

4ª PARTE: ARTIGOS

HISTÓRIA ATRAVÉS DA IMPRENSA – ALGUMAS CONSIDERAÇÕES METODOLÓGICAS

Renée Barata Zicman *

(Profª do Depto. de Teologia da PUC-SP)

Nas relações da História com a Imprensa destacamos dois grandes campos de estudo. O primeiro, que chamamos de *História da Imprensa*, busca reconstruir a evolução histórica dos órgãos de Imprensa e levantar suas principais características para um determinado período. O segundo campo-objeto do presente artigo - é o da *História Através da Imprensa*, englobando os trabalhos que tomam a Imprensa como fonte primária para a pesquisa histórica.

A pesquisa histórica sobre a Imprensa no Brasil é ainda um campo relativamente virgem e o principal problema enfrentado são os próprios limites impostos pela quantidade limitada de dados e pela falta de fontes estatísticas. Excetuando-se os trabalhos pioneiros e hoje já clássicos de W. Sodré e F. Nobre dentro de uma linha de interpretação mais geral, e os mais recentes de Mota, Capelato, Prado, Ferreira, ABI e Séguin¹, a História da Imprensa no Brasil ainda “engatinha”.

Principalmente nos últimos dez anos vimos aparecer uma série de trabalhos que utilizam o jornal como fonte documental da história, a maioria inserindo-se na categoria de monografias acadêmicas e teses universitárias. De fato a Imprensa é rica em dados e elementos, e para alguns períodos é a única fonte de reconstituição histórica, permitindo um melhor conhecimento das sociedades ao nível de suas condições de vida, manifestações culturais e políticas, etc. Seu estudo é enriquecedor sobretudo quanto se tem interesse pela História Social, História das Mentalidades e História das Ideologias.

* Renée Barata Zicman é professora da PUC-SP e atualmente prepara tese de doutoramento na Université de Paris I - Sorbonne, França.

Entre as várias vantagens da utilização da Imprensa como fonte documental da História destacamos três:

- a) *Periodicidade*: Os jornais são “arquivos do cotidiano” registrando a memória do dia-a-dia, e este acompanhamento diário permite estabelecer a cronologia dos fatos históricos;
- b) *Disposição Espacial da Informação*: Para cada período tem-se a possibilidade de inserção do fato histórico dentro de um contexto mais amplo, entre os outros fatos que compõem a atualidade;
- c) *Tipo de Censura*: Diferentemente de outros tipos de fontes documentais, a Imprensa sofre apenas a censura instantânea e imediata. Sob este aspecto mesmo as coleções de arquivos são menos interessantes pelo fato de sofrerem quase sempre uma triagem antes de serem arquivados.

Entretanto apesar da Imprensa já se apresentar como fonte histórica bastante utilizada no Brasil, percebemos que mesmo se frequentemente consultados e citados, os jornais são raramente estudados e analisados. Em geral os trabalhos que se utilizam da Imprensa como fonte auxiliar da pesquisa histórica tomam-na como fonte precisa, fazendo a informação valer por si mesma. O grande distanciamento tomado em direção ao texto jornalístico, sob pretexto de aí perceber a mensagem implícita de maneira objetiva, faz com que se esqueça da própria natureza do texto e da imagem elaborados no contato imediato da realidade em movimento. Com raríssimas exceções², para os historiadores o jornal é antes de tudo uma fonte onde se “recupera” o fato histórico – uma ponte ou trampolim em direção à realidade – não havendo entretanto interesse por sua crítica interna³.

Contrariamente à tendência geral destes trabalhos, acreditamos que o estudo mais atento dos órgãos de Imprensa tomados como fonte do conhecimento histórico deve ser um pressuposto necessário de todo trabalho que utiliza este tipo de fonte documental. Partimos da hipótese geral que a Imprensa age sempre no campo político-ideológico e portanto toda pesquisa realizada a partir da análise de jornais e periódicos deve necessariamente traçar as principais características dos órgãos de Imprensa consultados. Mesmo quando não se faz História da Imprensa propriamente dita – mas antes o que chamamos História Através da Imprensa – está-se sempre “esbarrando” nela, pela necessidade de historicizar os jornais.

