

# A influência norte-americana no padrão de jornalismo brasileiro: análise comparativa dos jornais *A Gazeta* e *The Boston Globe*

Hérica Lene e Alcyene Castro de Almeida\*

## Índice

1 Breve histórico dos dois jornais	3
2 Análise dos projetos gráficos	6
3 Análise das narrativas jornalísticas das manchetes	9
4 Considerações finais	11
5 Bibliografia	12

## Resumo

Esta pesquisa é uma análise comparativa dos jornais *A Gazeta* (do Espírito Santo, Brasil) e *The Boston Globe* (de Massachusetts, EUA) e tem como objetivo verificar as influências norte-americanas no padrão de jornalismo brasileiro. O *corpus* empírico foi composto por 22 edições de cada um dos dois jornais, somando um total de 44 diários. O estudo foi desenvolvido em quatro partes, que abordaram: a mudança ocorrida na história da imprensa nacional paralelamente às interferências estrangeiras que ela recebeu no decorrer dos anos; as influências no campo do

ideológico do jornalismo e quando elas chegaram ao Brasil; a história dos dois jornais; e a análise comparativa (com base, principalmente, em aportes teóricos e metodológicos da Análise de Discursos) para identificar semelhanças e diferenças no estilo de jornalismo dos dois países, no que se refere à capa e às narrativas jornalísticas das matérias das manchetes.

## Introdução

A história oficial da imprensa brasileira registra seu nascimento no século XIX, no ano de 1808, com a chegada de Dom João VI na então colônia e a criação do *Correio Brasileiro*. Em princípio, ela recebeu influências européias, com a edição desse primeiro jornal em Londres por Hipólito da Costa. Ao longo do tempo, passou a receber interferências do jornalismo norte-americano.

A entrada dos modos de produção jornalística estrangeiro ocorreu também no campo ideológico do jornalismo e seus valores. A objetividade, um dos valores do jornalismo que provocou a reestruturação do texto jornalístico, segundo Nelson Traquina (2004, p.135), surgiu nos Estados Unidos (EUA), no

---

\*Hérica Lene é doutoranda em Comunicação e Cultura pela UFRJ, mestre em Comunicação pela UFF e professora da Faesa – ES - Brasil e Alcyene Castro de Almeida é graduada em jornalismo pela Faesa – ES - Brasil.

século XX, em decorrências de mudanças do século anterior.

Ana Paula Goulart Ribeiro (2000) explica que o marco desse processo de associação das normas americanas foi o I Congresso Pan – Americano de Jornalismo, no ano de 1926, em Washington. Nesse encontro foram discutidos os pontos para se iniciar uma Sociedade Interamericana de Imprensa e isso incentivou a aproximação de países latino-americanos com os EUA ao longo das décadas que se seguiram. Mas a consolidação de um modelo informativo de jornalismo no Brasil só ocorreu, de fato, décadas mais tarde.

Esse modelo, baseado em técnicas redacionais – lead, pirâmide invertida, *copydesk*, *style book* – não tomou corpo de forma homogênea, já que prevalecia no país um jornalismo familiarizado com questões políticas e de cunho literário. A objetividade jornalística apenas conseguiu começar a conquistar espaço de fato na década de 1950 e se consolidar nos anos 1960. Isso foi possível pela incorporação do *copydesk* e pelo ensino da técnica jornalística (Ribeiro, 2000) na composição de uma nova ideologia profissional. Sob as novas condições do mercado, os ideais da objetividade e da neutralidade suplantaram os da opinião e do julgamento crítico.

Ao incorporar as novas técnicas e o ideal da objetividade, recusando vínculos explícitos com a literatura e a política, o campo jornalístico transformou-se numa comunidade discursiva própria e criou as condições sociais da sua eficácia (Ribeiro, 2000).

Partindo dos registros da história da imprensa brasileira e de como se deu a incorporação dos valores do modelo de jornalismo informativo, foi desenvolvida uma pesquisa sobre jornalismo impresso, a partir das se-

guintes questões teóricas: quais são as influências estrangeiras que perpassam o jornalismo brasileiro na contemporaneidade? As interferências internacionais, num primeiro momento, européias, e depois norte-americanas, registradas pela história oficial da imprensa, persistem na construção de um estilo brasileiro de jornalismo até os dias atuais e de que formas persistem?

Esta pesquisa faz uma análise comparativa dos jornais *A Gazeta* (do Espírito Santo, Brasil) e *The Boston Globe* (de Massachusetts, EUA). O *corpus* empírico foi composto por 44 edições de jornais – 22 de cada um – publicadas durante as semanas do mês de janeiro de 2006. Foram analisadas as capas, pelo fato de a primeira página ser a vitrine de um jornal impresso e onde ele apresenta os principais assuntos de seu conteúdo, e também as chamadas e as reportagens apresentadas como manchete.

O primeiro passo foi o levantamento bibliográfico sobre a história da imprensa no Brasil e seus valores, partindo, principalmente, dos estudos de Juarez Bahia (1990) e Nelson Werneck Sodré (1999). Sobre o campo ideológico do jornalismo, tomou-se como base Ribeiro (2000), de Nelson Traquina (2004) e de John Solosky (1993).

