

Revisitando o pensamento jornalístico de José Marques de Melo

Jorge Pedro Sousa

Universidade Fernando Pessoa, Porto, Portugal e Centro de Investigação Media & Jornalismo, Lisboa, Portugal

Resumo

Neste trabalho, propõe-se uma revisita ao pensamento jornalístico do mais conhecido teórico lusófono das Ciências da Comunicação, José Marques de Melo. Relembra-se alguns dos seus livros, especificamente devotados aos Estudos Jornalísticos e apresentam-se, sumariamente, algumas das ideias que neles o autor apresenta. Conclui-se que Marques de Melo sempre considerou o Jornalismo como campo científico, técnico-profissional e de conhecimento autónomo. Distinguiu-se, ainda, pela advocacia de métodos empíricos para o conhecimento dos fenómenos jornalísticos, pela recusa de uma infértil reprodução infinita da teoria sobre a teoria, e pela recuperação, valorização e recombinação das ideias jornalísticas e comunicacionais que, ao longo da história, permitiram e permitem aos teóricos explicar os fenómenos jornalísticos, tendo-o feito, num quadro de recuperação das contribuições brasileiras ao pensamento jornalístico universal.

Introdução

José Marques de Melo é, talvez, o pesquisador e pensador comunicacional contemporâneo mais conhecido da América Latina e do espaço lusófono.

Embora a obra de Marques de Melo seja vasta, este trabalho tem por objectivo visitar, em exclusivo, o seu pensamento jornalístico, exposto em obras como: *Estudos de Jornalismo Comparado* (1972), *História Social da Imprensa* (2003, reedição da tese doutoral *Sociologia da Imprensa Brasileira*, de 1974), *Jornalismo Opinativo* (2003, reedição de *A Opinião no Jornalismo Brasileiro*, de 1985), *Jornalismo Brasileiro* (2003) e *Teorias do Jornalismo: Identidades Brasileiras* (2006). Procurar-se-ão identificar as linhas mestras da reflexão que, nessas obras, José Marques de Melo faz sobre o Jornalismo, recorrendo-se, como método, a uma análise textual directa.

Do percurso de pesquisa de Marques de Melo, realça-se a sua devoção à causa do Jornalismo como objecto de estudo científico, campo específico no seio da Comunicação e nobre actividade técnica e profissional, passível de ser ensinada e aprendida – aliás, uma das mais importantes actividades técnicas de geração social e pessoal de conhecimento dos nossos dias.

1. O pensamento jornalístico de Marques de Melo

A acção de Marques de Melo é relevante para todo o universo das Ciências da Comunicação, até porque foi ele o primeiro autor a reconhecer a existência de uma escola de pensamento comunicacional latino-americana, fundada, conforme se deduz da leitura global do seu livro *Teoria da Comunicação: Paradigmas Latino-Americanos*, de 1998, (1) na ideia de que a comunicação pode ser uma via para o desenvolvimento e para a educação, (2) no cruzamento entre marxismo e cristianismo, (3) no diálogo tenso entre capitalismo e socialismo como vias diferenciadas para o desenvolvimento, (4) no engajamento ideológico e mesmo político dos seus mentores e ainda (5) no hibridismo metodológico. Porém, pesem, embora, todas as suas incursões no espaço lato da comunicação, José Marques de Melo sempre manteve o Jornalismo, enquanto campo científico e campo técnico-profissional específico, no seu horizonte de pesquisa, como o comprovam as obras que escreveu devotadamente consagradas àquele que, afinal, é, em última instância, o seu *métier*. Para ele, os órgãos jornalísticos não só devem ser considerados – tal como sustentava Gilberto Freyre (*cit. in* Marques de Melo, 2006: 225-226) – um objecto de pesquisa socialmente relevante, fértil e de extraordinário valor para os Estudos Jornalísticos, mas também fonte para pesquisas de outras disciplinas, como a história, a sociologia, a psicologia social, a antropologia, a ciência política, a geografia humana e a linguística (Marques de Melo, 2006: 226-258). O autor relembra, aliás, o pioneirismo de vários pesquisadores brasileiros que, ao longo do tempo, mostraram como os meios jornalísticos são relevantes objectos e fontes de pesquisa (Marques de Melo, 2006: 226-258):