Por outro lado devemos lembrar que na Imprensa a apresentação de notícias não é uma mera repetição de ocorrências e registros mas antes uma causa direta dos acontecimentos, onde as informações não são dadas ao azar mas ao contrário denotam as atitudes próprias de cada veículo de informação todo jornal organiza os acontecimentos e informações segundo seu próprio “filtro”.

A Imprensa como um todo constitui uma realidade específica com formas próprias e podemos mesmo dizer que a informação é fornecida aos leitores através de uma escrita própria - a escrita dos artigos, manchetes, títulos, etc - que chamamos de "escrita de Imprensa"⁴. Há uma linguagem específica da Imprensa produzida pelo sistema global de informação, correspondente às diversas funções do jornalismo, e ligada ao próprio modo de produção jornalístico. Ela é composta por três elementos principais: a expressão escrita (textos, manchetes,...), a expressão icônica (fotos, desenhos,...) e a composição do jornal (distribuição dos artigos e colunas pelas páginas do jornal)⁵. Vamos observar que o problema da linguagem própria da Imprensa estará presente ao longo de todo o processo de Informação (na seleção das fontes noticiosas e no próprio curso da transmissão).

A análise dos discursos de Imprensa coloca então o problema da metodologia: deve-se recorrer a um método que leve em conta a dupla substância e natureza própria do jornal - sua forma e seu conteúdo, inter-dependentes e inter-atuantes - e que centre a análise no discurso de Imprensa, considerando as características próprias deste tipo de escrita. Entramos então no campo do Método da Análise de Conteúdo que será abordado neste artigo.

A idéia deste artigo vai então em duas direções: a) apresentação de um esquema geral para a caracterização da Imprensa; b) apresentação de alguns elementos e aspectos do Método da Análise de Conteúdo para estudos da Imprensa, e de pistas de aplicação deste instrumental metodológico.

Referimo-nos aqui apenas aos jornais, ou seja, à Imprensa Escrita Quotidiana, mas acreditamos porém que os elementos levantados podem servir, de uma maneira geral, para o estudo de outros tipos e categorias de Imprensa (mensurários, semanários, etc) guardadas as especificidades de cada um destes suportes de comunicação.

Trata-se apenas de indicações preliminares que mereceriam um maior aprofundamento que ultrapassa entretanto o âmbito deste artigo. Também neste sentido evitamos entrar numa discussão mais técnica restringindo-nos à apresentação geral de algumas considerações metodológicas.

BREVE RESUMO DA IMPRENSA NO BRASIL

Até 1945/50 a Imprensa Brasileira caracteriza-se por pequenas empresas com capitais e negócios limitados e gestão improvisada, primando por suas posições políticas: o que se costuma chamar de "Imprensa de Opinião". Esta Imprensa tinha características claramente políticas e apaixonadas, ultrapassando a simples função de "espelho da realidade" para tornar-se um instrumento ativo de opinião pública. Cada jornal parecia dirigir-se prioritariamente a um tipo de público e o jornalismo era quase que um exercício literário. Durante

todo este período – principalmente durante a República Velha – a Imprensa Escrita Quotidiana desempenhou um importante papel na cena política.

Para esta Imprensa – especialmente para o período anterior à 1930 – a ausência de dados é quase completa e deve-se recorrer à compilação em diferentes fontes para se chegar a algumas estimativas. Será somente para o período posterior à 1955 que poderemos reconstituir séries estatísticas completas.

A partir da década de 1950 (fenômeno presente já desde os anos 30) observamos algumas modificações na Imprensa Quotidiana: o tradicional “jornal de opinião” vai sendo substituído por um novo tipo de Imprensa com o aparecimento da “Imprensa de Informação”, que nega as características políticas e ideológicas tão marcantes na Imprensa do período anterior. O julgamento crítico vai sendo substituído pela pretensa “objetividade”.

É também neste momento que surge a Imprensa Sensacionalista Popular, caracterizando-se pela cultura da violência e pela dramatização do quotidiano, com títulos enormes, ilustração abundante e textos condensados.

Observa-se também o início do processo de concentração das empresas jornalísticas com o surgimento dos grandes grupos de Imprensa e o desaparecimento dos pequenos jornais políticos, acompanhados pelo declínio da estrutura orgânica dos jornais.