A etapa seguinte abordou a história dos dois jornais e permitiu alguns pontos comparativos, mas no âmbito das primeiras páginas, e teve como fontes pesquisas de Domingos de Freitas Filho (1988), Vanessa Maia Rangel (2002) e Alejandro Pizarroso Quintero (1994).

Na seqüência, nos aprofundamos na comparação das narrativas jornalísticas dos dois jornais, o que, juntamente com a análise das capas, forneceu a possibilidade de verificação das influências norte-americanas no pa-

drão de jornalismo brasileiro atual. É propriamente esta parte final da pesquisa que detalhamos neste artigo.

Apesar de o porte do jornal norte-americano ser comparado, pela própria direção do periódico, aos jornais paulistanos, a opção metodológica de comparar esses diferentes jornais se justifica porque ambos têm um público-alvo semelhante, ou seja, a faixa da população com maior poder aquisitivo em suas regiões. Assim como o *A Gazeta*, um jornal que circula dentro dos limites do estado, é o *The Boston Globe*, diferentemente da *Folha de São Paulo*, que circula em todo o Brasil. Quintero (1994, p. 510) diz que a estrutura da imprensa nos EUA é fundamentalmente regional: “há também outros grandes jornais, regionais, como o *Los Angeles Times*, o *Chicago Tribune*, o *Boston Globe*, etc.”.

Tendo em vista essas características, o estudo comparativo dos dois jornais – que neste estudo representarão o jornalismo de seus países – se torna possível, e o objetivo de identificar quais são as influências norte-americanas que sobrevivem no jornalismo brasileiro, alcançável.

A análise comparativa das narrativas jornalísticas envolve aportes teóricos de duas metodologias – o jornalismo comparado<sup>1</sup> e a Análise de Discursos (AD)<sup>2</sup> –, mas tem

<sup>1</sup> Sobre o estudo comparativo Jacques Kayser (1972 p. 17), citado por José Marques de Melo, diz que: “Dentre os métodos de pesquisa que assim foram recentemente adotados, a dissecação dos jornais, sua análise crítica e comparativa, abrem largas e originais perspectivas para os pesquisadores, bem como para os especialistas e o grande público”.

<sup>2</sup> A AD é um nome dado a uma variedade de diferentes enfoques no estudo de textos, desenvolvida a partir de diferentes tradições teóricas e diversos tratamentos em diferentes disciplinas. Tem como pro-

como sua principal base a AD. Recorremos a estudos de José Marques de Melo (1972; 1984), para compreensão do método comparativo aplicado a jornais, e a Milton José Pinto (1999) e a Eni Orlandi (2000) para o estudo da AD.

Como material de apoio à análise das narrativas jornalísticas, recorreremos a livros de normas do texto jornalístico e aos manuais de redação de jornais brasileiros.

## 1 Breve histórico dos dois jornais

Como se constituíram os dois jornais pesquisados? Como construíram suas identidades e imagens perante seus leitores? Quais são suas características gráficas?

*A Gazeta*, hoje com 78 anos de existência, tem uma média diária de circulação, nos dias úteis, de 21.558 exemplares por edição, de acordo com o Índice de Verificação de Circulação (IVC) de 2004. É distribuída no Espírito Santo e também no norte do Rio de Janeiro, leste de Minas Gerais e sul da Bahia. É um dos três jornais impressos do estado e o mais antigo deles em circulação, com uma história de relações estreitas com o poder. Sua primeira edição foi publicada em 11 de setembro de 1928. O jornal não era diário no início e havia sido fundado com fins comerciais para atender às expectativas da indústria imobiliária de Vitória, especificamente,

posta básica considerar como primordial a relação da linguagem com a exterioridade, que deve ser entendida como as condições de produção do discurso: o falante, o ouvinte, o contexto da comunicação e o contexto histórico-social (ideológico). Essas condições de produção estão representadas por formações imaginárias. Nos estudos discursivos, procura-se compreender a língua não só como estrutura mas também como acontecimento.

as ofertas imobiliárias da Empresa Cambury (Filho, 1988; Rangel, 2002). Dois anos após seu lançamento, o jornal começou a se envolver com a política e afiliou-se à Aliança Liberal.

Nesse início apoiou explicitamente Getúlio Vargas e João Pessoa para assumirem, respectivamente, os cargos para a presidência e vice-presidência da República. Esse apoio político fez com que o jornal fosse empastelado pelo governador da época, Aristeu de Aguiar, no dia 13 de fevereiro de 1930, e voltou à ativa alguns meses depois, no mesmo ano. Mais tarde, em 1932, o Ministério Público deu ganho de causa a *Gazeta* por danos e perdas. Mas como recompensa da fidelidade do jornal, com a vitória de Getúlio, passou a ser órgão oficial do governo de intervenção que foi instalado no estado (Filho, 1988). Se até aqui o *A Gazeta* já era marcado por disputas políticas locais e nacionais, após 1949, ano em que ele foi comprado por Carlos Fernando Monteiro Lindenberg<sup>3</sup>, o jornal estreitou e explicitou ainda mais seu envolvimento com a política. Rangel (2002, p.14) diz que: “Considerado como um jornal de direita, atrelado aos grupos homogênicos, o fato é que *A Gazeta* sempre teve do seu lado políticos e empresários influentes”.