A. No campo da história, Marques de Melo evoca, por exemplo, os contributos de Gilberto Freyre, Amaro Quintas e Jerónimo Viveiros, que mostraram descrever e compreender os acontecimentos do passado, enformadores do presente, através das notícias da imprensa, e – especialmente – de Alfredo de Carvalho, um historiador do jornalismo, coordenador de uma história do jornalismo brasileiro no primeiro século da sua existência. Alguém que, portanto, surge do campo no jornalismo e trabalha no campo do jornalismo.

B. Na sociologia, para além de Freyre, José Marques de Melo recorda, por exemplo, Carlos Oberacker Jr., que usou a imprensa para resgatar a contribuição teuta à formação da nação brasileira, e Florestan Fernandes, que recorreu a jornais para explicar o processo de integração do negro na sociedade.

C. No campo da Psicologia Social, merecem a atenção de Marques de Melo obras como a de Arthur Ramos, que usou a análise de conteúdo para tornar claros os interesses, atitudes, tendências e opiniões do público.

D. Na Antropologia, é, mais uma vez, o nome de Gilberto Freyre que é relevado por Marques de Melo, já que esse cientista social pernambucano usou a imprensa para compreender os tipos físicos e as características culturais dos escravos negros brasileiros.

E. Na Política, é de novo Gilberto Freyre que merece a primeira referência a Marques de Melo. Para o segundo, o primeiro explicou o papel político dos jornais na transição da Monarquia para a República, opção seguida, entre outros autores, por Azis Simão, num trabalho sobre as relações entre sindicatos e Estado, e José Albertino Rodrigues, que através dos jornais operários procurou equacionar o contributo dos sindicatos para o desenvolvimento do Brasil.

F. No campo da Geografia Humana, embora também aluda a Freyre, Marques de Melo centra-se no contributo do trabalho do professor francês Jean Roche, que descreveu a forma de distribuição e circulação da imprensa alemã no Rio Grande do Sul, destacando o seu contributo para a manutenção da identidade cultural dos brasileiros de origem alemã deste Estado, nos lugares onde chegava.

G. Na linguística, à qual também Gilberto Freyre deu incentivos teóricos, referidos por Marques de Melo, este último destaca, sobretudo, o estudo pioneiro do checo Zdenek Hampejs, que fez um estudo de grande amplitude sobre a linguagem da imprensa brasileira, com o contributo de filólogos como Antenor Nascentes e Matoso Câmara Jr. e de cientistas sociais como Rui Facó e Astrojildo Pereira.

H. Finalmente, no que se refere ao estudo científico do Jornalismo a partir do Jornalismo, Marques de Melo salienta os contributos pioneiros de Pedro Perafita Bessa, autor da primeira pesquisa quantitativa sobre jornais (três, de Belo Horizonte) feita no Brasil; Carlos Sussekind de Mendonça, que estudou o sensacionalismo e a sua correlação com a censura; Danton Jobin, que traçou um projecto global para o estudo do jornalismo brasileiro e da opinião pública; Luiz Beltrão, que estudou, formando uma equipa de jovens pesquisadores, a reportagem policial nos jornais do Recife e sua influência na circulação dos jornais, bem como a formulação da opinião editorial através da fotografia; José Salomão Amorim, interessado no jornalismo comparado e na análise de conteúdo; e o próprio Marques de Melo, autor de várias pesquisas de jornalismo comparado, com base na análise de conteúdo.