Mais recentemente tem-se observado o desenvolvimento do “Jornalismo de Interpretação” que pretende apresentar uma síntese de informação detalhada com análise crítica, como uma espécie de comentário analítico da atualidade. Entretanto este tipo de tendência jornalística ainda é minoritária e marginal na Grande Imprensa⁶.

No estudo da Imprensa três campos interessam-nos particularmente, e aqui recuperamos a fórmula clássica de Pierre Albert: “atrás”, “dentro” e “em frente” do jornal⁷. O “atrás” do jornal é tudo aquilo que contribui à sua realização e intervém no seu controle: sociedade proprietária, empresa editora e corpo de redatores e jornalistas. Por “dentro” do jornal entende-se as características formais da publicação, o estilo de apresentação das matérias e notícias, o quadro redacional (distribuição dos artigos pelas várias colunas e seções do jornal), a publicidade, a parte redacional (principais colunas e seções) e as principais tendências da publicação. Finalmente o “em frente” do jornal diz respeito à audiência da publicação ou ainda seu público-leitor alvo.

Estes três campos definem dois grandes momentos de análise:

- a) Caracterização geral do(s) jornal(is) consultado(s);
- b) Análise de conteúdo do discurso de Imprensa.

Nunca é demais lembrar que estes dois momentos – que comportam os dois elementos constitutivos da natureza própria da Imprensa, a saber: sua

forma e seu conteúdo – correm sempre paralelamente, com relações de interdependência e inter-determinação.

ESQUEMA GERAL PARA CARACTERIZAÇÃO DA IMPRENSA

A seguir apresentamos os principais aspectos a serem abordados no primeiro momento da análise – caracterização geral dos jornais – acompanhados de observações relativas a sua importância e seu interesse particulares. Em função dos objetivos e das hipóteses de cada trabalho poderá se enfatizar alguns aspectos em detrimento de outros. Quatro grandes eixos englobam esta caracterização geral:

a) *Aspectos formais e materiais do jornal*

- a.1. qualidade do papel
- a.2. formato
- a.3. número de páginas
- a.4. tipografia: tamanho, tipo de impressão, etc.
- a.5. ilustrações: fotos, desenhos, caricaturas, gráficos, etc.
- a.6. primeira página: a “vitrine” do jornal
- a.7. composição: organização e distribuição das colunas e seções; disposição dos textos, títulos e ilustrações no interior das páginas do jornal
- a.8. nome: elemento de reconhecimento e de identificação do jornal⁸
- a.9. sistema de títulos: títulos, sub-títulos e inter-títulos das matérias e artigos (denotam geralmente o “sentido” escolhido pelo jornal)

b) *Aspectos históricos do jornal*

- b.1. origem do jornal: local de publicação; data de fundação; membros fundadores; contrato social da empresa
- b.2. proprietários e diretores do jornal: nas diferentes fases; vínculos político-ideológicos; obras e escritos principais
- b.3. proposta do jornal: análise de números especiais – primeiros nºs; nºs de mudança de direção; nºs comemorativos de aniversários⁹
- b.4. corpo de redação do jornal: editorialistas e articulistas; tipos de vínculos com a empresa jornalística
- b.5. principais campanhas encampadas pelo jornal: especialmente durante o período estudado.

c) *Aspectos econômicos do jornal*

- c.1. financiamento: controle acionário da empresa; exercícios financeiros; doações; assinaturas e vendas avulsas; anúncios publicitários

- c.2. tiragem: um dos elementos mais interessantes e que permite apreciar a importância relativa de cada jornal¹⁰
 - c.3. publicidade: fornece também indicações sobre o tipo de público leitor e sobre o clima econômico do período estudado
 - c.4. difusão: sistema de vendas e de distribuição (implica também no comportamento de compra)
 - c.5. preço: estabelecer relações com custo-de-vida, salário-médio e número de páginas do jornal
- d) *Aspectos da clientela do jornal: o público-leitor alvo*
- d.1. destinatários “explícitos”, seção de “carta ao leitor”, anúncios publicitários, doadores ocasionais
 - d.2. idade, sexo, situação profissional, classe social e região geográfica