Em 1960, década em que ocorreram algumas renovações gráficas, é a vez de Carlos Fernando Lindenberg Filho, o Cariê, assu-

<sup>3</sup> Depois de ter tomado parte nas campanhas eleitorais de 1918, 1920, 1924 e 1928 e na Revolução de 30, Carlos Fernando Monteiro Lindenberg, com apenas 31 anos, foi convidado para ser prefeito de Vitória, mas recusou. Trabalhava na Junta Comercial como presidente, quando, em 1935, foi nomeado Secretário da Fazenda do Estado. Mais tarde, entrou para a política. Foi deputado federal, governador e senador. (Filho, 1988 p.68).

mir a liderança da empresa. A família Lindenberg detém um número de ações que ultrapassam 80%.<sup>4</sup>

Na década de 1980, *A Gazeta* trazia, em seu formato Standard, uma capa com muito texto e, ainda em preto e branco, vinha com pouca ilustração. Havia, também, diversas chamadas, que segundo Rangel (2002, p.72), constituíam uma espécie de Mosaico, com todas as informações que o jornal escolhia noticiar. Assim, com esse formato usado tradicionalmente por grandes jornais e com o slogan “*A Gazeta*, o jornal do espírito Santo”, ia construindo a imagem de um jornal sério e que era porta-voz do estado. E a enorme quantidade de texto já indicava o público ao qual ele se destinava: a elite.

Na construção de sua identidade, valorizou inicialmente o posicionamento do nome do jornal. O nome *A Gazeta* era o mais visível de toda a edição, colocado estrategicamente acima de todos os outros elementos, como se fosse mais importante que as outras manchetes (Rangel, 2002, p. 74).

O ano de 1999 provou ao *A Gazeta* que ele estava sendo atropelado pelo *A Tribuna*, seu concorrente no estado. Dados do IVC de novembro de 1999 mostravam que o *A Tribuna* havia superado o *A Gazeta* em vendas durante todos os dias da semana. O que aconteceu, segundo Rangel (2002, p.36), foi que o *A Tribuna* conhecia seus leitores e era re-

<sup>4</sup> No ano de 1937 o sistema de linotipos que era usado foi substituído pela composição gráfica. Outra mudança importante ocorreu em 1969, quando o jornal comprou novas máquinas impressoras, da marca Harris, modelo N-845, nos EUA. A partir de então o *A Gazeta* teve capacidade para imprimir 60 mil exemplares por hora, com uma área gráfica de 430 m<sup>2</sup> (Filho, 1988, p.71).

conhecida por ele. Já o *A Gazeta* tinha dificuldade de manter um discurso.

Como já havia reconhecido o problema, no ano de 1998, a Rede Gazeta<sup>5</sup> ergueu um novo parque gráfico e nele instalou uma nova impressora, Newliner, comprada nos EUA. A capacidade da mais nova aquisição é de rodar 70 mil cadernos de 32 páginas por hora. Desses 32 cadernos, 16 são em policromia e 16 em duas cores. Com essa nova estrutura a empresa visava desengavetar um projeto antigo que tinha como finalidade editar cadernos regionais que alcançassem o norte e o sul do estado. O jornal acabou por não aplicar as metas desenvolvidas.

Outra tentativa de *A Gazeta* conquistar os leitores do concorrente foi uma remodelagem em sua primeira página, em 26 de maio de 1999. A idéia foi de um dos editores do jornal, Ariovaldo Bonas, que achava que o caminho para alcançar o *A Tribuna* era a popularização do jornal, com a priorização de manchetes regionais. A partir de então, o nome do jornal já não ocupava mais um espaço tão privilegiado quanto antes e três chamadas abriam a página antes dele aparecer. As letras utilizadas tinham fontes maiores e as chamadas, agora apenas cinco, ao invés de sete como antes, eram mais curtas e precisas. O diário tentava alcançar uma faixa da população que não era elite e isso promoveu uma mudança que vai além de gráfica, mas no discurso (Rangel, 2002, p. 85, 86). A reforma fez com que o diário se distanciasse cada vez mais de seu público tradicional, falando uma

<sup>5</sup> A Rede Gazeta de Comunicações é atualmente formada por três emissoras de televisão, TV Gazeta, GTV e TV Gazeta Norte; quatro estações de rádio, Gazeta AM, FM, CBN e Litoral FM; dois jornais impressos, além de *A Gazeta*, o *Notícia Agora*, e um portal na Internet, o *Gazeta On-line*.

língua diferente da de seus leitores habituais e ao mesmo tempo tentando resguardar seus valores.

