



Mudança na linha editorial do jornal *O Rio Branco*: um estudo sobre os editoriais de março de 2002 e março de 2007¹

ARAÚJO, Camila Cristina Farias de²
MENDES, Francielle Maria Modesto³

RESUMO: Esta pesquisa busca analisar a mudança que ocorreu na linha editorial do jornal *O Rio Branco*. Para tal utilizou-se editoriais do mês de março de 2002 e março de 2007. Com base na análise do discurso e conceitos como ideologia, dominação de classe e jornalismo opinativo, este trabalho ainda propõe investigar os motivos que ocasionaram tal mudança. Os editoriais no ano de 2002 demonstravam que *O Rio Branco* era oposição ao governo do Partido dos Trabalhadores (PT) em exercício no estado do Acre, mas, em 2007, os editoriais passaram a apoiar o governo do PT que continuava no poder. Assim, para melhor entender os processos históricos e as contradições entre os discursos do jornal *O Rio Branco* serão estudados autores como Eni P. Orlandi (2013), Luiz Beltrão (1980) e Marilena Chauí (1980).

PALAVRAS-CHAVE: Discurso; Ideologia; Editoriais; Jornal O Rio Branco

INTRODUÇÃO

Este artigo tem como objetivo analisar por intermédio dos editoriais do jornal *O Rio Branco* a mudança do discurso deste periódico, em março de 2002 e março de 2007. Essas modificações discursivas ocorreram justamente a partir da posse do político Jorge Viana (PT) como governador do estado do Acre e interferiram nos aspectos históricos do jornal.

Em seus editoriais diários, o jornal *O Rio Branco* usava seu espaço para “atacar o governo”, mostrando, principalmente, o que foi prometido e descumprido nas eleições de 1998, quando o governo do estado do Acre foi disputado por quatro candidatos: Alércio Dias (PFL), Chicão Brígido (PMDB), Duarte Neto (PRONA) e Jorge Viana. Viana foi eleito duas vezes consecutivas, em 1998 e 2002.

A partir da investigação realizada nos arquivos do jornal *O Rio Branco*, percebeu-se que o tema política era o assunto mais comentado entre as notícias e os editoriais do jornal no ano de 2002. Diante disso e da inicial negativa em aceitar o

¹ Trabalho apresentado ao GT História do Jornalismo do IV Encontro Regional Norte de História da Mídia, realizado em 19 e 20 de maio de 2016.

² Graduada em Comunicação com Habilitação em Jornalismo pela Universidade Federal do Acre – UFAC.

³ Orientadora do trabalho e Professora Doutora do curso de Comunicação Social – Jornalismo da Universidade Federal do Acre – UFAC.



governador petista como aliado, propõe-se um debate para verificar o que motivou essa mudança de comportamento que fez o discurso do jornal alterar de maneira drástica.

Para tanto, usa-se a análise do discurso para que se saiba em que contexto o próprio discurso foi criado. Inicialmente, pontua-se a fala da pesquisadora acreana Maria Iracilda Bonifácio (2007), que afirma que a dependência dos veículos do Acre perante o governo do estado contribui com a criação de uma imprensa com ideal parecido, que é destacar prioritariamente quem mantém o jornal.

Para a análise deste artigo, foram escolhidos 8 editoriais do jornal *O Rio Branco* no período de março de 2002 e março de 2007. A escolha desse período de tempo se deu pelo fato das mudanças de opiniões serem mais visíveis ao leitor. Realizou-se ainda uma entrevista (em novembro de 2015) com o editor do jornal *O Rio Branco*, Márcio Nunes.

Sobre discurso

Para a análise do discurso, o sujeito que cria o discurso e o transmite por intermédio da linguagem, inconscientemente, cria um discurso carregado de um histórico pessoal, influenciado pela sociedade em que habita. Diante disso, salienta-se que o discurso muda, ele não permanece intacto, mas adquire novos elementos de acordo com aquele que o enuncia. A autora Eni P. Orlandi apresenta no livro *Análise do Discurso: Princípios e Procedimentos* (2013) a análise do discurso como o fruto de uma ligação entre a Linguística, o Marxismo e a Psicanálise.

Interroga a Linguística pela historicidade que ela deixa de lado, questiona o Materialismo perguntando pelo simbólico e se demarca da Psicanálise pelo modo como, considerando a historicidade, trabalha a ideologia como materialmente relacionada ao inconsciente sem ser absorvida por ele. (ORLANDI, 2013, p.20).