MÉTODO DA ANÁLISE DE CONTEÚDO

O aparecimento da Análise de Conteúdo está ligado ao desenvolvimento das Ciências Sociais a partir dos anos 1920/30¹¹. Inicialmente dedicava-se a estudos quantitativos da Imprensa, desenvolvendo trabalhos essencialmente voltados para o material jornalístico e definindo-se então como “uma técnica de pesquisa para a descrição objetiva, sistemática e quantitativa do conteúdo manifesto da comunicação”¹². É um método que se aplica prioritariamente à análise dos “discursos”, abrindo-se sobre um vasto campo: a rigor toda forma de comunicação pode ser analisada e descrita pelo método da Análise de Conteúdo.

Nos anos 50 e 60, paralelamente ao desenvolvimento dos estudos lingüísticos, assistimos a uma ampliação do campo de aplicação das técnicas da análise de conteúdo: em disciplinas diversas como a Sociologia, História, Psicologia, Ciência Política, Jornalismo, etc¹³. O método da Análise de Conteúdo consiste num conjunto de técnicas e instrumentos metodológicos capazes de efetuar a exploração objetiva de dados informacionais ou “discursos”, fazendo aparecer no conteúdo das diversas categorias de documentos escritos – artigos de Imprensa, entrevistas, questionários, documentos históricos, textos literários, etc – alguns elementos particulares que possibilitam a elaboração de um certo tipo de caracterização. Este instrumental metodológico polimorfo e polifuncional caracteriza-se fundamentalmente como um *exercício de desocultação* fornecendo-nos uma melhor “descrição” dos textos e permitindo-nos avançar para além das significações primeiras dos discursos e escapar dos perigos da compreensão espontânea¹⁴.

Sem entrar no mérito da caracterização dos quatro tipos de Análise de Conteúdo (Análise Temática, Análise Semiológica, Análise de Discurso e Aná-

lise de Argumentação), trataremos aqui mais especialmente do método da Análise Temática. Este método interessa-se pelo significado dos discursos independentemente de sua forma lingüística, centrando-se na análise do conteúdo dos discursos. Desenvolve-se a partir de *temas* ou *itens de significação* relativos a um determinado objeto de estudo e analisados em termos de sua presença e freqüência de aparecimento nos textos analisados. Revela-se especialmente interessante quando se trabalha sobre uma grande quantidade de documentos e em estudos sobre motivações, opiniões, atitudes e tendências, como por exemplo num estudo sobre as atitudes da Imprensa frente a um determinado fato.

Uma última observação antes de passarmos para as características e etapas deste método: ele é definido pelo tipo de documento analisado e pelos objetivos de cada trabalho. Cada pesquisador deve definir suas próprias regras, adaptando as técnicas existentes e os indicadores de análise em função do tipo específico de documento utilizado e das necessidades também específicas de cada pesquisa. O importante é definir-se inicialmente um determinado tipo de convenção e respeitá-lo ao longo de todo o trabalho, sempre tomando-se cuidado contra as classificações excessivamente arbitrárias. Como veremos mais adiante, trata-se de um método essencialmente comparativo, combinando análises quantitativas e qualitativas e permitindo considerar as variações ocorridas sobre um determinado intervalo de tempo.

1. Enunciado de Hipótese e Formulação de Objetivos

Estes dois momentos funcionam como uma espécie de “guia-geral” para a análise e indicam as dimensões e direções que esta deve tomar.

2. Definição do Campo de Observação – a Constituição do “Corpus”

É a fase em que se define o conjunto de documentos a ser analisado, no caso da análise de Imprensa, os artigos concernentes a um tema de interesse encontrados e selecionados entre os jornais consultados.

Na análise da Imprensa dois critérios básicos devem ser obedecidos na constituição do “corpus”: os textos devem pertencer a uma mesma categoria de Imprensa, em geral definida por sua periodicidade (jornais quotidianos, revistas semanais, etc); e, os textos selecionados devem ter um “referente constante”, ou seja, o tema de interesse de cada pesquisa.

