

Imprensa Oficial

J. Roberto Whitaker Penteado

Quem tiver acesso aos exemplares do primeiro jornal brasileiro - a Gazeta do Rio de Janeiro, publicado em 1808 - poderá observar duas características: a primeira, estampada no rodapé, diz "Na Imprensa Régia 1808"; a segunda é o texto - chatíssimo - onde predominam informações sobre assuntos oficiais e encômios aos poderosos de então - coroados ou nomeados. Naquele tempo, quem quisesse ler coisa diferente teria de recorrer ao clandestino Correio Braziliense, editado em Londres por Hipólito da Costa e enviado precariamente aos seus assinantes do Brasil.

Passados quase duzentos anos, a posição da nossa imprensa pouco mudou. É verdade que a impressão dos jornais não é mais monopólio do Estado; existem o rádio e a TV (que são "concessões") e que as exigências do mundo do entretenimento - e a necessidade de vender os veículos aos seus leitores e anunciantes - tornou os conteúdos mais interessantes e divertidos. A informação é mais abrangente: podemos, hoje, ler sobre guerras, crimes e catástrofes - e também curiosidades e eventos esportivos - ocorridas nos mais diversos pontos do planeta.

As relações da imprensa com o poder, contudo, salvo poucas - e preciosas - exceções, continuam quase rigorosamente iguais: com os poderosos de hoje são generosas, encomiásticas e, por vezes, subservientes.

Exemplos de noticiário de hoje: os bandidos (nunca "suspeitos") chegaram atirando e os policiais reagiram, matando todos eles. Não importa que o motoboy assassinado seja conhecido de todos, na favela, e que o outro era um passante incauto. A reportagem "investigativa" mostra que cerveja continua à venda nos bares e restaurantes ao longo de estradas, sem que se registre que - como a jaboticaba - essa lei só existe aqui e, ao longo das autoroutes e autoestradas européias, todos possam beber seu vinho e sua cerveja.

São coisas pequenas - sei - mas significativas. Por exemplo, a foto do presidente Lula está sempre em todos os jornais, sorridente e elegante, porque os jornalistas (e os donos dos veículos) gostam dele e o apoiam. Gostavam um pouco menos de FHC, mas também lá estava, sempre, a foto do presidente. Qualquer comunicadinho do Banco Central merece as manchetes das seções econômicas - e a primeira página - e nunca há questionamento ou verificação do que é divulgado, a não ser quando o IBGE - por exemplo - se encarrega disso. A "política" (leia-se fatos e discursos dos governantes) ocupa os espaços nobres das primeiras páginas (só perdem para massacres e violência) e as primeiras páginas dos primeiros cadernos.

Não tive, ainda, o tempo de quantificar essas coisas. Mas tenho certeza de que há, nessa linha, um prato cheio para uma boa pesquisa de doutorado de comunicação - embora o interesse de alunos e professores da área por esse tipo de coisa seja - corporativamente - baixo. E - curiosamente, exatamente como em 1808 - quem quiser mesmo ser bem-informado deverá ler jornais de Londres, como The Economist, por exemplo.

PENTEADO, J. Roberto Whitaker. Imprensa Oficial. **JRWP - J. Roberto Whitaker Penteado**, Rio de Janeiro, mar. 2005. Disponível em: <<http://www.jrwp.com.br/artigos/leartigo.asp?offset=270&ID=261>>. Acesso em: 4 set. 2009.