Apesar da mudança, *A Gazeta* não chegou perto do *A Tribuna*, que em outubro de 2000 conquistou o 1º lugar no Ibope. O 2º lugar na preferência do público impediu que o *A Gazeta* continuasse sendo “O Jornal do Espírito Santo” e nos anos de 2000 e 2001 teve como slogan “A Gazeta, um jornal de verdade”. Os dados do IVC de junho de 2004 mostram que o *A Gazeta* continua em 2º lugar, com uma média mensal de circulação, em dias úteis, de 21.558 exemplares por edição, sendo que *A Tribuna* alcançou 41.024 exemplares por edição, se consolidando, como o diário mais vendido do estado.

No segundo semestre de 2004 o jornal passou por uma outra reforma, mas voltada para a reorganização do conteúdo, e feita por profissionais vindos de Navarra, na Espanha. O objetivo era que o jornal apostasse mais na informação local e na cidadania e que reforçasse a credibilidade, considerada o “grande patrimônio do jornal”.

Fundado 56 anos antes de *A Gazeta*, em 1872, no estado de Massachusetts, nos EUA, o *The Boston Globe*, que é o jornal de com maior alcance de Massachusetts e também da New England, tem uma circulação média de 474.845 exemplares. É a organização de mídia de maior domínio em Boston e tem como jornal rival o tablóide *Boston Herald* (com circulação diária de 230.543).

A iniciativa de criação do jornal foi de seis homens de negócios da cidade de Boston dirigidos por Eben Jordan, fundador de uma loja de varejo, Jordan Marsh, que investiu \$150.000 no negócio. A primeira edição foi publicada no dia 4 de março do ano de 1872 e custou quatro centavos de dólares. O

jornal logo entrou em dificuldades financeiras, e, como tentativa de restaurar a estabilidade, em 1873, Jordan contratou, temporariamente, o general Charles H. Taylor como gerente da empresa. Taylor era um veterano da Guerra Civil que fazia parte da equipe de funcionários, e também impressor do jornal *Boston Traveller* e trabalhava como freelancer para o jornal *The New York Tribune*. Como resultado da lealdade de Taylor e seu sucesso na estabilização do jornal, o general passou a ser sócio de Jordan como único investidor restante para suportar o *The Boston Globe*. Tempos depois, o general se tornou presidente da empresa jornalística.

Originalmente um diário matutino, *The Boston Globe* começou a ser publicado somente aos domingos no ano de 1877. Após um ano de circulação, passou a ser expedido a tarde com o nome de *The Boston Evening Globe*. Assim ele durou 100 anos e encerrou sua participação no ano de 1979. Em 1958, o jornal se mudou para seu atual complexo jornalístico na área de Dorchester localizado em Boston, depois de permanecer por 87 anos na chamada Washington Street's "Newspaper Row".

Quintero (1994, p.513) diz que o jornal “nos anos 60 e nos primeiros anos da década de 1970 opôs-se tanto à guerra do Vietnã como à administração de Nixon. Juntamente com o *New York Times* e o *Washington Post* foi o único jornal que publicou os famosos Papéis do Pentágono”. O *Boston Globe* era uma companhia privada até o ano de 1973, quando passou a ser uma propriedade subsidiária e principal das *Affiliated Publications - Publicações Associadas*. Durante 20 anos os interesses das Associadas incluíram televisão, estações de rádio, revistas, jornais diários e semanários e telefones celulares.

No dia 1º de outubro de 1993, o *The Boston Globe* e as *Affiliated Publications* se uniram a *New York Times Company*. Essa fusão foi a maior de jornais na história dos EUA, segundo registra Quintero (1994, p. 510). Desta forma, *The Boston Globe* se tornou uma completa subsidiária da companhia *The New York Times*, mas já era um jornal de renome. “Um grande jornal regional é o *Boston Globe*, recentemente adquirido pelo *New York Times*”.

A fusão histórica marcou o começo de uma aliança de dois excelentes jornais e duas excelentes famílias de jornais – *O The Taylors* do *Globe* e o *The Sulzbergers* do *The Times* – na edição de jornais Americanos.<sup>6</sup>

## 2 Análise dos projetos gráficos

No Espírito Santo, são publicados dois jornais principais, o *A Gazeta*, voltado mais para a elite da sociedade, e o *A Tribuna*, que se destina a um público mais popular e amplo. No estado, há um terceiro jornal impresso, o *Notícia Agora*, criado em maio de 2000 pela *Rede Gazeta* com o objetivo de atingir as classes com menos poder aquisitivo.

Assim também ocorre em Massachussets, onde existem dois jornais principais na ci-

<sup>6</sup> A família Taylor comandou o jornal por muitos anos. Após a morte do general em 1921, ele foi sucedido por seu filho William O. Taylor. Seguido pelo neto do general, Wm. Davis Taylor, editor de 1955 a 1977. O quarto membro da família Taylor a se tornar editor do diário foi William O. Taylor, filho de Wm. Davis, nomeado em 1977. Anos mais tarde, em 1º de abril de 1997, Benjamin B. Taylor, primo de William O. e neto do general Charles H. Taylor, tornou-se o quinto e último Taylor a servir como editor. No dia 12 de julho de 1999, Richard Gilman foi nomeado editor pela *The New York Times Company*.

dade: *The Boston Globe*, também voltado para a elite e, segundo Scheinberg (2002), equivalente aos jornais *Estado de São Paulo* e *Folha de São Paulo*; e o *The Boston Herald* que, em formato tablóide, busca um público um pouco mais popular.