Vejamos o caso de um exemplo concreto através de um estudo sobre a imagem do Movimento Surrealista na Imprensa francesa no período do entre-guerras¹⁵. O primeiro critério de seleção do “corpus” foi o “referente cons-

tante”, a saber o movimento surrealista escolhido como tema de pesquisa. Assim todos os artigos selecionados discorrem diretamente sobre o tema ou fazem-lhe referência mais ou menos explicitamente. O segundo critério que permite a análise comparativa dos artigos diz respeito à categoria de Imprensa selecionada para estudo, e no caso em questão onde o objetivo maior era o estudo sobre a apresentação e repercussão do Surrealismo, a escolha recaiu sobre a Imprensa escrita quotidiana.

Em função dos objetivos de cada pesquisa outros critérios ainda impõem-se na definição do “corpus”: a) jornais que se dirigem a um tipo determinado de público quanto à sua posição social, política e econômica (públicos semelhantes ou diversos conforme o objetivo da pesquisa); b) jornais de posições político-ideológicas semelhantes ou diversas; c) jornais com diferenças ou semelhanças de forma; etc.

Para uma melhor visualização do material-base de pesquisa pode-se representá-lo graficamente: número de artigos a ser consultado por jornal e por período estudado.

3. Levantamento de Índices e Elaboração de Indicadores de Análise

3.1. *Categorização: definição de “classes” ou “categorias” de análises*

É uma das faces mais importantes da análise e consiste na operação de classificação de elementos levantados nos artigos segundo critérios anteriormente definidos. De acordo com o interesse de cada pesquisa elaboram-se conceitos ou noções gerais a partir dos textos permitindo traduzi-los num determinado número de elementos de sentido análogo e numa representação simplificada dos artigos.

Este processo de categorização ocorre portanto em duas etapas:

- a) *Inventário*: levantamentos dos vários elementos constitutivos dos artigos
- b) *Classificação*: redistribuição destes elementos em grupos ou tipos análogos

Uma vez mais lembramos que cabe ao pesquisador criar e definir suas próprias categorias de análise, em função do texto analisado e dos objetivos de sua pesquisa.

3.2. *Codificação*

É quando realiza-se a distribuição das unidades-temas por categorias atribuindo-se a cada uma das categorias um símbolo nominal ou numérico. No caso dos estudos de Imprensa privilegiamos três aspectos:

- a) *presença (ou ausência)*: verificação da presença ou ausência das unidades-temas e categorias em cada um dos artigos analisados, funcionando como um indicador significativo para a análise. Cabe aqui observar que em alguns casos a variável de ausência é mais importante que a própria presença do tema nos artigos, daí a ênfase dada na análise dos “silêncios” do discurso de Imprensa.
- b) *freqüência*: é uma das medidas mais utilizadas e diz respeito à regularidade quantitativa de presença ou aparecimento do tema nos artigos consultados. Podemos medir a “freqüência simples”, isto é o número de vezes que cada unidade-tema ou categoria aparecem no texto ou a “freqüência ponderada”, atribuindo-se pesos e valores diferentes às unidades-temas e categorias no cálculo de sua freqüência de aparecimento em função de sua importância frente ao tema estudado.
- c) *orientação ou tonalidade*: diz respeito à posição do jornal frente ao tema de estudo e engloba quatro aspectos:
 - c.1. positiva: toda informação favorável ao tema (+)
 - c.2. negativa: toda informação desfavorável ao tema (-)
 - c.3. neutra: toda informação sem conotação de favorabilidade (o)
 - c.4. ambivalente: toda informação que não explicita a posição do jornal sobre o tema (±)

Em geral nas análises de Imprensa definimos dois grandes campos de estudo¹⁶:

- a) Estudo da tendência de um jornal (ou de uma série de artigos de um mesmo jornal): estudo baseado na consulta de artigos no interior de um determinado jornal – análise “intra-jornal”;
- b) Estudo comparativo de tendências (orientações e atitudes) de diferentes jornais frente a um mesmo tema ou fato: comparação da importância de um mesmo tema entre os diferentes jornais consultados – análise “inter-jornais”

Em função destes dois campos de estudo, dos objetivos de cada pesquisa e dos três indicadores acima levantados (presença, freqüência e orientação), podemos construir uma série de gráficos e tabelas. Como veremos as medidas ou indicadores do espaço ocupado pela informação no jornal referem-se geralmente a dois aspectos: a localização do artigo no interior do jornal e a área ou superfície do artigo (medida em número de colunas ou em termos de página, meia-página, um-quarto de página). As medidas e contagens realizadas podem ser expressas de diversas maneiras, a saber¹⁷:

- frequência de aparecimento do tema no(s) jornal(is) e no(s) período(s) estudado(s)
 - nº de vezes que aparece
 - hierarquia das unidades-temas em termos de frequência
- localização do tema no interior das páginas do jornal
 - na 1ª página, última página ou nas páginas interiores
 - seção ou coluna do jornal em que aparece o tema
- área ou superfície do jornal dedicada ao tema no(s) período(s) estudado(s)
- presença do tema na primeira página do jornal
 - nº de vezes que aparece
 - destaque dado (valorização tipográfica das “manchetes”)
- tipo de matéria dedicada ao tema (editorial, reportagem, entrevista, crônica, etc.)
- ilustração
 - nº de ilustrações sobre o tema
 - superfície das ilustrações relativas ao tema

Para cada artigo pode-se elaborar uma ficha-de-caracterização condensando as principais informações necessárias à análise: nome do jornal, data, coluna ou seção, nº da página, título e tipo de matéria, jornalista/redator, distribuição especial da matéria (superfície do artigo, nº de colunas, presença/ausência na 1ª página do jornal, aspectos tipográficos, fotos ou ilustrações).

Apresentamos a seguir alguns exemplos de História Através da Imprensa onde usou-se ou poder-se-ia usar o método da Análise de Conteúdo:

a) A busca de dados e elementos para o estudo de um determinado fato histórico, como por exemplo: a História do Movimento Operário Brasileiro através da análise de jornais da Imprensa Operária¹⁸;

b) A imagem de um determinado fato histórico na Imprensa, como no estudo de E. Benassaya sobre o Movimento Surrealista e como no trabalho de R. Raymond sobre a imagem dos Estados Unidos na Imprensa francesa¹⁹;

c) Comparação de vários jornais sobre a apresentação de um mesmo fato, fazendo transparecer as respectivas tendências dos periódicos consultados, como num estudo sobre o estatuto, o papel e o lugar da mulher na sociedade pernambucana no século XIX;

d) Estudo de um tema durante um longo período como por exemplo a questão do aborto e da limitação de nascimentos²⁰;

e) A representação de determinado fato ou personagem e movimento histórico em jornais de posições político-ideológicas semelhantes, como na pesquisa de V. Borges sobre as relações entre Getúlio Vargas e a Oligarquia

Paulista através da análise dos órgãos de imprensa dos grupos oligárquicos, ou ainda num trabalho sobre as impressões da elite frente aos movimentos operários através de artigos do jornal "O Estado de São Paulo"²¹.

ANÁLISE DE CONTEÚDO E INFORMÁTICA

Achamos que seria interessante terminar este artigo com algumas observações sobre as aplicações da análise informatizada. Não sendo especialistas na matéria não nos caberia aqui propor os métodos sofisticados da Informática, mas apenas levantar algumas questões relativas à sua aplicação aos estudos históricos, especialmente aos estudos sobre a Imprensa.

Este método apresenta inúmeras vantagens ao pesquisador, possibilitando-lhe um maior rigor analítico, uma maior flexibilidade de análise (pela possibilidade de reutilização dos dados de pesquisa ou ainda pela introdução de novos elementos no programa) e maior rapidez, liberando o pesquisador de tarefas árduas e improdutivas. Para sua utilização o pesquisador deve precisar as operações de análise, os métodos de trabalho e seu programa²².

Na análise dos discursos de Imprensa deve-se preparar e codificar os textos selecionados (os artigos de jornais) em função dos objetivos da pesquisa, do programa realizado e das possibilidades de "leitura" do computador utilizado, para assim permitir a construção de listas e índices de freqüências. Distinguimos em geral dois métodos: método de seleção (registro de freqüência de palavras-chaves ou de uma associação de conceitos) e o método de transformação (registro de unidades-temas, "recortando"-se os artigos em grandes unidades)²³.

As possibilidades das técnicas estatísticas e do método quantitativo fornecidos pela análise informatizada são enormes. Ele é especialmente indicado quando se trabalha sobre um grande número de variáveis, onde a análise manual revela-se difícil ou em alguns casos impossível²⁴.