1.1 Clarificação metodológica: empirismo e análise de conteúdo na obra de Marques de Melo

Uma observação importante de Marques de Melo (2006: 17-18) sobre a pesquisa brasileira (e não só...) em jornalismo é a de que esta se diferencia entre aquela que é “efectuada perifericamente em relação ao objecto (dimensionando-o a partir da sociologia, da política, da história, da antropologia, etc.)” e a que “toma o jornalismo como referencial nucleador e que contempla as variáveis intrínsecas ao próprio objecto”. É visível, pelo conjunto da sua obra, que Marques de Melo opta, predominantemente, pela segunda dessas vias, em sintonia com as influências externas que recolhe em autores seminais do campo jornalístico, como Otto Groth e Luiz Beltrão. Aliás, José Marques de Melo (2006: 33) confessa que a sua produção se

inscreve dentro de uma corrente crítico-profissional “cuja constante tem sido oferecer contribuições para vislumbrar a identidade acadêmica do jornalismo”.

Num tempo em que fazer pesquisa comunicacional no Brasil significava, em grande medida, enveredar-se por um caminho de reflexão que gerava, essencialmente, uma reprodução infinita da teoria, José Marques de Melo, sob influência de autores como Jacques Kayser, Luiz Beltrão e outros, vai mostrar que é necessário ao pesquisador em jornalismo descer ao terreno e averiguar empiricamente como as coisas se passam na realidade para poder tecer quaisquer afirmações cientificamente válidas e fiáveis. É assim que no seu livro *Estudos de Jornalismo Comparado* (1972), tal como já tinha sugerido em estudo empírico sobre o conteúdo de três jornais brasileiros publicado no livro *Comunicação Social: Teoria e Pesquisa* (1970)³², José Marques de Melo advoga o recurso à análise de conteúdo com categorias definidas *a priori* a partir das *conotações aparentes* (Marques de Melo, 1972: 181) como método dilecto para a comparação entre diferentes veículos jornalísticos.

Em *Estudos de Jornalismo Comparado*, obra para a qual contribuíram alunos de jornalismo da Faculdade Cásper Líbero, José Marques de Melo usa as unidades noticiosas (as *matérias* jornalísticas informativas) como unidades para a análise de conteúdo, conforme sugerido pelos mentores ancestrais da análise de conteúdo como método científico, mas adapta o seu procedimento analítico à tonalidade brasileira, criando categorias de análise para destringar, por exemplo, os diferentes modos de expressão da opinião no jornalismo brasileiro, as várias formas de retratar a violência e os diferentes tipos de violência sugeridos pela mídia do Brasil, as fontes e as origens das informações, etc. Conseguiu, assim, descrever com rigor, comparativamente, o conteúdo profundo dos diários paulistas, de cinco revistas semanais ilustradas e ainda, no que respeita exclusivamente à violência, de doze jornais e três revistas de São Paulo e do Rio.

A pertinência da análise de conteúdo (empírica) para os estudos de jornalismo comparado levou a que fosse usada por Marques de Melo noutras pesquisas que promoveu, nomeadamente as importantes *Identidade da Imprensa Brasileira no Final de Século: Das Estratégias Comunicacionais aos Enraizamentos e às Ancoragens*

³² Num outro estudo incluído nesta obra, Marques de Melo usa outro método empírico, o inquérito, para pesquisar sobre os hábitos de leitura e imagem de um jornal do Recife.

Culturais (1998) e *De Belém a Bagé: Imagens Midiáticas do Natal Brasileiro* (1998). Nessas obras, o autor esforçou-se por incutir nos colaboradores que realizaram as pesquisas sectoriais a ideia de que a interpretação explicativa dos fenómenos descritos e delimitados numa investigação científica não só tem de ser feita à luz de uma contextualização teórica pertinente mas também tem de se fundar em dados empíricos, para o caso excertos textuais (identificados, seleccionados e contextualizados através de pesquisa qualitativa) e dados estatísticos (obtidos através da análise sistemática de conteúdo, quantitativa).