Na pesquisa sobre os dois jornais, com alcance regional e maior influência em seus estados, voltados para a “elite”, a primeira categoria de análise foi a comparação dos projetos gráficos. Segundo Milton Ribeiro (1998, p. 7): “planejamento visual gráfico é a arte de integrar texto, ilustração, cor e espaço, a fim de tornar a mensagem mais legível e agradável”. Partindo dessa definição, quais são as marcas ou características da parte gráfica dos dois jornais impressos estudados?

Na comparação dos dois veículos vemos que ambos têm formato Standard<sup>7</sup>. A página tem 57 centímetros por 32 centímetros de área de impressão, com impressão colorida, manchetes sobressaltadas e fotos.

O jornal capixaba tem o slogan “Faz Parte da Sua Vida”, usado como estratégia de passar a idéia de que ele tem tradição na cidade e, conseqüentemente, na vida da população. O logotipo *A Gazeta* localiza-se em cima, ao centro e vem com letras azuis, em caixa alta, na qual a fonte é utilizada desde 1973, mas com a reforma do jornal em 1999, elas aumentaram de tamanho. O título fica entre duas linhas laranjas e acima dela. A única coisa que antecede o nome do jornal é o conjunto de informações do dia, mês e ano do diário. O nome do veículo, naturalmente, tem um lugar de destaque e de soberania.

<sup>7</sup> Esse formato vem sendo usado pelos jornais mais tradicionais ao longo da história da imprensa mundial. Ambos têm impressão colorida na capa e no interior dos cadernos.

Apenas abaixo dessa linha vem a manchete e as chamadas do jornal.

Localizado à esquerda do título *A Gazeta*, há o nome da cidade, o horário de encerramento da 1ª edição, o endereço eletrônico e o valor do jornal, que custa R\$ 1,50 durante a semana. Já ao lado direito do nome a data da fundação, o nome do fundador e o número e ano de registro. A capa vem com duas fotos em média, uma maior a cima e outra menor mais a baixo, podendo haver uma terceira e até mesmo quarta, bem menores, que indicam as matérias que virão. Ela não apresenta gráficos e nem mapas e a primeira página é dividida, geralmente, em cinco colunas.

As manchetes de *A Gazeta* ocupam, na capa do jornal, uma média de duas a seis linhas, mas na maioria das vezes são cinco. São formadas por 31 a 53 caracteres, mas, majoritariamente, na casa dos 40 e também podem estar localizadas à esquerda, à direita, ou em todo o centro, mas é mais comum encontrá-las à esquerda.

Um mínimo de oito e um máximo de 12 chamadas podem ser encontradas na capa de *A Gazeta*. Elas trazem um resumo da matéria que poderá ser encontrada dentro do diário, como também o número da página de localização do texto. O caderno adicional de destaque do dia também recebe uma chamada.

O anúncio de prêmios oferecidos pelo jornal com intuito de atrair mais compradores, como DVD, dicionários e cupons que garantem descontos em jogos de futebol, também podem ser encontrados na capa do diário logo abaixo da linha laranja que separa o nome do jornal do todo, ou na última linha da capa.

Em duas edições de *A Gazeta* do mês de janeiro pode-se encontrar na primeira página, na última coluna a direita, em baixo,

com característica de chamada, pois há referência da página, um anúncio de uma imobiliária, que ocupou um espaço de 12 x 4,5 cm, o que identifica, de maneira forte, a dependência do jornal de seus anunciantes, já que a capa é um lugar de prestígio e destaque, destinada a expor as manchetes do dia que são de interesse do cidadão.

O número de páginas dos diários varia de acordo com o dia da semana, sendo que os cadernos adicionais têm contagem própria. O jornal *A Gazeta* tem um número de páginas que pode variar segunda-feira a sexta-feira com um mínimo de 46 e um máximo de 76 páginas, incluindo as páginas gerais e os cadernos adicionais. Classificamos de páginas gerais as que não estão em cadernos separados, e na qual pode-se encontrar as seções de Opinião, Cidades, Últimas Notícias, Economia, Política, Esporte, Brasil e Mundo. Já os cadernos adicionais são os Classificados, Serviços, Caderno Dois, Esporte, Informática, Turismo, Imóveis e Prazer & Cia. Alguns desses suplementos circulam todos os dias, mas a maioria tem dia certo na semana para ser publicado. Vale considerar que os cadernos Serviços, Esporte, Turismo e Prazer & Cia tem formato de revista. Na terça-feira dia 31 de janeiro de 2006 foi publicado um caderno especial com 24 páginas sobre os três anos de governo de Paulo Hartung, o que mostra a forte ligação que *A Gazeta* ainda tem com o poder, eles que vêm desde sua fundação.