Dito de outro modo, por mais que o discurso contenha fragmentos desses três estudos, ele não está totalmente inserido neles. O discurso apenas coletou partes dessas ideias em sua formação, mas não se sujeitou a elas por inteiro, sendo assim uma coisa nova, criada a partir desses três pensamentos. A linguagem quando se torna discurso possui elementos que a tornam cheia de sentidos e intenções. Para Brandão (2011), a ideologia é parte dos elementos cruciais para a formação do discurso:



A linguagem enquanto discurso não constitui um universo de signos que serve apenas como instrumento de comunicação ou suporte de pensamento; a linguagem enquanto discurso é interação, é um modo de produção social; ela não é neutra, inocente e nem natural, por isso o lugar privilegiado de manifestação da ideologia. (BRANDÃO, 2011, p. 11).

Em outros termos, as palavras ditas no discurso estão carregadas de sentidos que mudam de acordo com a sociedade e do momento histórico, assim, uma mesma palavra pode ter conceitos diferentes se for empregada em diferentes lugares. Da mesma forma, palavras diferentes podem ter um mesmo sentido. Para Brandão: “Por outro lado, por um processo ideológico geralmente velado, palavras, expressões diferentes podem encobrir o mesmo sentido num jogo estratégico de relações” (BRANDÃO, 2013, p. 24).

Segundo Marilena Chauí (1980), baseada nos estudos marxistas, a ideologia seria um grupo de ideias, organizadas de forma previamente pensada com a intenção de transformar esse grupo em regras a serem seguidas. A autora diz que esse tipo de conjunto é produzido por aqueles que estão instalados nas classes dominantes, portanto a ideologia seria um meio de manter essas classes sob controle: “a ideologia é um dos instrumentos da dominação de classe e uma das formas de luta de classes”. (CHAUÍ, 1980, p. 33).

A classe dominante busca manter-se no comando através da ideologia e essa classe usa diferentes setores para disseminar essas ideias e até forçar a classe dominada a seguir suas doutrinas. Não é fácil conhecer os verdadeiros motivos da criação de uma ideologia, já eles não são nítidos. A realidade é sem dúvida mudada para que assim a ideologia seja transmitida e alcance seu real objetivo. Chauí (1980) também diz que a ideologia é ilusão, uma realidade criada pela classe dominante para concluir seus objetivos de dominação da classe menos imponente.

O discurso seria a utilização da linguagem não de forma automática, mas sim de forma pensada, analisada, segundo Eni P. Orlandi (2013). Assim, o discurso é algo novo, fruto de uma tríplice relação e não somente uma parte da fala, afinal ele é mais do que isso, ele tem em sua formação sentidos e intenções que o ato de falar em si não possui.

José Luís Fiorin (2013) fala sobre a relação da ideologia dentro do discurso, com referências de Émile Benveniste: “depois de Benveniste, sabemos que o discurso é sempre o ponto de vista de um sujeito, seja ele individual ou social.” (FIORIN, 2013,



p.57). Assim, o indivíduo se torna sujeito mesmo sem perceber, quando decide não rebater as regras impostas pela classe dominante e passa a segui-las sem questioná-las. Dessa forma, percebe-se dentro do discurso a relação de dominação imposta pela a ideologia que é parte constituinte do discurso.

O discurso possui conceitos ideológicos adquiridos de acordo com a sociedade em que é enunciado, portanto não está imune de modificações. Na verdade, ele é constituído também de outros discursos como abordado por Brandão: “Se no interior de um discurso há elementos vindos de outro lugar, de outros discursos, porque um discurso não existe sozinho, ao contrário, está em constante interação com outros discursos” (BRANDÃO, 2013, p.27). Portanto, dentro de um discurso encontram-se fragmentos de outros discursos, o que é chamado de heterogeneidade do discurso. Brandão (2011) fala sobre isso na passagem a seguir:

Essa heterogeneidade, entretanto, é trabalhada pelo locutor de tal forma que, impulsionado por uma “vocalização que o texto adquira, na forma de um concerto polifônico, uma unidade, uma coerência, quer totalizante” faz com harmonizando as diferentes vozes, quer “apagando” as discordantes. (BRANDÃO, 2011, p.83).

Assim, o discurso desses editoriais será estudado levando em consideração o meio social em que foram escritos e os acontecimentos mais relevantes dos anos pesquisados, no caso o ano de 2002 e 2007, respectivamente. Junto a esses textos, serão feitos breves apontamentos sobre jornalismo opinativo especificamente, no que se refere à elaboração dos editoriais – objeto de estudo do presente artigo.

Jornalismo opinativo

Para compreender do que se trata o jornalismo opinativo, é preciso antes conhecer o conceito da palavra “opinião”. No livro *Jornalismo Opinativo*, de Luiz Beltrão (1980), essa palavra é definida como “função psicológica, pela qual o ser humano, informado de ideias, fatos ou situações conflitantes, exprime a respeito seu juízo” (BELTRÃO, 1980, p. 14). De outro modo, opinião seria expressar conceito sobre algum assunto que esteja em debate.

