

## ALÉM DAS APARÊNCIAS

*Getúlio Bittencourt*

1. A disputa da precedência entre a palavra e a imagem, que o advento da televisão tornou dramática para o jornalismo impresso, começou durante o Renascimento. Antes disso não havia dúvida alguma sobre a superioridade da palavra, tanto que das sete Artes Liberais (o Trivium e o Quadrivium) eram integralmente consagradas a ela, as artes do Trivium: Gramática, Retórica e Dialética. Tanto a pintura como a escultura eram designadas pelos gregos pós-socráticos, romanos e cristãos medievais como "Artes Mecânicas" e claramente inferiores. Platão, desenvolvendo sua concepção de que o mundo manifesto é uma simples cópia de modelos celestiais, acusa então a pintura e a escultura de serem simples cópias do que já é uma cópia (República, X, 595 b).

2. Artistas como Leonardo da Vinci começaram a defender a superioridade da pintura, senão da escultura, sobre a palavra, e a exigir-lhe um lugar na cultura universitária entre as Artes Liberais. Em seu "Tratado de Pintura", escrito entre o final do século XV e o início do século XVI, Leonardo alinhava entre outros os seguintes argumentos a favor da superioridade da imagem:

"Vi eu certa ocasião uma pintura que, por obra de sua semelhança com o amo, enganava ao cachorro, e este lhe fazia enormes festas. De igual maneira vi os cachorros que ladravam e pretendiam morder a cachorros pintados, e a uma macaca fazer infinitas brincadeiras diante de outra pintada", (p. 50, ed. Angel Gonzales Garcia).

3. Alguns argumentos de Leonardo são ingênuos, mas a expansão da imagem eletrônica nesta segunda metade do século XX criou um panorama singular em países como o Brasil. Leo Gilson Ribeiro notou certa vez que o Brasil, dado o seu alto índice de analfabetismo e à sua considerável rede de telecomunicações, poderia ter uma parcela enorme de sua população passando diretamente para a civilização da imagem sem passar pela da palavra.

4. É provável que nas origens mais remotas da nossa civilização ocidental as artes mais tarde divididas em “mecânicas” e “Liberais” não fossem opostas, mas complementares. O astrônomo norte-americano Carl Sagan, por exemplo, lembra que os gregos, enquanto vivia Tales de Mileto, por volta do século V A.C., tinham em algumas de suas ilhas o símbolo da mão impresso nas portas das casas. Era uma época em que pensar e fazer estavam tão interligados que uma só pessoa pensava e executava sua criação. A expansão do comércio marítimo grego e a conquista de escravos teria levado à separação entre pensar e fazer, e a essa moderna oposição entre a palavra e a imagem.

5. O maior peso da imagem sobre a palavra no jornalismo brasileiro é de natureza quantitativa; escora-se nos quase 50 milhões de telespectadores do Jornal Nacional e na reduzida tiragem dos maiores jornais brasileiros. Os grandes jornais do eixo Rio-São Paulo competem na faixa de 200 a 300 mil exemplares diários, com *O Globo*, graças aliás ao suporte da Rede Globo, destacando-se um pouco mais nos últimos anos. O peso é tão ostensivo que podemos aferi-lo nos títulos que os jornais deram sobre a morte de Indira Gandhi; quase todos destacavam que “o enterro de Indira Gandhi será hoje” em suas manchetes. O registro tradicional da morte de estadistas é dado como conhecido através dos telejornais. Temos aqui, portanto, uma forte alteração do conceito tradicional de notícia no jornalismo impresso: ganha prioridade e vai para o título de primeira página aquilo que a imagem não é capaz de mostrar.

6. Nos jornais das duas grandes metrópoles brasileiras acentua-se essa ênfase no que “a imagem não é capaz de mostrar”, seja por sua opacidade (ela não capta o que as pessoas estão pensando; um jornalista da palavra pode conseguir algo parecido com isso através da entrevista “off the record”), seja por sua instantaneidade (ela não dispõe portanto da imagem de um enterro que ainda vai acontecer).

7. O caminho da ênfase nos acontecimentos dos bastidores foi seguido nestes anos 80 principalmente pelas revistas semanais de informação, pressionadas entre duas concorrências (a dos telejornais e da imprensa diária). Nesses casos, por sinal, a reconstituição dos bastidores de episódios conhecidos tornou-se, pelo menos durante certo período, tão ou mais importante que a antecipação de informações novas. Na minha experiência de campo como chefe da sucursal de Brasília e depois como editor nacional de *Veja*, lembro-me que um acontecimento amplamente divulgado, como uma derrota do governo numa votação na Câmara dos Deputados, podia ser contado

com interesse renovado através dos diálogos que seus personagens travavam nos bastidores onde a câmara de televisão não alcança. Assim, em vez de começar um texto sobre o assunto com a frase:

“O governo sofreu uma surpreendente derrota na tarde de quinta-feira passada”.

