disponibilidade (fora de serviço)” e “Direito de assinar textos”. Os dois primeiros dão conta das obrigações dos jornalistas perante o jornal, e o terceiro aponta para uma contrapartida do jornal.

O verbete “Avaliação” situa esta relação no plano da impessoalidade capitalista: o jornalista vende a sua força de trabalho e os donos do jornal a compram – são apenas negócios. Dado que há muito mais jornalistas interessados do que postos de trabalho, os donos do jornal podem selecionar os mais eficientes. Simples assim. Contudo, o verbete “Disponibilidade (fora de serviço)” subverte inteiramente esta lógica. Diz o seu texto:

“O jornalista da **Folha** pode ser acionado pelo jornal a qualquer instante em caso de necessidade imperiosa. Mesmo que esteja de folga, licença ou folga, é obrigatório que seu superior saiba como localiza-lo se houver necessidade. O jornalista da **Folha** não interrompe em nenhum momento o mandato que lhe foi investido pelo leitor.” (1987: 108)

Neste trecho, o elo entre o jornalista e a *Folha de S. Paulo* assume um sentido transcendente, de missão. Ser jornalista implica um compromisso maior com os interesses maiores da sociedade. Mais do que denunciar abusos, é dever do jornalista *coibi-los*, “anunciando a sua condição de jornalista”. Contudo, o jornalista não desempenha este papel como um indivíduo, nem o faz em nome dos princípios profissionais; ele o faz como um delegado do jornal para o qual trabalha, uma vez que é a este que o leitor delega um mandato representativo.

Finalmente, a contrapartida. Em todo o manual só foi possível identificar um verbete cujo tema central diz respeito a um direito dos jornalistas da Folha. Ele se refere ao “Assinatura de textos”. O texto é o que se segue:

“A publicação de um texto com a assinatura do autor é uma distinção ao jornalista e depende dos méritos específicos de cada texto. Podem ser assinados textos com informações importantes e inéditas, depoimentos de jornalistas na primeira pessoa, textos que demandam pesquisa, artigos ou análises, ‘features’ com elaboração de estilo, entrevistas exclusivas. O jornalista que achar que algum dos seus textos merece assinatura deve sentir-se estimulado à argumentação pessoal junto à chefia. Pode também mencionar no cabeçalho do seu texto a justificativa por que ele julga a assinatura recomendável (por exemplo, escrevendo ‘informações exclusivas’ ou ‘análise’). Quando a edição alterar o texto do jornalista de forma significativa ou em trechos importantes, deve consultá-lo antes de assinar o texto. A decisão sobre a assinatura é de responsabilidade da Secretaria de Redação. Não se pode assinar um texto contra o desejo do autor.” (1987: 105)

O título do verbete esconde a sua verdadeira mensagem. Independentemente de quem quer que a produza, o jornal é o verdadeiro autor de toda notícia. A assinatura de uma notícia *não* é um direito, mas uma *distinção* dada àqueles que, no entender do jornal, fizeram por merecê-la. Em seu conjunto, os três dão conta de uma relação profundamente

assimétrica entre a *Folha* e seus jornalistas. Os direitos do jornalista são considerados sob uma perspectiva estritamente capitalista: a sua medida é a conveniência da empresa. Os seus deveres, porém, apelam para um *ethos* romântico, que remetem para um compromisso com a sociedade. O titular deste compromisso não é, contudo, o jornalista, entendido como um indivíduo, ou o jornalismo, tomado como uma profissão, mas a empresa jornalística.

Quando consideramos o modo como o manual constrói a relação da *Folha de S. Paulo* com os leitores, instituições políticas e com os jornalistas que trabalham no jornal, um ponto fica claro: o papel central que a categoria “mandato do leitor” desempenha no seu discurso. Ao fornecer um sentido político ao que era entendido, até então, como mera transação comercial (a compra do jornal), o conceito de “mandato do leitor” proporciona à *Folha* uma dupla legitimação. Em primeiro lugar, ele constrói a empresa – e não os jornalistas – como verdadeiro agente do jornalismo, visto que é com ela que o leitor estabelece uma transação comercial. Em segundo lugar, ele permite ao jornal se apresentar como um agente meta-político, que não se furta a tomar partido, mas que o faz por cima dos partidos políticos efetivamente existentes, em nome de um interesse maior. Na parte seguinte discutiremos esta noção de “mandato do leitor”, tendo em vista o seu significado no que diz respeito ao papel que a *Folha de S. Paulo* reivindica desempenhar na democracia brasileira.

O “mandato do leitor”: metamorfoses do contrato representativo

Na seção anterior, sugerimos que o manual da *Folha de S. Paulo* enuncia os termos de um contrato entre o jornal e seus leitores. Contudo, ele faz mais do que isto: nesta seção, argumentamos que ele apresenta os fundamentos de uma teoria da democracia, tendo em vista o papel que cabe a imprensa desempenhar nela.