A rigor não há necessidade do domínio ou conhecimento científico deste tipo de metodologia para a sua aplicação prática, bastando-se poder contar com um centro de programação e seu pessoal especializado. Existem mesmo programas "prontos" que podem ser adaptados às necessidades e objetivos de cada pesquisa. Na área de Ciências Sociais foi desenvolvido em universidades americanas o programa "SPSS" – Statistical Package for the Social Science, que apresenta uma multiplicidade de aplicações. B. Fausto e J. Love em recentes trabalhos utilizaram-se deste tipo de programa²⁵.

CONCLUSÃO

Como colocamos no início deste artigo, nosso objetivo foi apenas o de indicar algumas pistas e sugerir alguns problemas metodológicos da análise da Imprensa.

Cabe entretanto lembrar à guisa de conclusão que um método não é “vale-tudo” ou “prêt-à-porter”, e não deve funcionar como uma “camisa-de-força” para a análise. Nunca é tarde demais para insistir sobre a natureza dialética das relações entre método-teoria-objeto de estudo: é este vaivém constante que nos afasta dos perigos do empirismo e do formalismo. Isto é ainda mais pertinente no caso da análise de artigos de Imprensa, que devem ser sempre localizados e inseridos historicamente sob o risco de cairmos numa análise formal do discurso “tão a gosto de certas correntes da teoria literária”, como lembra F. Hardman²⁶.

Para finalizar gostaríamos ainda de ressaltar que nenhum método por mais “exato” que seja, não garante por si só o valor científico de um estudo. O que se vê muitas vezes é que por trás desta “garantia de cientificidade” baseada em fórmulas e cálculos (no “revestimento matemático” das descrições e raciocínios estatísticos) e que dá a impressão de rigor e seriedade à pesquisa, revela-se uma grande superficialidade²⁷.

NOTAS

- ¹ Cf. N. W. Sodré, *História da Imprensa no Brasil*, SP, Martins Fontes, 1981; J. F. Nobre, *História da Imprensa em São Paulo*, SP, Leia, 1950; M. H. Capelato e C. G. Mota, *História da Folha de São Paulo*, SP, Imprensa, 1981; M. H. Capelato e M. L. Prado, *O Bravo Matutino*, SP, Alfa-Omega, 1980; M. N. Ferreira, *A Imprensa Operária no Brasil*, Petrópolis, Vozes, 1978; ABI (Associação Brasileira de Imprensa), *A Imprensa na década 20*, RJ, mimeo, 1980 e A. de Séguin, *Os diários do Rio de Janeiro*, tese de mestrado, UFRJ, mimeo, 1982 e *La Presse de São Paulo et Rio de Janeiro*, thèse de 3^e cycle, Paris, mimeo, 1984.
- ² Penso nos trabalhos de V. P. Borges, *Getúlio Vargas e a Oligarquia Paulista*, SP, Brasiliense, 1980 e de F. F. Hardman, *Nem Pátria Nem Patrão*, SP, Brasiliense, 1984, onde os autores apesar de não apresentarem análise sistemática e profunda, apontam ao menos para as principais características dos órgãos de imprensa consultados.