Começávamos assim:

“Passava um pouco das 17 horas de quinta-feira passada quando o líder do governo na Câmara dos Deputados, Nelson Marchezan, entrou na sua sala estreita algo acabrunhado e ligou para o ministro Golbery do Couto e Silva:

— Ministro, fomos traídos — disse ele.

— Eu já sabia — respondeu Golbery”.

8. A imagem ganhou o concurso da palavra desde o advento do cinema falado, no final dos anos 20, o que incrementou o seu poder de comunicação. Dizem que Miguel Angelo pedia à sua magnífica imagem de David de Donatello: Fale! As imagens de hoje podem não ser grandiosas como as dele, mas falam. Essa associação da imagem com a fala obriga o jornalismo impresso por um lado a aprofundar-se além da superfície das coisas, além do que os entrevistados podem assumir com suas próprias palavras e imagens, e por outro a prospectivar, ou seja, a antecipar eventos, como no prosaico exemplo do enterro de Indira Gandhi. Mas os mecanismos básicos do jornalista, o campo de suas perguntas, é estritamente tradicional.

As sete perguntas essenciais dos manuais de jornalismo (quem, o que, como, porque, quando, onde e meios) correspondem linearmente às sete indagações da Retórica clássica. Há 2.400 anos Aristóteles indicava com outras palavras (pessoa, coisa, instrumento, causa, tempo, lugar e modo) esses mesmos conceitos como fontes de argumentos básicos para os três gêneros de discurso (demonstrativo, judicial e deliberativo) que um estudante da Arte Retórica devia aprender. No jornalismo impresso nós operamos ainda hoje com esses dados elementares e mais o oitavo item de que tenho falado aqui: aquilo que fica por trás da aparência das coisas, o lado eclipsado das imagens.

A previsibilidade do questionário tradicional dos jornalistas pode ser ilustrado por uma recente argumentação do ex-governador baiano Antônio Carlos Magalhães. Ele próprio antigo jornalista e hoje dono de jornal e televisão, procurou ensinar seu amigo e ex-candidato do PDS, Mário Andreazza, a sair-se bem em entrevistas coletivas. Antônio Carlos pesquisou os jornais e revistas durante um mês e não encontrou mais do que 50 perguntas básicas, repetidas sob variadas formas, feitas pelos repórteres a seus entrevistados. Bastava Andreazza decorar respostas razoáveis para esses 50 assuntos funda-

mentais que todas as perguntas estariam cobertas. Nesse caso específico, como se viu, a operação não deu certo, tanto que Andreazza foi derrotado; mas o princípio da estreiteza dos temas cobertos ficou bastante claro.

9. Chegamos então a outra diferenciação importante entre o jornalismo impresso e o telejornalismo, que é a indicação de rumos, de tendências, e de acontecimentos ainda não corporificados, mas previsíveis. Eu me refiro à evidência de que pessoas mortas serão enterradas; de que compromissos assumidos nos bastidores serão cumpridos adiante etc. Tanto o jornalismo político como o econômico, impressos, sofrerão alterações significativas nesse particular ao longo da Nova República. A razão para a mudança é simples. Durante os anos de regime autoritário, mesmo depois do fim do Ato Institucional n.º 5 e do abrandamento da censura, a centralização do poder fazia com que o acesso a meia dúzia de políticos virtualmente significava o acesso à informação sobre o correto desdobramento de um assunto. Da mesma forma, uma conversa com duas ou três autoridades financeiras e monetárias garantia acesso ao rumo da economia brasileira pelo menos por uma semana à frente.

O primeiro efeito da democratização do Palácio do Planalto e da esplanada dos Ministérios deve ser, naturalmente, uma maior difusão dos meios de pressão política e econômica. Muitas pessoas mais serão ouvidas antes de cada decisão, como aliás acontecia no Brasil antes de 1964. As poucas fontes privilegiadas vão se transformar em muitas. A alternância do poder pode ter como efeito positivo também uma despolarização da cobertura, no sentido de que a evidente antipatia dos jornalistas pelos governos militares não precisará necessariamente ser estendida à figura conciliadora do dr. Tancredo Neves.