Antes de darmos seguimento à nossa análise, um esclarecimento conceitual se faz necessário. Não obstante o termo “democracia” seja freqüentemente usado para descrever algumas formas de organização política contemporâneas, julgamos o termo “governo representativo” mais apropriado para lidar com elas. Em sua acepção original, o termo “democracia” se refere a um tipo de organização política no qual o governo é exercido diretamente pelos cidadãos, como aquele que existiu na Grécia antiga. Tal não é, contudo, o

formato das chamadas “democracias modernas”. Nelas, os cidadãos se fazem substituir por mediadores: os seus representantes, que exercem as atividades de governo em seu nome.

Os estudos que têm como tema o governo representativo comumente destacam a distância que se estabelece entre os eleitores e seus representantes. De acordo com Manin (1995) uma das características fundamentais de todos os governos representativos modernos é justamente a independência parcial de que os representantes desfrutam em relação aos seus eleitores. Se, por um lado, tal independência se traduz em maior eficiência do processo decisório – a “governabilidade” – por outro, ela apresenta importantes problemas de legitimação, uma vez que fomenta a criação de uma elite com interesses próprios, consideravelmente diferentes dos que por ela são governados. Por este motivo, a questão do controle dos governantes pelos eleitores tem assumido um papel importante no debate que se trava em torno do governo representativo.

Freqüentemente, a busca de uma solução para o dilema tem apontado na direção do conceito de *accountability*, entendido como a capacidade dos eleitores recompensar ou impor sanções aos seus governantes, reconduzindo-os ao cargo ou não, conforme o seu desempenho (Miguel, 2005). O problema é como implementar políticas que favoreçam um exercício efetivo de *accountability* pelos eleitores. Manin, Przeworski e Stokes (2006) estabelecem uma série de condições para que isto possa acontecer, tais como, por exemplo: os políticos devem contar com incentivos para ser reeleitos, a oposição deve monitorar o governo e informar os cidadãos. Do ponto de vista deste artigo, contudo, a observação mais interessante é outra, que os autores apresentam de modo bastante casual: “A mídia, cujo papel é enfatizado por Arnold (1993), realiza um papel particular. A menos que tenha interesses claramente partidários, é mais confiável do que o governo e a oposição” (2006: 131). Por trás desta afirmação se esconde uma concepção pouco elaborada acerca da mídia, que a toma como uma instituição neutra em princípio – exceto no caso da mídia partidária, naturalmente.

No Brasil, alguns autores têm discutido com mais profundidade o papel que a mídia desempenha (ou deixa de desempenhar) na promoção da *accountability*. Lattman-Weltman sustenta que, para contribuir com este papel, a mídia deve ser capaz de proporcionar “*a mais diversificada e plural informação sobre qualquer tema do interesse público*”³ (2003:

³ Grifo do original

154-155). Para tal, o sistema midiático deve ser diversificado o bastante para impedir que qualquer dos atores possa vetar a veiculação de informações. Segundo Miguel, os meios de comunicação exercem uma função representativa, paralela à que exercem os representantes eleitos, uma vez que atuam na confecção da agenda e do debate públicos em nome dos cidadãos (2003: 133).

Com base nestas observações, podemos retornar à análise do manual da *Folha de S. Paulo*. Segundo nos parece, a retórica do manual apresenta algumas interfaces interessantes com o debate sobre o governo representativo, tal como o vimos acima. Para começar, também no manual, o tema da distância entre os cidadãos e seus representantes eleitos parece ser fundamental. É em função dela que o jornal pode clamar desempenhar um papel político, como intermediário da relação entre os cidadãos e as instituições públicas. No manual, contudo, o tema parece ganhar contornos mais radicais, que se traduzem em um perceptível viés anti-política. Como regra geral, os verbetes alimentam um sentimento generalizado de desconfiança quanto ao bom funcionamento das instituições públicas: eles as retratam como sendo potencialmente opressivas – por exemplo, através da distinção entre legalidade e legitimidade – e pouco eficientes.

Um segundo ponto em comum diz respeito à sugestão de que os meios de comunicação têm um importante papel a desempenhar na mediação das relações entre governantes e governados. O modo como o manual configura a natureza deste papel, contudo, difere da solução do modelo liberal clássico do jornalismo, tal como se apresenta nos Estados Unidos. De acordo com Cook (1998), o jornalismo deste país se sustenta em um paradoxo: é somente na medida em que negue ser uma instituição política – afirmando-se como uma instituição técnica, comprometida com a coleta e a divulgação imparcial dos fatos – que ele pode desempenhar este papel. Dentro desta perspectiva, cabe ao jornalismo tornar públicos os problemas, mas não encaminhar a sua solução (tal tarefa caberia às instituições políticas e aos cidadãos). Os verbetes que analisamos deixam claro que o manual da *Folha de S. Paulo* reivindica um papel político muito mais ativo e responsabilidades consideravelmente mais amplas para o jornal. Mais do que simplesmente *informar* o leitor, o jornal reivindica uma missão *civilizatória*, de *formar* a opinião e *modificar* para melhor o funcionamento das instituições. Mais do que isso, o jornal se propõe a agir no lugar das instituições quando isso se fizer necessário: ao constatar um

abuso, o jornalista da Folha não se limita a noticiá-la ou a cobrar providências das autoridades competentes. Cabe a ele mesmo intervir na situação, “anunciando a sua condição de jornalista”.