- ³ Sobre este aspecto ver M. Mouillaud, "Le système des journaux", in *Langages*, nº 11, Paris, Set. 1968, e C. Hermelin e A. Cipra, *La Presse un outil pédagogique*, Paris, Retz, 1981.
- ⁴ A este propósito ver V. Morin, *L'Écriture de Presse*, Paris, Mouton, 1969.
- ⁵ Cf. Hermelin e Cipra, op. cit., p. 77.
- ⁶ Para um maior aprofundamento destas características ver A. de Séguin, *La Presse de São Paulo et Rio de Janeiro*, op. cit., e sobre a Imprensa nos anos 20, ABI, op. cit.
- ⁷ Cf. P. Albert, "Comment étudier un journal?," in *Cahiers Français*, nº 178, Paris, La Documentation Française, Out-Dez 1976.
- ⁸ Os nomes dos jornais são ricos em indicações sobre a história, o conteúdo e o público do jornal. Geralmente referem-se à hora de aparecimento do jornal ("Correio da Manhã" e "Jornal da Tarde"), ao local de edição ("Folha de São Paulo", "Correio Paulistano") ou ao conteúdo ("O Combate" e "A Terra Livre").
- ⁹ Neste sentido ver por exemplo a recente publicação comemorativa do centenário de fundação do jornal "Diário Popular", São Paulo (SP), ano CI, nº 32.801, 8.11.1984.
- ¹⁰ Com exceção dos trabalhos de A. de Séguin, op. cit., ainda não existem. Também são difíceis os dados sobre público-leitor, receitas e capitais dos jornais, principalmente para o período anterior à 2ª Guerra Mundial.
- ¹¹ Ver neste sentido os trabalhos pioneiros desenvolvidos nos Estados Unidos por H. Lasswell, B. Berelson e P. F. Lazarsfeld.
- ¹² Cf. B. Berelson, *Content Analysis in Communication Research*, NY, 111. Univ. Press, 1952.
- ¹³ Sobre estas novas aplicações do método da Análise de Conteúdo ver por exemplo, L. Bardin, *L'Analyse de Contenu*, Paris, PUF, 1980; J. C. Gardin, *Les Analyses de Discours*, Suisse, Delachaux et Niestlé, 1974; R. Mucchielli, *L'Analyse de Contenu*, Paris, EME-ESF, 1974, e M. C. d'Uhrung, *Analyse de Contenu et Acte de Parole*, Paris, Delarge, 1974.
- ¹⁴ Para a definição do método da Análise de Conteúdo baseamo-nos no livro clássico de L. Bardin, op. cit.

- ¹⁵ Cf. E. G. Benassaya, *La Presse face au Surréalisme de 1925 à 1938*, Paris, CNRS, 1982.
- ¹⁶ Cf. R. Mucchielli, op. cit., p. 57.
- ¹⁷ Sobre as várias técnicas de medidas e cálculos dos jornais consultar a obra clássica de J. Kayser, *Le Quotidien Français*, Paris, Armand Colin, 1963 (editada pela primeira vez em 1959).
- ¹⁸ Cf. entre outros M. N. Ferreira, op. cit.; F. F. Hardman e V. Leonardi, *História da Indústria e do Trabalho no Brasil*, São Paulo, Global, 1982, H. Linhares, *Contribuição à História das Lutas Operárias no Brasil*, SP, Alfa-Omega, 1977; S. Magnani, *O Movimento Anarquista em São Paulo*, SP, Brasiliense, 1982; e L. M. O. Silva, *Movimento Sindical Operário na Primeira República*, tese de mestrado, Unicamp, mimeo, 1977.
- ¹⁹ Cf. E. Benassaya, op. cit. e R. Raymond, *Images des Etats-Unis dans la Presse Française*, Paris, Gallimard.
- ²⁰ Cf. Gouaze et alli, *La Loi de 1920 et l'Avortement - Stratégies de la Presse et du Droit aux procès de Bobigny*, Lyon, PUL.
- ²¹ Cf. V. Borges, op. cit., e cit., e B. Weinstein, "Impressões da Elite sobre os Movimentos da Classe Operária – A Cobertura da Greve em O Estado de São Paulo (1902-1907)", in M. H. Capelato e M. L. Prado, *O Bravo Matutino*, op. cit.
- ²² Ver a este respeito L. Bardin, op. cit., cap. V.
- ²³ Sobre a aplicação da Informática à Análise de Conteúdo dos discursos de Imprensa ver R. Mucchielle, op. cit.
- ²⁴ Para maiores indicações sobre este programa ver N. Nie et alli, *Mc Graw – Hill Book Company*, 1975.
- ²⁵ Cf. B. Fausto, *Crime e Cotidiano*, SP, Brasiliense, 1984 e J. Love, *A Locomotiva*, RJ/SP, Paz e Terra, 1982.
- ²⁶ Cf. F. Hardman, op. cit., p. 21.
- ²⁷ Para um aprofundamento desta questão ver J. Prevost, "A propos d'un livre de Sociologie de l'Education", in *Actes de Recherche en Sciences Sociales*, nº 55, Paris, Minuit, Nov. 1984.