A reforma gráfica de *A Gazeta* de 1999 fez com que as fontes do título aumentassem e ganhassem maior destaque. Nessa época as chamadas dos cadernos adicionais precediam o nome do jornal, o que não acontece mais hoje, já que apenas a data do diário vem a cima do título. As demais chamadas para

os cadernos ou editorias ficavam na lateral esquerda em sentido vertical, ainda podemos ver isso nos diários recentes, mas não é o mais comum.

O cabeçalho do jornal se encontrava à direita, como nos dias atuais. A manchete ocupava cinco colunas, como ainda podemos ver. Duas fotos principais eram impressas, podendo haver algumas menores, o que se sustenta atualmente. A lista das editorias ficava na capa, e hoje se encontram na contracapa do jornal.

E quais são as características que podem ser visualizadas no *Boston Globe*? Já pontuamos nesta análise que o jornal norte-americano, assim como *A Gazeta*, tem formato Standard e é impresso em cores. Seu slogan é “O Pulso de Boston”, e passa a idéia de que o jornal é o coração da cidade, o que faz ela funcionar, um órgão vital pela qual a cidade, e indiretamente as pessoas, podem viver sem.

As fontes utilizadas no título do *The Boston Globe* não podem ser encontradas no programa Word do computador. São letras com um visual antigo, que também simbolizam como o jornal é tradicional. Milton Ribeiro (1998, p. 47 e 48) mostra que a bíblia de Gutenberg usava esses escritos. “Assim, os caracteres utilizados por Gutenberg, 1450, foram do estilo gótico, empregados com a preocupação de fazer acreditar aos compradores que os primeiros livros impressos eram manuscritos”.

Acima do logotipo encontram-se pequenas chamadas que ocupam toda linha para os cadernos adicionais que poderão ser encontrados no interior do diário. O dia, mês e ano do jornal, vem logo abaixo do nome. Ao lado esquerdo há o número e volume do jornal, como também o preço, US\$ 0,50 e US\$ 0,75



para regiões a 30 milhas da cidade. Já do lado direito podem-se localizar informações do tempo, da maré alta, e horário do nascer e pôr do sol.

Na primeira página há três fotografias em média, sendo uma maior e as outras duas menores, podendo haver outras pequenas. O jornal usa pequenos gráficos e mapas na capa. As manchetes ocupam uma média de uma a quatro linhas, mas na maioria das vezes são quatro. Elas tomam espaço de uma a quatro colunas, mas, em geral, usa uma, sendo esta maior que as outras. Recebem de 20 a 45 caracteres, mas majoritariamente na casa dos 20 e também podem estar localizadas à direita ou ao centro, mas é mais comum estarem à direita. Utiliza cinco colunas e, poucas vezes, seis.

Foram encontradas de oito a 14 chamadas de cadernos adicionais e matérias, mas as notícias não eram apenas resumos, e sim o começo da própria matéria, que pode ser encontrada dentro do jornal pela referência do número da página ao final da chamada, como é feito em um outro jornal brasileiro tradicional, *Gazeta Mercantil*.

A paginação do jornal *The Boston Globe* é diferente da de *A Gazeta*. As seções são divididas por letras que vão de A a F, podendo variar, não sendo, necessariamente, cada letra respectiva a determinada editoria todos os dias. Por isso, tem dia que a seção C, por exemplo, pode trazer a editoria de Negócio, Esporte, ou mesmo Vida/Arte. Há um caderno com contagem própria, o SideKick, que circula todos os dias da semana.

O número de páginas de segunda-feira a sexta-feira pode variar entre um mínimo de 64 e um máximo de 180 páginas, incluindo todos os cadernos adicionais. São eles o caderno A, que contém a capa e as edi-

torias A Nação, O Mundo, Opinião e Nação/Região, Mundo e Região, Cidade & Região, A Região, Nação/ Mundo, Necrológicos, Perspectiva de Hoje e até pode trazer o caderno Vida/Arte. Os cadernos adicionais são Cidade e Região, Saúde/Ciência, Negócios, Esporte, Esporte Plus e Play Off Extra, Vida/Arte, Estilo / Arte, Vida em Casa, Comida, Fim e Semana, SideKick, Globe North, Classificado Estado Real e Calendário. Muitos deles têm dia específico para ser publicado e também tem contagem própria.

Como pudemos notar nessa primeira categoria de análise comparativa é que, na parte gráfica, há sim algumas diferenças nos dois diários, algumas delas são no âmbito gráfico e outras no que tange a política editorial. Mas esses fatores não são suficientes para podermos afirmar, até aqui, que as influências estrangeiras não existem mais. Até porque alguns fatores distintivos do *Boston Globe* já foram utilizados no próprio *A Gazeta* – como chamadas em cima do título e editoria na capa – ou fazem parte dos projetos editoriais de outros jornais, como vimos no caso das chamadas como início das matérias no *Gazeta Mercantil*.