Finalmente, cabe analisar o modo como o jornal fundamenta a sua reivindicação de exercício de um poder político. Tal poder – fundamentalmente ativo, de intervenção sobre a realidade política – é incompatível com o papel que as teorias da *accountability* reservam aos meios de comunicação, de veículos capazes de expressar a diversidade dos pontos de vista dos atores políticos. Assim, o manual recorre a uma estratégia diferente: reivindica exercer ele mesmo um mandato representativo, cuja lógica é de natureza comercial, antes que eleitoral. De acordo com ele, a cada vez que renova a sua assinatura ou mesmo compra um exemplar do jornal na banca, o leitor atribui ao jornal o poder de, em seu nome selecionar o que (e de que forma) algo será publicado:

“Selecionar e editar o que vai ser publicado não constitui restrição à liberdade de imprensa, porque a **Folha** entende que o leitor, titular do direito a que corresponde esta liberdade, *delega ao jornal o mandato para assim agir*” (1987: 33; grifo nosso).

O contrato comercial se apresenta, deste modo, como um substitutivo mais confiável para o mandato representativo clássico, uma vez que diferentemente deste, ele traz implícita uma cláusula de revogabilidade (que no caso da compra em bancas é diária). Deste modo, o manual apresenta um modelo de privatização da atividade política. Não somente ela atribui às empresas jornalísticas (e à *Folha* em particular) o exercício de funções tidas como exclusivas dos representantes eleitos, como também solapa as bases de uma ética do serviço público, como a que sustenta o modelo de profissionalismo jornalístico. Todo o poder emana do leitor, mas é pela empresa (de quem ele compra o produto) e não pelo jornalista que ele é exercido.

A análise do *Manual da Redação da Folha de S. Paulo* fornece uma ilustração do modo bastante particular com que o modelo americano da imprensa como “Quarto Poder” foi interpretado no Brasil: ela reivindica o exercício de um papel metapolítico, de principal intérprete do interesse nacional, por cima das instituições políticas representativas.

Referências bibliográficas

- Abramo, Cláudio (1988). *A regra do jogo*. São Paulo, Companhia das Letras.
- Albuquerque, Afonso de (2005). Another “Fourth Branch”: press and political culture in Brazil. *Journalism* 6 (4): 486-504.
- Cook, Timothy (1998). *Governing with the News. The News Media as a Political Institution*. Chicago, Il: University of Chicago Press.
- Folha de S. Paulo. *Manual Geral da Redação – 2ª edição revista e ampliada*. São Paulo, 1987.
- Manin, Bernard (1995). As metamorfoses do governo representativo. *Revista Brasileira de Ciências Sociais* 29: 5-34.
- Manin, Bernard, Adam Przeworski & Susan C. Stokes (2006). Eleições e representação. *Lua Nova* n° 67: 105-38.
- Lattman-Weltman, Fernando (2003). Mídia e transição democrática: a (des) institucionalização do pan-óptico no Brasil in Alzira Alves de Abreu et alii. *Mídia e Política no Brasil. Jornalismo e Ficção*. Rio de Janeiro: FGV Editora, p. 129-183.
- Miguel, Luis Felipe (2003). Representação política em 3-D. Elementos para uma teoria ampliada da representação política. *Revista Brasileira de Ciências Sociais* Vol. 18 n° 51: 123-140.
- Miguel, Luis Felipe (2005). Impasses da accountability: dilemas e alternativas da representação democrática. *Revista de Sociologia e Política*, 25: 25-38.
- Silva, Carlos Eduardo Lins da (2005). *Mil Dias: Seis Mil Dias Depois*. São Paulo: PubliFolha.
- Silva, Marco Antônio Roxo da (2004). *Os jornalistas e sua greve: consciência de classe e debate político*. Texto apresentado no II Encontro Nacional da Rede Alfredo de Carvalho. Florianópolis.
- Soloski, John. “O jornalismo e o profissionalismo: alguns constrangimentos no trabalho jornalístico”. In Néelson Traquina (org.) *Jornalismo: questões, teorias e "estórias"*. Lisboa: Vega, 1993, p. 91-100.
- Taschner, Gisela (1992). *Folhas ao Vento: análise de um conglomerado jornalístico no Brasil*. Rio de Janeiro: Paz e Terra.
- UM PAÍS ABERTO: reflexões sobre a Folha de S. Paulo*. São Paulo: PubliFolha, 2003.