O jornal é o meio de comunicação por onde são transmitidas não só informações, mas também muitas opiniões. Para criar uma opinião, é preciso antes de tudo ter informação sobre o tema que se deseja opinar, para assim criar seu próprio



conceito em relação ao assunto pertinente. Beltrão (1980) fala que expressar opinião dentro do jornalismo é dever do jornalista: “O jornal tem o dever de exercitar a opinião: ela é que valoriza e engrandece a atividade profissional”. (BELTRÃO, 1980, p. 14).

Assim sendo, o jornalista teria obrigação de expressar sua opinião quando fosse embasada em fatos verdadeiros, em informações consistentes e, principalmente, quando essa opinião de algum modo trouxesse benefícios para a sociedade. A opinião, portanto, faz parte do jornalismo, já que para formar opinião é necessário ter informações, que no caso são divulgadas pelo jornal.

Segundo a monografia intitulada *A Retórica do Jornalismo Opinativo: uma análise da argumentação de Hélio Schwartzman*, de Débora Antunes, uma das características do jornalismo opinativo é a: “clara tomada de posição, seja ela do jornalista, editor, do colaborador ou mesmo do leitor de uma determinada mídia” (ANTUNES, 2009, p.12).

É através da imprensa que a opinião se torna conhecida e com a repercussão de seu posicionamento pode se tornar a opinião de uma maioria e assim ser chamada de opinião pública. “E é através do mass media, notadamente da imprensa, mas também do rádio, da televisão e do cinema, que as opiniões adquirem uma existência pública” (BELTRÃO, 1980, p. 19).

José Marques de Melo (2003) discorre sobre a relação entre opinião e empresa, jornalista, colaborador e leitor, destacando em que parte do jornal cada um se encontra. Dessa forma, o autor divide o jornalismo opinativo em setores do jornal: comentário, resenha ou crítica, coluna, crônica, artigo, caricatura e editorial, objeto deste estudo.

Na pesquisa Brasileira de Mídia 2015, divulgada pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República (Secom), em parceria com o IBOPE, o jornal impresso é o meio de comunicação em que o brasileiro mais confia. Entre as pessoas que usam o jornal impresso como meio de informação 58% acreditam nas notícias vinculadas, já as que usam a rádio, 52%, e as que usam a TV, 54%. Desse modo, é nítido o poder de persuasão que a imprensa possui dentro da sociedade, assim o editorial onde é exposto a opinião da imprensa também tem o poder de influenciar alguns leitores a ter a mesma opinião.

Beltrão (1980) fala que o lugar de opinião do editor é dentro do editorial e de acordo com a linha editorial do veículo: “a opinião do editor é expressa pelos editoriais



e pela linha do jornal identificáveis pelo critério de seleção das informações, pelo relevo dado a determinadas matérias, pelos títulos, fotografias”. (BELTRÃO, 1980, p. 19). Melo (2003) também segue esse mesmo conceito sobre editorial e diz que editorial é o gênero jornalístico em que a opinião da empresa de comunicação é exposta de acordo com os assuntos de maior notoriedade. Dessa forma, o texto editorial é a opinião da empresa e não pode ser ignorado como um simples texto dentro do jornal, pois no editorial as ideologias da classe dominante podem ser julgadas e caladas ou podem ser exaltadas e incentivadas, como bem afirmam os autores aqui estudados Melo (2003) e Chauí (1980).

Análise do jornal O Rio Branco

O jornal *O Rio Branco* foi fundado no ano de 1969. No ano de 1985, o Jornal *O Rio Branco* foi vendido para Narciso Mendes. A partir da pesquisa, percebeu-se que muitos dos editoriais desse veículo abordavam o tema política. O motivo disso é o fato do proprietário do jornal Narciso Mendes ter sido candidato a deputado e eleito em algumas eleições. Ressalta-se que a imprensa acreana sempre dependeu de empresários e políticos para se manter, como é mencionado por Bonifácio (2007). Entretanto apesar da clara inclinação para determinados partidos políticos, a inconstância em seus editoriais sempre foi característica.

O periódico cresceu com o passar dos anos e tornou-se o jornal mais antigo em circulação no Acre até o ano de 2016. Dois quadros mostram as datas e os títulos dos editoriais usados neste artigo, porém vale ressaltar que mais editoriais foram pesquisados, ao todo 14 editoriais, 7 do ano de 2002 e 7 do ano de 2007, ambos do mês de março. Entretanto para o artigo em questão foram utilizados 4 editoriais de cada ano. Entre os editoriais de 2002 estão: *Corrida contra o tempo* (02/03/02), *Com a máquina na mão* (04/03/02), *Informação zero* (05/03/02) e *Turismo acidental* (24/03/02). E entre os de 2007: *Os novos desafios* (02/03/07), *A fila está andando* (16/03/07), *Uma questão delicada* (17/03/07) e *Que rumo tomar?* (28/03/07).

