

UM ROTEIRO PARA ANÁLISE DE CONTEÚDO

O JUÍZO DE VALOR NOS TÍTULOS DO NOTICIÁRIO DO CASO HABITASUL

PATRÍCIA MUSCAREILLO FOSSATI

O trabalho refere-se às instituições financeiras Habitasul e à crise em que foram envolvidas, cujo ápice se deu em fevereiro de 1985, com a intervenção do Banco Central do Brasil e que resultou na expressiva diminuição das atividades do Grupo na área financeira.

O enfoque básico é a análise do comportamento da imprensa escrita nos episódios centrais e nos que os antecederam e sucederam, à luz dos conceitos de jornalismo informativo.

Foi escolhido, compilado e classificado material para um minucioso relato dos fatos e sua comprovação. Foi recolhido, compilado e classificado o noticiário escrito sobre o Grupo e sobre os fatos no período.

Através das técnicas e da metodologia da análise de conteúdo do noticiário escrito sobre as instituições Habitasul e a crise do Sistema Financeiro de 1985, pretende-se identificar o nível, a correção, a objetividade e a ênfase da informação oferecida ao público pela mídia impressa, classificando os resultados pela origem dos veículos de comunicação.

A partir de um universo que inclui todas as notícias, publicadas entre 1º de maio de 1984 a 31 de dezembro de 1985, na imprensa nacional, selecionou-se 4.747 notícias que mencionam o nome Habitasul e que foram veiculadas nos principais jornais do Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Paraná, capitais e interior, cidades de São Paulo e Rio de Janeiro, tomando-se como unidade de análise o título das matérias: o título, nesta primeira abordagem, independentemente de seu destaque, tamanho ou posição - no jornal.

O título como primeiro indutor da mensagem, a manchete como fonte de informação apressada da maioria dos leitores, que dela, cada vez mais, deduzem ou inferem o conteúdo. Dominada a metodologia, e através de aferições de destaque, tamanho e

R.FAMECOS	PORTO ALEGRE	N.1	p. 65-68	SETEMBRO 1994	SEMESTRAL
-----------	--------------	-----	----------	---------------	-----------

posicionamento, se poderá medir e ponderar os impactos relativos, aprofundando as conclusões.

É propósito da monografia, utilizando a metodologia da análise de conteúdo, identificar, classificar e quantificar os títulos ou manchetes segundo o nível de indução a um juízo de valor, ou seja, transmitem ou tentam transmitir, evocam ou expressam um julgamento, opinião ou conceito.

Definidas a amostra e a unidade de análise, estabelecidas as categorias representativas, o cruzamento das respostas dos codificadores e sua tabulação ofereceu os resultados, confirmando a hipótese básica: o público, que em geral se satisfaz com as manchetes, que, por sua vez, tratam de passar o enfoque principal dos textos, não foi correta e objetivamente informado. A maioria dos títulos induziu a julgamento, formação de opinião, tomando a mensagem subjetiva, emotiva, ambígua, não factual. Tal ocorrência deu-se no todo e nas partes em que se dividiu a análise, por períodos e por origem geográfica do noticiário, com as inflexões já supostas, que acentuam ou atenuam desinformação no tempo e no espaço.

A divisão da análise por períodos e por origem dos veículos se justifica pelo fato de que o Sistema Financeiro Habitasul era regional, com sólidos vínculos de nascimento e expansão no Rio Grande do Sul, e forte identificação gaúcha, comunitária, laços que se estenderam a Santa Catarina e Paraná. Com discreta presença no centro do país, as instituições Habitasul, por opção e vocação adotaram o comprometimento absoluto com as economias regionais, modelo que, então, tratavam de consolidar.

Ao longo do trabalho, busca-se absorver e descrever a metodologia de análise de conteúdo, em tese e na sua aplicação ao caso.

A linguagem e suas funções, o correto entendimento de sua mecânica e do próprio processo de comunicação, aspectos léxicos, semânticos e sintáticos, foram objeto de abordagem referencial, indissociável do tema.