O livro *Estudos de Jornalismo Comparado* interessa, ainda, por revelar outra das facetas de Marques de Melo como pesquisador: a valorização e resgate histórico da obra dos pensadores e pesquisadores que fundaram os campos da Comunicação e do Jornalismo no Brasil e na América Latina. Nesse trabalho, Marques de Melo evoca, por exemplo, a acção do CIESPAL na definição de linhas orientadoras da pesquisa em Comunicação na América Latina e as dádivas teóricas e metodológicas ao jornalismo de autores (nem sempre da área das Ciências da Comunicação) como: Gilberto Freyre, Carlos Obracker Jr., Florestan Fernandes, Roger Bastide (professor francês da USP), Arthur Ramos, Aniela Meyer Ginsberg, Ecléa Bosi, Domingos Vieira Filho, Vicente Salles, Waldemar Valente, Azis Simão, José Albertino Rodrigues, Paula Beiguelman, Jean Roche (o já referido pesquisador francês que elaborou um estudo sobre a colonização alemã no Rio Grande do Sul usando a imprensa), Zdenek Hampejs (o linguista checo, também referenciado anteriormente, que analisou linguisticamente a imprensa brasileira), Pedro Perafita de Bessa, Danton Jobin, Luiz Beltrão e o francês Jacques Kayser.

1.2 A recuperação e valorização do pensamento jornalístico autóctone brasileiro na obra de Marques de Melo

Um dos eixos centrais da obra de Marques de Melo tem passado, conforme é visível em todo este trabalho, pela recuperação e valorização do pensamento jornalístico autóctone brasileiro. Assim, em obras como a sinóptica *Teoria do Jornalismo: Identidades Brasileiras* (2006), que reúne o essencial do seu pensamento jornalístico, Marques de Melo evoca as ideias manifestadas pelos brasileiros que, ao longo do tempo, foram pensando o jornalismo, incluindo, obviamente, Luiz Beltrão, seu primeiro

patrono e mentor, de quem absorve algumas das opções intelectuais. Defende, no mesmo sentido, que a influência académica externa, nomeadamente a do professor português Nelson Traquina, motivada pela dificuldade em se obterem os clássicos dos autores brasileiros (como *Iniciação à Filosofia do Jornalismo*, de Beltrão), introduziu enfiamentos no pensamento jornalístico brasileiro. A aplicação de ideias exógenas ao jornalismo brasileiro, assegura o autor, levou à construção de uma produção teórica que não leva suficientemente em linha de conta a realidade jornalística e sócio-cultural brasileira (Marques de Melo, 2006: 35-36). Por isso, para José Marques de Melo (2006: 35-36) é fundamental voltar a uma “leitura brasileira” dos conceitos e paradigmas do campo jornalístico, apresentando como exemplo a seguir a sagaz obra do conceituado escritor e pesquisador em jornalismo Felipe Pena (da Universidade Federal Fluminense), *Teoria do Jornalismo* (2005).

Nessa linha, José Marques de Melo foi o primeiro pesquisador contemporâneo a lembrar que a pesquisa brasileira em jornalismo começou nos finais do século XIX, com a publicação de trabalhos de historiadores como o barão de Studart, Max Fleuss, Afonso de Freitas, Moreira de Azevedo, Vale Cabral, Craveiro Costa e, muito especialmente, Alfredo de Carvalho, patrono daquela que é actualmente a Rede Alcar, devotada aos estudos sobre história do jornalismo. Marques de Melo (2006: 15-17) assinala, inclusivamente, a edição de um número especial da *Revista do Instituto Histórico e Geográfico Brasileiro*, comemorativo do primeiro centenário do jornalismo no Brasil, em 1908.

Num segundo momento, conforme explica Marques de Melo (2006: 16), a pesquisa brasileira em jornalismo alargou-se às questões do direito e da liberdade de imprensa, embora esta perspectiva jurídica, sustenta o autor, tenha confluído, por vezes, com a histórica.