### 3 Análise das narrativas jornalísticas das manchetes

A segunda categoria de análise foi a das narrativas jornalísticas. Primeiramente houve a verificação de quais temas foram abordados com maior frequência nos diários. Os assuntos que ganharam mais enfoque no *A Gazeta* foram **Polícia, Acidentes, Economia e Trabalho**. Os destaques do *The Boston Globe* foram **Política Internacional, Política Nacional/Estadual, Justiça e Educação**. O

item **Notícias Sociais** recebeu a mesma atenção nos dois impressos. Como verificamos, a preferência de um tema em detrimento do outro apenas mostra a realidade dos dois países em questão.

A comparação propriamente dita das narrativas teve início com a análise e definição dos tipos de leads. Em *A Gazeta* foram encontrados dez leads completos, dez sintéticos e dois pessoais. Já no *The Boston Globe* os completos chegaram a 14 e os sintéticos a oito, não havendo outros tipos de leads.

A pirâmide invertida foi unanimidade em todas as matérias, tanto no jornal brasileiro, quanto no diário de Boston. Em tempos de convergência multimídia, observa-se uma tendência por parte dos jornais de promover mudanças em seus projetos editoriais e gráficos para se adaptarem ao atual cenário – de fatura de informação em tempo real e on-line – e a narrativa jornalística mais rápida, que sintetiza as principais informações da notícia, tem prevalecido nesse cenário. De acordo com informações da Associação Nacional de Jornais (ANJ), as empresas têm promovido mudanças para buscar a recuperação da indústria de jornais no Brasil nos últimos anos.<sup>8</sup>

O tratamento das fontes e algumas outras regras do texto jornalístico foram fatores analisados em seguida. No jornal *A Gazeta* primeiro é descrito a função da pessoa, depois o nome do depoente. Já no jornal norte-americano o nome antecede a descrição da função do entrevistado.

As fontes diretas, adicionais e ostensivas estiveram presentes na mesma quantidade de

jornais, 18, 11 e 22, respectivamente. Em *A Gazeta* as fontes fixas foram 11 e no *Boston Globe* 14, fontes autorizadas quatro e nove, fontes indiretas dez e 15, fontes fora de rotina 15 e 17, com citação direta, 18 e 20 e com citação indireta 15 e 18. Primeira referência sempre para o jornal brasileiro e em seguida para o diário americano.

Essas variações podem ser consideradas normais e sem maiores significâncias, menos no que se refere as fontes indeterminadas que no jornal capixaba apareceu em 4 edições contra 19 do impresso da cidade de Boston.

Quanto à classificação das notícias, *A Gazeta* trouxe 11 previsíveis, dez imprevisíveis e uma mista. Já o *The Boston Globe* veio com seis, 15 e duas respectivamente. Os dois impressos tiveram 19 notícias quentes e três frias. Apenas o diário de Boston teve três notícias internacionais, mas teve também quatro nacionais, enquanto o *A Gazeta* teve nove, 13 estaduais contra seis e duas locais versus sete encontradas no jornal de Vitória.

As diferenças mínimas encontradas no texto no que diz respeito a numeração foi com relação a indicação do percentual que em *A Gazeta* é usado com símbolo, por exemplo, 15% e no *Boston Globe* esse sinal é escrito por extenso como, 15 por cento. O outro detalhe diz respeito às casas decimais, que no jornal capixaba a partir de mil, por exemplo, utiliza-se o ponto R\$ 155.883, sendo que no diário americano utiliza-se a vírgula como, \$ 155,883.

No que se refere ao horário, encontramos em duas formas no *A Gazeta*: 21 horas e 10h, apenas com o “h”. No impresso de estrangeiro não existe 9 ou 21 horas e sim 9 a.m e 9 p.m.. Ao se referir ao dia do mês, o *The*

<sup>8</sup> Informações do presidente da ANJ, Nelson P. Sirotsky, de dezembro de 2005. In: “Boas-Novas para o meio Jornal”. Disponível no site [www.anj.org.br](http://www.anj.org.br). Acesso em 28/03/2006.

Boston Globe primeiro usa o mês e depois o dia, como Janeiro 20 ao contrário do que é feito no Brasil.

No que se refere ao uso das maiúsculas, o jornal brasileiro trabalha com os nomes de mês e dias da semana com letras iniciais minúsculas, já o jornal americano inicia os dias da semana e mês com letras maiúsculas. O espaço que a matéria ocupa na página de dentro do jornal, algumas vezes também seguiu um padrão parecido nos dois diários, com fontes citadas do lado de fora do texto.

A análise comparativa textual, a última categoria a ser estudada, é aquela que abrange o campo ideológico do jornalismo. Desde a forma como são estruturados os títulos das manchetes – usando frases curtas, verbos no presente, evitando artigos definidos e indefinidos e até usando verbos que geralmente são transitivos de forma intransitiva – até os valores dos sentidos jornalísticos os dois diários são bem parecidos.

As matérias das manchetes de A Gazeta e as do diário The Boston Globe tentaram seguir os preceitos da objetividade jornalística, seus fatores de pluralidade, neutralidade e imparcialidade e os preceitos de credibilidade, exatidão e clareza. Eram ouvidos os dois ou mais lados da questão e mostravam os outros ângulos do assunto, evitando adjetivação, opinião, parcialidade nos casos e contextualizar as idéias de forma clara.