No ano de 2002, os editoriais estão repletos de críticas ao governo do Partido dos Trabalhadores com denúncias de descaso e confrontos. Esses editoriais marcam a



resistência à gestão do então governador Jorge Viana, como no editorial de 02 de março de 2002, intitulado “Corrida contra o tempo”.

O governo precisa se dar conta de que três anos da administração já passaram e é ledô engano se pensar que alguma obra de vulto será feita em tão pouco tempo. Ao dizer o contrário, verifica-se a maldade em enganar, mais uma vez, o povo com meia dúzia de obras eleitoreiras e que não trará qualquer benefício à sociedade. (O RIO BRANCO, 02 de março de 2002, p.02).

A insatisfação demonstrada nesse parágrafo se estende por todo o editorial. Ao dizer que era maldade enganar o povo com meia dúzia de obras eleitoreiras, o editorial faz referências a outros governos em que nada na cidade era feito, mas com a proximidade das eleições, era comum ver obras sendo terminadas, ruas asfaltadas, pontes construídas. Isso porque esse tipo de ação é estrategicamente montada para que as obras fiquem em evidência na mente da população quando as eleições chegarem.

Sérgio Pedra (2010) na monografia intitulada *A estrutura do jornalismo opinativo: uma análise dos conteúdos dos editoriais dos jornais Estado de Minas e Folha de São Paulo* fala justamente sobre a escolha das palavras dentro do texto, que nos editoriais do *O Rio Branco* são organizadas de forma agressiva e enfática. O autor diz que as palavras são usadas de forma proposital em que elas se encaixem e se formem em um texto persuasivo, onde uma ideologia é imposta, e através desse texto divulgada.

Esta função também tem o objetivo de direcionar o pensamento do leitor para a mesma opinião do mass media que não tem apenas a função de descrever as mensagens, como também de expandir o pensamento que é apresentado no conteúdo exposto ao receptor. (PEDRA, 2010, p.23).

Para Mauro Wolf (1999), se o texto for bem organizado, principalmente, nas escolhas das palavras é possível sim manipular o leitor, e fazê-lo pensar da forma que a ideologia transmitida através desse discurso deseja. Nesse caso, os editoriais eram escritos com palavras de duplo sentido e com acusações implícitas contra o governo. Por exemplo, no editorial do dia 04 de março de 2002, que tinha como título “Com a máquina na mão”, mais uma vez, é perceptível dentro do texto a intenção de mostrar que o governo pode camuflar os problemas, de forma que assim não apareçam



escândalos envolvendo sua gestão. O texto não exalta a possível vitória da administração petista, mas desmotiva uma suposta candidatura à reeleição.

Se antes o governo tinha o verbo, agora tem apenas a verba. E as experiências eleitorais têm demonstrado que ter apenas a máquina do poder nas mãos não é suficiente para garantir sucesso nas urnas. Aliás, o povo tem aprendido uma grande lição: que a perpetuação do poder não deve ser dada a ninguém. (O RIO BRANCO, 04 de março de 2002, p. 02)

No mesmo editorial, mais uma vez é usado o trocadilho entre as palavras verbo e verba, porém isso é como um alerta de que a população não acredita mais na conversa do governo e que ele tem apenas o artifício de estar no poder. Isso, portanto, não seria suficiente para assegurar uma reeleição. Marilena Chauí (1980), por sua vez, fala que ideologia é exatamente isso. É o modo que a classe dominante tem para dominar as classes inferiores, fazendo com que elas pensem de acordo com as ideias daqueles que dominam, além de eliminar oposições e contradições aos seus conceitos. A seguir, trecho do texto publicado:

Em um estado totalitário, a imprensa tem um papel limitado. A história não se cansa de registrar casos em que o poder tomou de assalto os direitos e as liberdades, principalmente a da livre informação. Dentro de um pragmatismo de causar náuseas, um tirano usa a imprensa apenas para seus interesses mais mezinhos. (O RIO BRANCO, 05 de março de 2002, p.02).

Sérgio Pedra (2010) destaca o incômodo que a opinião dentro do jornal pode causar aos detentores do poder, ou seja, ao governo. Ele partiu do ponto de que é através da imprensa que as coisas boas e ruins são divulgadas, e a imprensa sendo esse lugar de circulação de opiniões, se torna um empecilho para aqueles que detêm o poder, quando as opiniões em questão vão contra suas ideologias. Assim como foi mencionado no editorial, *O Rio Branco* havia causado incômodo para o governo, que havia reagido reprimindo a liberdade de imprensa.