Para Marques de Melo (2006: 17-36), após os estudos iniciais, a pesquisa em jornalismo no Brasil atravessou quatro etapas, que configuraram outras tantas correntes de pesquisa:

A. Corrente ético-social

Funda-se sobre as discussões do pós-guerra e do final do Estado Novo brasileiro e é marcada pelo afluxo de professores formados em Direito às escolas de jornalismo. Acentua as questões jurídicas, éticas e deontológicas e os valores jornalísticos, como o “dever da verdade” (Rui Barbosa). Pontificam nesta fase, evoca Marques de Melo, autores como Henrique de Brito Viana, José Freitas Nobre, Saint-Clair Lopes, João Feder, Anis José Leão, Luiz Beltrão, Danton Jobim e Celso Kelly.

B. Corrente técnico-editorial

Nesta fase, detonada pelo golpe militar de 1964 e incentivada pela modernização das empresas jornalísticas e pela reforma pedagógica que impôs o currículo mínimo, surgem preocupações com a técnica jornalística. Marques de Melo (2006: 25-28) recorda, nesse campo, o trabalho meritório do seu patrono, Luiz Beltrão, que escreveu livros como *A Imprensa Informativa* (1969), *Jornalismo Interpretativo* (1976) e *Jornalismo Opinativo* (1980), e ainda de autores como Zita de Andrade Lima, Walter Sampaio, Mário Erbolato, Manoel Vilela Magalhães e Esaú de Carvalho. Evoca, ainda, Juarez Bahia, que, em dois livros fundamentais (*Três Fases da Imprensa Brasileira*, de 1960, e *Jornal, História e Técnica*, de 1964), procura descrever as mutações técnicas ocorridas na imprensa brasileira ao longo da história.

C. Corrente político-ideológica

Nesta fase, o Brasil teria assistido ao desenvolvimento da crítica ao jornalismo, motivada pelo “equivocos frankfurtianos” (Marques de Melo, 2006: 28) que tinham crescente aceitação no país. José Marques de Melo (2006: 29-32) recorda, por exemplo, Cremilda Medina, que sustentava que a notícia contemporânea só se entende num quadro de uma sociedade de consumo urbana e industrial; Nilson Lage, para quem a técnica da notícia tinha subjacente uma ideologia; António Serra, que preconiza que a imprensa tem capacidade de projectar as noções de norma e desvio através da apresentação de personagens “desviantes” (criminosos, marginais, vagabundos...) que se contrapõem às personagens normais (políticos,

polícias...); Dulcília Buitoni, que defendia que a imprensa feminina faria uma espécie de lavagem ao cérebro das mulheres, levando-as a optar pelo consumo desenfreado, etc.

D. Corrente crítico-profissional

Neste novo momento da pesquisa em jornalismo brasileira, assume-se que o jornalismo é “uma profissão dotada de grande significado social e de profunda influência política” (Marques de Melo, 2006: 32). Pretende-se, assim, entender essa profissão e aclarar a sua identidade, tendo em conta o entorno da acção jornalística. Para o efeito, recorre-se, diz Marques de Melo (2006: 32), ao “arsenal metodológico” das ciências sociais e humanas.

Quem são os autores que estruturaram esta nova corrente de pesquisa jornalística, de acordo com Marques de Melo? Ele próprio, pois identifica-se com esta orientação científica, mas também Cremilda Medina, Carlos Eduardo Lins da Silva, Wilson da Costa Bueno, Gerson Moreira Lima e Regina Festa.