A pesquisa demonstrou que alguns desses preceitos foram quebrados em alguns momentos pelos dois jornais. Hora na adjetivação, ironia, opinião, interpretação do repórter, hora na falta de clareza e exatidão dos números e fontes e até algum erro de digitação. Essas faltas testificam a idéia da impossibilidade de um jornalismo totalmente objetivo e imparcial. A questão da imparcialidade já

é tratada como um mito na contemporaneidade por pesquisadores do campo da comunicação. Hoje, a abordagem mais apropriada é a de que o valor objetividade jornalística é importante na prática da profissão de jornalista e deve ser perseguido para permitir que as múltiplas vozes da sociedade tenham espaço dentro do noticiário.

A principal diferença nas narrativas jornalísticas dos diários, salvo as pequenas ressalvas já mencionadas, foi a forma com que o The Boston Globe trata a questão da exatidão de números que, por inúmeras vezes, foram inexatos e a clareza do nome das fontes que em muitos momentos foi indeterminada. No que diz respeito à política editorial, nota-se a forma como A Gazeta disponibiliza na capa, anúncios de produtos para aumentar vendas, propagandas para empresas e cadernos especiais para o governo do estado.

#### **4 Considerações finais**

A comparação de um diário brasileiro com um norte-americano certamente não representa a totalidade da imprensa de seus países de origem, nem do jornalismo. Para efeito de um estudo inicial sobre o tema, pinçar um jornal de cada nacionalidade proposta para uma análise nos proporciona uma visão representativa de quais influências persistem até hoje.

De forma geral, tomando como base a análise comparativa entre os dois periódicos, podemos considerar que, apesar de algumas diferenças presentes, a influência da imprensa norte-americana nos padrões de jornalismo brasileiro atual se perpetua até os dias de hoje e é forte.

A imprensa brasileira desenvolve um jornalismo que separa o informativo do opina-

tivo, na tentativa de delimitar para os leitores seus espaços de notícia – com apuração que se coloca em seus discursos como credível e isenta – do de opinião e análise, nos quais os autores manifestam claramente sua opinião, nem sempre embasada em apuração.

Este trabalho pode contribuir para discussões sobre os formatos do jornalismo por parte de estudantes, pesquisadores ou profissionais da área, ou mesmo como fonte bibliográfica para outros estudos sobre esse campo. Pode servir como ponto de partida para outros questionamentos sobre a prática jornalística e, quem sabe, ganhar novos enfoques em outras pesquisas com a ampliação do material de análise.

## 5 Bibliografia

### Fontes Primárias: Jornais Diários

*A Gazeta* – edições das semanas de janeiro de 2006.

*The Boston Globe* – edições das semanas de janeiro de 2006.

### Fontes secundárias

BAHIA, Juarez. *Jornal, história e técnica: história da imprensa brasileira*. Vol. 1. São Paulo: Editora Ática S.A., 1990.

FOLHA DE S. PAULO. *Manual da Redação*. São Paulo: Publifolha, 5ª edição, 2002.

FILHO, Domingos de Freitas. *Comunicação e Participação: Os meios de comunicação de massa como sujeitos políticos*. Dissertação defendida na Ufes, 1988.

MELO, José Marques de. *Jornalismo no Brasil Contemporâneo: estudos e depoimentos*. Organizado por José Marques de Melo e Waldimas Galvão. São Paulo, Departamento de Jornalismo e Editoração, Escola de Comunicações e Arte/USP, 1984.

MELO, José Marques de. *Estudos de jornalismo comparado*. São Paulo: Pioneira, 1972.

ORLANDI, Eni Puccinelli . 2000. *Análise de Discurso – Princípios e Procedimentos*. Campinas, São Paulo, Editora Pontes, 2ª edição.

PINTO, Milton José. *Comunicação e Discurso*. São Paulo: Hackers, 1999.

QUINTERO, Alejandro Pizarroso. *História da Imprensa*. Portugal: Planeta Editora. 1994.

RANGEL, Vanessa Maia Barbosa de. *Contrato de leitura e a multiplicidade de vozes do jornal A Gazeta do Espírito Santo*. Dissertação defendida no mestrado em Comunicação da UFF em junho de 2002.

RIBEIRO, Ana Paula Goulart. *Imprensa e história no Rio de Janeiro dos anos 50*. Tese de doutorado defendida na Escola de Comunicação da UFRJ, setembro de 2000.

RIBEIRO, Milton. *Planejamento Visual e Gráfico*. 7 ed. Ver. E atualizada. Brasília: Linha Gráfica Editora, 1998.

SCHEINBERG, Morton. *Anti-Semitism na Harvard University?* 2002 – Disponível

vel em [www.moracha.com](http://www.moracha.com). Acesso em 23/09/05.

SODRÉ, Nelson Werneck. *História da Imprensa no Brasil*. Rio de Janeiro: Mauad, 1999.

TRAQUINA, Néilson. *Teorias do jornalismo – porque as notícias são como são*. Vol. 1. Florianópolis: Insular, 2004.