O editorial fala em tempos de ditadura como se fosse no tempo presente, ou seja, como se esse regime ainda estivesse à época no Brasil. Em outro parágrafo, essa relação entre totalitarismo e a situação do estado do Acre, é retomada de forma direta.

No Brasil, e mais especificamente no Acre, ainda nem bem sabemos tirar os proveitos que o estado democrático de direito nos permite e eis que surge, sempre através do poder oficial, ações que visem minimizar a força da imprensa, única e capaz de desmascarar tiranos que usam o



manto do populismo para tentar se perpetrar no efêmero poder. (O RIO BRANCO, 05 de março de 2002, p.02).

A imprensa também é retratada como a única que pode desvendar a real face daqueles que estão no poder. Na frase “única e capaz de desmascarar tiranos que usam o manto do populismo para tentar se perpetrar no efêmero poder” é subentendido que esse tirano é aquele que foi eleito pelo povo. No caso, o governador que estava em exercício. De outro modo, o governo em questão divulga coisas que na verdade são apenas propagandas de sua administração, entretanto, na realidade, nada está sendo feito. No último parágrafo do editorial intitulado “Turismo acidental”, a incompetência dessa administração é mencionada em relação aos esforços para melhorar o turismo no estado.

A princípio tudo isso parece ser óbvio, fácil, mas não é. Para tanto, é preciso que todos os seguimentos empresariais e administrativos da cidade se comuniquem. Depois, é fundamental que o setor seja conduzido de forma racional e profissional, o que está longe de acontecer. E enquanto não acontecer, tudo que podemos esperar é o turista acidental, quando quem move a indústria turística o turista profissional. São exemplos os raros americanos e europeus que ao conhecerem o Rio de Janeiro e estados nordestinos, se dispõem a estender sua permanência conhecendo outras regiões. (O RIO BRANCO, 24 de março de 2002, p.02).

A falta de profissionais capacitados para lidar com a situação é mencionada nesse trecho do editorial. Pode-se concluir desse parágrafo, que a falta de profissionais do turismo é causada pelo fato de terem pessoas que não estão formadas na área, trabalhando como chefia, apenas porque são pessoas de confiança do governador.

Os editoriais do ano de 2002 são repletos de críticas à gestão do então governador Jorge Viana, além de diversas insinuações sobre a lisura dessa administração. Já nos editoriais de 2007, percebe-se o oposto. O primeiro editorial estudado é o de 02 de março de 2007, intitulado “Os novos desafios”.

A nova equipe do governador Binho Marques (PT) que tomou posse ontem no teatro Plácido de Castro, o Teatrão, traz na bagagem a experiência necessária para ajudar na condução do novo momento político e administrativo. A maioria fez parte da gestão do ex-governador Jorge Viana. (O RIO BRANCO, 02 de março de 2007, p.02).

É perceptível a contradição entre os editoriais do mês de março de 2002 e março de 2007. O texto do dia 24 de março de 2002 questiona a capacidade da equipe do então



governador Jorge Viana. Já no editorial do dia 02 de março de 2007, a equipe escolhida por Binho Marques (o candidato eleito do Partido dos Trabalhadores) é elogiada. O texto ainda ressalta que a maioria dessas pessoas estava na gestão do Jorge Viana. Outro fato contraditório é visto no último parágrafo do editorial, em que as palavras chegam a fazer até um incentivo ao começo do mandato do governador eleito Binho Marques (PT), já que durante os editoriais do mês de março de 2002, a desmotivação a uma suposta reeleição era constante.

No editorial intitulado “A fila está andando”, do dia 16 de março de 2007, o texto é oposto aos do ano de 2002. Nessa ocasião, está explícita a mudança de lado político do jornal em relação ao governo. *O Rio Branco* deixa de ser oposição, como se percebe a seguir:

Há alguns dias o governo tem sido alvo de críticas que afirmavam que o governo estaria parando, que setores fundamentais precisavam funcionar o mais urgentemente possível. As notícias mais recentes, entretanto, dão conta exatamente do contrário em relação às ações governamentais. (O RIO BRANCO, 16 de março de 2007, p.02).

O veículo passou a ter uma posição diferente, em que os feitos do governo eram divulgados e até parabenizados. Essa mudança é observada em todo o texto desse editorial. Nos demais parágrafo, divulga-se uma agenda dos municípios que Binho iria visitar.

Binho Marques inicia hoje uma série de visitas ao interior do estado, começando por Brasília, Epitaciolândia, Xapuri e Assis Brasil. Vai ouvir os representantes locais os principais anseios e os mais urgentes que precisam ser feitos ainda este ano para estas localidades. (O RIO BRANCO, 16 de março de 2007, p.02).