1.3 A história do jornalismo na obra de Marques de Melo

A paixão de Marques de Melo pela história, visível, por exemplo, nas preocupações que denotou em sistematizar, ordenar e periodizar cronologicamente o pensamento jornalístico brasileiro, levou-o a eleger para tema da sua tese doutoral a questão da introdução tardia do jornalismo no Brasil. No livro *História Social da Imprensa* (2003), reedição do livro *Sociologia da Imprensa Brasileira* (1974), que resultou dessa tese, o referido autor, contrariando a versão oficiosa, considera que o aparecimento da imprensa no Brasil foi tardia não por acção directa e intencional da governação portuguesa mas sim porque não fazia falta, por razões decorrentes da estrutura social brasileira, essa sim resultante da colonização (capitalismo dependente). As razões que retardaram o aparecimento da imprensa e, conseqüentemente, do jornalismo no Brasil, foram então, segundo Marques de Melo (2003), as seguintes:

1. Analfabetismo geral;
2. Natureza feitoral e coronelística da colonização;
3. Urbanização incipiente;
4. Mercado interno irrelevante;
5. Comércio externo parco e monopolizado;
6. Indústria incipiente;
7. Precariedade da burocracia e da iniciativa estatal;
8. Actividades culturais e científicas embrionárias.

Marques de Melo (2003: 26-29) explica, na tese, para explicar os resultados, recorrer ao método *funcionalista*, enquadrado pela proposta de Durkheim, aperfeiçoada por Radcliffe-Brown, segundo a qual um facto social decorre das necessidades do organismo social em que surge. Assim, para ele, enquanto não existiu necessidade social orgânica para a introdução da imprensa no Brasil, esta não foi implantada no país. Marques de Melo recorda, aliás, que as sete tentativas de introdução da tipografia no Brasil, desde a tentativa dos holandeses no Recife, em 1642, à tentativa do padre Viegas de Menezes, em Minas Gerais, em 1807, foram goradas porque, no contexto existente, as tipografias não encontraram forma de subsistir. Para ele, o colonialismo português, ao tornar o Brasil extraordinariamente dependente da metrópole, atrofiou o desenvolvimento saudável da sociedade brasileira.

Mais tarde, em 1982, num texto publicado nos *Cadernos Intercom*, Marques de Melo recorre ao mesmo método para explicar as razões para a histórica e continuada crise da imprensa no Brasil: incapacidade aquisitiva dos brasileiros; analfabetismo; pouca tradição de participação política; e elitismo da imprensa. Volta a estas questões em *Teoria do Jornalismo* (2006: 93-108).

1.4 Pesquisar em jornalismo a partir do jornalismo: proposta da obra de Marques de Melo

Em obras como *A Opinião no Jornalismo Brasileiro* (1985, republicado em terceira edição em 2003 sob o título *Jornalismo Opinativo: Géneros Opinativos no Jornalismo Brasileiro*) e mesmo em colectâneas lógicas e sequenciais de textos individualizados, publicados ou apresentados ao longo do tempo, como *Jornalismo Brasileiro* (2003) e *Teoria do Jornalismo: Identidades Brasileiras* (2006), José Marques de Melo esforça-se por fazer os Estudos Jornalísticos saírem do “gueto académico”, ainda que sem abandonar uma matriz de pensamento – pensar o jornalismo a partir do jornalismo. Nesse campo, apresenta, por exemplo, suas noções sobre a identidade do jornalismo brasileiro, que considera ser fundado, ao mesmo tempo, na mestiçagem (influências externas de Portugal, da França e, principalmente, dos Estados Unidos) e na individualidade (influências autóctones, incluindo dos empresários e jornalistas brasileiros inovadores) (Marques de Melo, 2003: 13 – 17 e ss.; Marques de Melo, 2006: 67-71). Defende, igualmente, que o jornalismo contribui para a democratização do conhecimento, incluindo do conhecimento científico e tecnológico; tem uma faceta educativa, embora problemática; fortalece a cidadania, inclusivamente graças a formas de jornalismo que no Brasil têm fortes matizes autóctones, como o jornalismo comunitário; e permite a representação da mulher (Marques de Melo, 2006: 115-176).