10. Essas considerações me levam ao segundo tema que me foi proposto, que é a experiência de cobrir assuntos políticos dentro de um jornal especializado em assuntos econômicos. Aqui eu preciso destacar que certas inferências óbvias, como as noções de estranhamento, de "corpo estranho", foram inteiramente neutralizadas em meu trabalho na *Gazeta Mercantil* por uma decisão da cúpula do jornal, do Roberto Müller, do Sidnei Basile e do Matias Molina, no sentido de incorporar a cobertura política ao cotidiano do jornal. Já se cobria o assunto antes de minha entrada na *Gazeta* em 1983, mas a direção do jornal abriu generosamente a sua primeira página para a sucessão presidencial. Isto permitiu que em 1983 a editoria Política, que tinha uma média anual de 20 a 30 chamadas entre as quase duas mil que o jornal publica anualmente na primeira página, saltasse para 120 chamadas, ficando abaixo apenas das editorias de Finanças e Agricultura.

A proposta original dessa editoria Política da *Gazeta Mercantil* foi desenhada por Roberto Müller e incluía a percepção de que o excelente acesso dos repórteres do jornal aos empresários brasileiros poderia ser convertido também em noticiário político, dado o inter-relacionamento freqüente desses setores sociais. Mas há dificuldades operacionais, trazidas pela especialização econômica dos jornalistas, pela especificidade do seu treino, que são difíceis de superar. Por isso, no lugar de uma editoria de "Política", acabamos operando com uma editoria de "Poder". A nossa cobertura se concentrou sobre essa reduzida parcela de pessoas que detêm poder sobre o restante da sociedade. Isto quer dizer que raramente se trata de, digamos, vereadores nas colunas políticas do jornal.

11. Embora vocês já tenham ouvido aqui, através do Sidnei Basile, que não temos idéia do público que compra a *Gazeta Mercantil*, podemos deduzir um perfil a traços largos. A especialização econômica do jornal, num país de graves desníveis na distribuição de renda, evidentemente específica que seu público está restrito a quem tem suficientemente disponibilidade de renda para manipular informações econômicas e, com isso, ou incrementar seus ganhos ou reduzir suas perdas. A grande maioria da população do país fica inteiramente à margem desse processo, sofrendo-o, mas sem condições de intervir nele.

Que este não é o destino natural de jornais econômicos fica evidente pelo exemplo do *The Wall Street Journal* nos Estados Unidos, que, com seus 2 milhões de exemplares diários, tem uma tiragem muito superior ao de um grande jornal de generalidades como o *The New York Times*. O crescimento de um jornal como a *Gazeta Mercantil* está atrelado pelo exemplo citado a desdobramentos políticos como uma maior redistribuição da renda e o fortalecimento de uma classe média que a leve a ter condições de investir e, portanto, a necessitar de informações econômicas especializadas. Em que medida haverá esse fortalecimento da classe média diante da pressão dos desempregados, dos famintos e dos miseráveis, dos analfabetos e da grande massa de marginais brasileiros, é uma questão aberta para a Nova República responder. Enquanto o Brasil trava esse combate para descobrir se o seu destino econômico, nos moldes ocidentais em que se desenvolve, pode fazê-lo mais parecido com o México ou com os Estados Unidos, a escala da tiragem serve de contorno para a pauta dos jornais especializados. O fato de ser geralmente o segundo ou o terceiro jornal de seus leitores também restringe e precisa mais o perfil da *Gazeta Mercantil*, cuja editoria Política, particularmente, precisa diferenciar-se da cobertura oferecida pelos grandes diários.

Em linhas gerais essa diferenciação é procurada:

(a) Pela concentração nos temas essenciais, o que significa uma busca da clareza na seletividade;

(b) Pelo conceito de cobertura do poder, das pessoas que têm poder sobre a sociedade, que significa um segundo nível de seletividade;

(c) Pela busca de informações exclusivas e portanto de diferenciação pela originalidade da notícia;

(d) Pelo esforço de apuração dos bastidores e portanto de apuração dos fatos além das aparências.

12. A definição que o criador dessa nova fase da *Gazeta Mercantil*, Roberto Müller, às vezes faz do jornal como uma revista diária permite entrever outros dados da sua receita que são incorporados na editoria política. As revistas semanais condensam blocos de informações e esse processo, quando bem feito, serve como sedimentador das notícias: ganha-se maior perspectiva, uma noção mais clara da importância dos fatos e, com isso, uma idéia dos rumos que a sociedade vai trilhando. Agora podemos olhar rapidamente para os dois lados da especialização:

(1) O seu aspecto restritivo, que leva as pessoas a saber cada vez mais coisas sobre cada vez menos coisas;

(2) Num jornal que pretende ser uma revista diária, a conquista dessa perspectiva sobre os fatos que permite, no melhor da competência dos jornalistas, a captação dos rumos e das tendências. Caso em que a informação cumpre o seu papel de orientar.