Outro ponto interessante é a menção ao fato de que o governo está procurando realizar políticas públicas no interior do estado, sendo que no ano de 2002, muito se questionou a falta dessas tais políticas públicas, como no editorial do dia 02 de março de 2002, já mencionado antes.

É um dado curioso à medida que dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) registram a tendência de crescimento da economia acreana, principalmente no comércio, que vendeu quase dois por cento a mais em relação aos números do ano passado. (O RIO BRANCO, 17 de março de 2007, p.02).



O editorial do dia 17 de março de 2007 é o segundo texto seguido em que se tenta esclarecer algumas dificuldades pelas quais a população passa, sempre defendendo o trabalho do governo. Entretanto, no editorial do dia 31 de março do ano de 2002, o texto faz uma crítica ao modelo de imprensa que seria ideal para o governo em exercício, deixando clara a insatisfação e a repulsa a uma imprensa que tem como objetivo apenas repassar as notícias liberadas pelo governo.

Já no editorial do dia 28 de março de 2007, ocorre uma reviravolta. Esse editorial intitulado “Que rumo tomar? possui críticas ao Partido do Movimento Democrático Brasileiro – PMDB, que antes tinha a simpatia e a posição política do jornal *O Rio Branco*.

O PMDB precisa se reencontrar não apenas com sua militância, mas principalmente com seus ideais e com tudo aquilo que trouxeram o partido até aqui. Entre ser situação em Brasília e ser oposição no Acre, o partido ainda navega num mar envolto praticamente desconhecido. (O RIO BRANCO, 28 de março de 2007, p.02).

Os editoriais antes faziam críticas severas ao governo sobre a falta de investimento e de planos que realmente trouxessem benefícios para a sociedade. Em alguns editoriais, o veículo deixou subentendido que o governo tinha dinheiro, mas que não era usado para benefícios da população. O discurso mudou no ano de 2007, houve até um editorial que falava apenas dos avanços que o estado do Acre teve em relação à educação.

Márcio Nunes editor chefe do jornal *O Rio Branco*, em entrevista concedida para esta pesquisa, no dia 8 de junho de 2015, fala sobre o que causou a mudança na linha editorial do jornal.

Sobre mudança de linha editorial [...] ela é normal, natural de uma situação e de uma decisão tomada pelo empresário, que decidiu não apoiar nem A, nem B [...] mas decidiu um novo rumo, um novo estilo jornalístico, e isso é normal. A gente tinha um jornalismo muito agressivo de denúncia, disso, daquilo, de todos os dias tá procurando e muita das vezes sem ouvir o outro lado. [...] De uns tempos pra cá a gente começou a fazer um jornalismo onde a gente vai primeiro, antes de qualquer publicação ouvir ambas as partes. [...] A publicação das matérias agora obedece o critério de que a gente precisa ouvir os dois lados, e é essa linha editorial que realmente deu uma ajustada, e que foi sentida, a sociedade percebeu [...] (NUNES, 2015, entrevista).



Sobre o apoio ao governo petista, ele nega e afirma que a mudança de linha editorial faz parte de um equilíbrio entre denúncias e a divulgação de notícias positivas sobre o governo.

A gente não apoia o governo [...] a gente resolveu equilibrar ao contrário do que se fazia antes.[...] A gente mostra ações, material que chega, e que é produzido pela empresa também, ao mesmo tempo que continua a fazer denúncias mas ouvindo as outras versões [...] (NUNES, 2015, entrevista).

Márcio Nunes afirma ainda que os boatos sobre o jornal ter recebido dinheiro do governo em um momento de crise e por esse motivo ter mudado de posição política, é mentira. O que realmente aconteceu segundo ele, foi que após a saída do Narciso Mendes da política, a relação entre o jornal e o governo se tornou viável e a partir daí o governo passou a ser o maior cliente do jornal *O Rio Branco*.

[...]O proprietário da emissora é da política, foi candidato várias eleições, umas ganhou, outras perdeu, quando ele desistiu totalmente da política tirou a parte interessada, a parte política que tinha muito. A empresa era muito politizada, a gente dava muito espaço pra oposição, pra bater, até porque ele era um na linha de oposição, o narciso na época, então, a partir do momento que ele se afastou da política, nós tentamos trabalhar de forma equilibrada, sedemos espaço para o governo, prefeitura, mas também para a sociedade, que é um dever nosso, como imprensa divulgar e mostrar o que está acontecendo [...] (NUNES, 2015, entrevista).