A linguagem no jornalismo impresso e sua importância foi objeto de atenção e exame, com destaque para um claro posicionamento sobre a exigibilidade da informação objetiva, factual, e o valor do jornalismo informativo, em nível de noticiário.

Os títulos, sua técnica, definição e análise também são objeto de exame, enquanto elemento-chave da mídia impressa, especialmente o título-notícia, que orienta e desperta o interesse, que busca

atingir o leitor, que é, em suma, a notícia em sua expressão mais simples.

Embasam as inferências, que chegam, ao final, a uma contraposição das versões com os fatos, reflexões sobre os processos discursivo e simbólico na linguagem jornalística, sobre registro e construção de imagem, sobre ambigüidade, editorialização e subjetividade da mensagem jornalística, aplicados ao caso Habitasul.

Integram o trabalho seis anexos, com documentos sobre os fatos, relatórios de avaliação das publicações e análise percentual da classificação dos títulos.

Os fatos objeto das versões do noticiário constam de minucioso relato dos episódios da crise financeira que envolveu instituições gaúchas, tendo como centro o caso Habitasul, cujo histórico, documentalmente comprovado, fornece o tema básico da investigação.

É propósito, pois, do trabalho, mediante procedimentos sistemáticos e através da avaliação dos títulos:

a. Identificar o nível, a correção e amplitude da informação oferecida ao público como um todo;

b. Identificar conteúdo subjetivo, emocional ou sensacionalista do noticiário e clima psicossocial produzido ou resultante;

c. Antepor as versões aos fatos, para auferir o nível de fidelidade;

d. Estabelecer e classificar os resultados pela origem dos veículos de comunicação;

e. Estabelecer e classificar os resultados segundo os períodos/fases em que se dividiu o noticiário;

f. Identificar a ênfase do noticiário e o eventual comprometimento deste com interesses ou posições pré-concebidas ou pré-estabelecidas.

As inferências, feitas através de identificação sistemática de características dos textos, são a razão de ser da análise de conteúdo.

Confirmada que foi a hipótese, tem-se por resultado, que no caso em tela o público não foi objetivamente informado dos fatos pela mídia impressa nacional, prevalecendo, especialmente no auge da crise, versões que evocaram, expressaram, contiveram julgamento ou opinião ou induziram ou tentaram induzir a sua formação. Não tendo o público recebido a informação eminentemente objetiva, houve prejuízo à clareza, à transparência, à fidelidade aos fatos, à realidade. Abriu-se, pois, espaço à subjetividade, à ambigüidade, ao equívoco, à indefinição, ao emocionalismo, à

persuasão, à sedução.

As informações produzidas por mensagens referenciais são definidas, claras, transparentes, sem ambigüidades. Ao contrário, as informações produzidas por mensagens conativas são subjetivas, ambíguas, obscuras ou indefinidas.

Segundo Joaquim Douglas (Jornalismo: A técnica do título. Rio de Janeiro, Ed. Agir, 1966, p. 31), "a editorialização do título, do mesmo modo que a notícia, constitui fraude ao leitor, que não espera nem pretende encontrar no noticiário outra coisa senão fatos".

Tanto mais grave a assertativa quanto se acentua, modernamente, a dependência do público leitor à imprensa. "Somos influenciados pelo jornalismo e incapazes de evitar este fenômeno", afirma William L. Rivers (ERBOLATO, Mário. Técnicas de codificação em jornalismo. 5 ed. São Paulo, Ed. Ática, 1991, p. 51), e a dependência diminui a visão crítica de quem lê. O princípio geralmente aceito é o de que o que está escrito é verdade.

PATRICIA MUSCARIELLO FOSSATI

Bacharel em Jornalismo.
Premiação de melhor monografia em Jornalismo
do ano de 1993 - Prêmio INTERCOM,
Nota final: 10.
Orientador: Prof. Jaques A. Wainberg.
Professores participantes da banca:
Prof.ª Solange Ketzer Medina,
Prof. Antônio Firme de O. Gonzalez,
Prof. Jaques A. Wainberg.