O entrevistado só confirma o que foi mencionado por Bonifácio (2007), que a imprensa acreana não consegue se sustentar sozinha e que desde seus primórdios precisou de empresários e políticos para se manter em circulação. Na monografia de Jozafá Batista do Nascimento, intitulada *A imprensa acreana na batalha por hegemonia: estratégias de 1969 a 2006*, ele fala justamente sobre essa mudança na linha editorial de alguns jornais acreanos como *A Gazeta*, *A Tribuna*, *Página 20* e *O Rio Branco*. Nascimento discute que a mudança na linha editorial desses jornais, inclusive *do Rio Branco*, se deu pelo fato da Frente Popular ter passado a controlar as informações do jornal: “Observou-se, nesse período, que a uniformização editorial, que persiste até a presente data, é um subproduto do controle, pela FPA, dos principais espaços institucionais da política formal.” (NASCIMENTO, 2012, p.12).

Chauí (1980) fala justamente da dominação da classe inferior para que a classe superior mantenha seus privilégios e que um dos instrumentos para isso é o Estado.



Portanto, as contradições como no caso o jornal *O Rio Branco* que era oposto ao governo petista deveriam ser caladas, e essa “uniformização” dita por Nascimento nada mais é do que a repressão necessária para manter a oposição em silêncio e continuar se mantendo no poder.

O editor Márcio Nunes contradiz a afirmação de Nascimento quando ele afiança que o governo não tem autonomia para escolher o que é ou não divulgado no jornal, porque o governo é apenas um cliente: “o governo é nosso cliente, mas isso não quer dizer que ele possa chegar amanhã e dizer que o jornal não pode publicar crimes [...]” (NUNES, 2015, entrevista). Segundo Nascimento (2012), a “uniformização” ocorreu após as eleições de 2004, quando a Frente Popular ganhou as eleições para prefeito, sendo que no governo estadual a Frente Popular já tinha seu representante. Sendo assim, após a Frente tomar conta dos mandados estaduais e municipais essa mudança começou a ser observada e introduzida nos editoriais dos jornais.

Na fase de diversificação editorial e disputa política, busca-se delinear as várias fases do processo em cada jornal até 2004, quando a FPA vence as eleições municipais na capital e retira o MDA do cenário político. A partir de 2004, os jornais começam a aderir à mesma linha editorial. (NASCIMENTO, 2012, p.13).

Portanto, é visível dois supostos motivos para a mudança na linha editorial do jornal *O Rio Branco*. A primeira fala sobre uma mudança ocasionada por um equilíbrio de notícias, e uma relação comercial entre o jornal e o governo. A segunda diz que a mudança ocorreu como uma forma do governo controlar as informações dos jornais. As contradições são visíveis, em apenas cinco anos, as ideias divulgadas nos editoriais do Jornal *O Rio Branco*, mudaram radicalmente, trocaram de posição política, e passaram a defender aqueles que tanto criticaram em um passado não tão distante.

Considerações finais

No ano de 2002, os editoriais eram carregados de ofensas e palavras grosseiras em direção ao governo em exercício na época. Essa atitude do jornal era muito conhecida, pois o periódico era opositor ao PT. Acusações de corrupção eram mencionadas em diversos editoriais, críticas às ações e aos planos governamentais eram explícitas. O jornal fazia parte das contradições que logo foram eliminadas com a ideia de uniformização da imprensa acreana (NASCIMENTO, 2012).



A mudança começou com poucas menções positivas ao PT, mas em alguns editoriais ainda havia agressividade e revolta contra o governo. Aos poucos, os editoriais passaram a comentar assuntos positivos da gestão petista. Até que em 2007, a mudança foi perceptível, já que em seus textos editoriais não havia mais ofensas e acusações direcionadas ao governo, mais sim mencionava melhorias e políticas públicas da gestão. Os editoriais daquele ano traziam a ideia de esperança, de crescimento e de incentivo ao governo e, principalmente, de apoio.

Na época, o jornal *O Rio Branco* alegou que passava por uma grave crise financeira e que o governo investiu no jornal para que ele não fosse fechado. Porém, o editor Márcio Nunes disse que essa informação não é verdade e que o governo não tinha poder de escolher o que seria divulgado ou não dentro do jornal. Mas o que se vê quando se abre as páginas dos jornais são incontáveis notícias positivas sobre a gestão petista, muitas delas enviadas pela própria assessoria do governo.

Os editoriais também estão carregados de boas ações do governo. Em alguns textos, minimizam-se possíveis deficiências em detrimento de outras ações do governador e de seus aliados. Desde o início da imprensa acreana, há registros da influência de empresários e políticos. Isso causa problemas graves para os jornais, pois eles trabalham quase que diariamente as mesmas informações e raramente apresentam algum tipo de posicionamento crítico. Essa postura do jornal mantém a ideologia e o discurso de interesse de grupo.

A eliminação de contradições e oposições é essencial para que a classe dominante se mantenha no poder e esse silenciamento é feito para que a classe não perceba a imposição de ideologia vinda do próprio governo eleito. O Estado é mencionado por Chauí (1980) como um instrumento para propagação das ideologias dessa classe dominante, portanto a mudança na linha editorial beneficiou aqueles que estavam no poder e calou a voz daqueles menos favorecidos.

A opinião da empresa não é colocada de forma inocente nos editoriais. O jornal influencia o leitor, não todos, mas uma grande maioria acredita nas informações divulgadas nele. A escolha das palavras é certamente um ponto alto na escrita do editorial, pois no ano de 2002 as palavras eram cheias de duplo significados e insinuações, mas em 2007 o texto é leve e bem otimista. Dar opinião é obrigação do



jornalista, mas ela deve ser pensada de forma que não anule outras opiniões, dando espaço para os diferentes pontos de vista dentro de um mesmo assunto.

Entretanto, nos editoriais estudados o que se percebe é a intensidade de opinião dentro do editorial, já que ou era totalmente oposto ao governo como em 2002 ou era totalmente a favor como em 2007, não havendo o equilíbrio citado pelo editor. O discurso nunca é inserido de forma inocente na sociedade, pois põe em prática aquilo que sua ideologia rege. Na pesquisa, essa relação entre imprensa e poder é nítida. Dessa forma, a classe dominante continua no poder e a classe dominada não percebe que está sendo influenciada.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANTUNES, Débora. **A retórica do jornalismo opinativo**: uma análise da argumentação de Hélio Schwartsman. Viçosa, 2009. Disponível em: <http://www.com.ufv.br/pdfs/tccs/2009/deboraantunes.pdf>.

ASSMAR, Olinda; BONIFÁCIO, Iracilda et al. **O Imaginário Social**: Estudo dos editoriais nos jornais de Rio Branco séc. XX. Vol. 1. João Pessoa: Idéia, 2007. 198 p.

BELTRÃO, Luiz. **Jornalismo Opinativo**. Porto Alegre: Editora Sulina, 1980. 118 p.

BRANDÃO, H. **Comunicação e análise do discurso**. 1 ed. São Paulo: Editora Contexto, 2013. 139 p.

_____. **Introdução à análise do discurso**. 2 ed. Campinas: Unicamp, 2011. 117 p.

BONIFÁCIO, M. **Ideologia e poder**: uma análise do discurso dos jornais “O Rio Branco” e “Varadouro durante a Ditadura Militar (1977-1981)”. Rio Branco: Cida, 2007. 115 p.

CHAUÍ, Marilena. **O que é ideologia**. 2004. 47 p. Disponível em: <http://www.nhu.ufms.br/Bioetica/Textos/Livros/O%20QUE%20C3%89%20IDEOLOGIA%20-Marilena%20Chaui.pdf>. Acesso em: 20 de fevereiro de 2015.

FIORIN, José. **Comunicação e análise do discurso**. 1 ed. São Paulo: Editora Contexto, 2013. 139 p.

MELO, José Marques de. **Jornalismo Opinativo**: gêneros opinativos no jornalismo brasileiro. Campos de Jordão: Editora Mantiqueira, 2003, p. 101-192.

NASCIMENTO, Jozafá. **A imprensa acreana na batalha por hegemonia**: estratégias de 1969 a 2006. Rio Branco, 2012.

NUNES, Márcio. **Mudança na Linha editorial do jornal O Rio Branco**. Jornal O Rio Branco, 6 de agosto de 2015. Entrevista concedida para esta pesquisa.

ORLANDI, Eni P. **Análise de discurso: princípios e procedimentos**. 11 ed. Campinas: Pontes Editores, 2013. 100 p.



PEDRA, Sérgio. **A estrutura no jornalismo opinativo**: uma análise dos conteúdos dos editoriais dos jornais Estado de Minas e Folha de S. Paulo. Belo Horizonte, 2010. Disponível em: <http://pt.scribd.com/doc/39888362/A-ESTRUTURA-NO-JORNALISMOOPINATIVO-Uma-analise-do-conteudo-dos-editoriais-dos-jornais-Estado-de-Minas-e-Folhade-S-Paulo#scribd>. Acesso em: 26 de jun. 2015.

PESQUISA BRASILEIRA DE MÍDIA – PMB 2015. Secretaria de comunicação social Presidência da República, 19 de dezembro de 2014. Disponível em: <http://www.secom.gov.br/>. Acesso em: 11 de jan. de 2015.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. 8 ed. Lisboa: Editorial Presença, 1999.