1.4.1 A objectividade jornalística segundo Marques de Melo

Uma questão que merece profunda reflexão por parte de Marques de Melo é a velha discussão sobre a natureza da objectividade jornalística, um valor jornalístico perene no campo.

O autor sustenta que o ideal de objectividade permanece como um desafio ético, técnico e profissional para a actividade jornalística, não podendo ser reduzida a um mito. Para ele, uma maior participação do jornalista na notícia não é a solução, já que fazê-lo pode “perenizar a distorção” (Marques de Melo, 2006: 48). Pelo contrário, a capacidade de noticiar implica uma habilidade técnica e instrumental do jornalista que implica:

“– *veracidade* (circunscrição ao real, factível, comprovável,

- *clareza* (identificação dos elementos que permitam ao interlocutor a reconstituição integral do objecto narrado) e
- *credibilidade* (apresentação de indícios e evidências suficientes para suscitar a confiança colectiva).” (Marques de Melo, 2006: 50)

Continua o autor:

Não se pretende que a narração objectiva exclua o testemunho do próprio jornalista, que muitas vezes diverge ou conflitua com suas fontes. Mas se exige que o jornalista exponha o que apurou pessoalmente, onde e como, e o que relataram os personagens envolvidos nas ocorrências ou que as observaram circunstancialmente.” (Marques de Melo, 2006: 50)

Nessa perspectiva, o direito do jornalista à expressão da sua opinião no veículo jornalístico para o qual trabalha, segundo o autor, só pode ser exercido no quadro do desempenho de uma profissão que visa, antes do mais, garantir a necessidade social e pessoal de informação e o direito democrático do cidadão a ser informado, ou seja, o direito do cidadão a “saber o que se passa”. Isso implica, para Marques de Melo, que antes do próprio jornalista (ou do empresário jornalístico) se pronunciar(em) opinativamente sobre as realidades noticiadas, têm de dar espaço a uma pluralidade de fontes e devem descrever honestamente os factos de forma “objectiva, veraz, comprovável e confiável”, para só depois, entrelaçadamente, se tal opção for pertinente, analisarem, interpretarem e valorarem esses mesmos factos (Marques de Melo, 2006: 48-49). Num sistema democrático que garanta a liberdade de expressão e de informação, liberdades essas materializadas, em especial, na liberdade de imprensa, as diferentes versões de um facto podem, assim, em tese, chegar ao espaço público, quer por acção do jornalista na auscultação plural das fontes e na descrição e escarpelização das variáveis por trás desse facto, quer pela garantia da “pluralidade de canais de expressão jornalística”. O cidadão, “capaz de ter acesso a distintos relatos” sobre um facto, transforma-se, em consequência, de acordo com Marques de Melo (2006: 50), no “árbitro” da objectividade jornalística, privilegiando entre esses relatos, “aquele que considera mais correcto, mas tendo a possibilidade de comparar, confrontar, para aferir a veracidade, a exactidão e a credibilidade manejadas pelos jornalistas”.

1.4.2 Os géneros jornalísticos opinativos na versão de Marques de Melo

Desde os seus tempos de professor que a segmentação e caracterização dos géneros jornalísticos preocupa José Marques de Melo. A sua pesquisa de livre-docência, por exemplo, debruçava-se sobre géneros jornalísticos opinativos e dela resultou o livro *A Opinião no Jornalismo Brasileiro* (1985, republicado em terceira edição em 2003 sob o título *Jornalismo Opinativo: Géneros Opinativos no Jornalismo Brasileiro*). Nesse livro, bem como em textos diversos, entre os quais os reunidos na colectânea antológica *Teoria do Jornalismo: Identidades Brasileiras* (2006), Marques de Melo sustenta que os géneros jornalísticos são manifestações específicas do campo do jornalismo que, no Brasil, conjugam influências externas com particularidades autóctones. Assim, o comentário, a coluna e a crónica, no Brasil, “assumem uma função eminentemente opinativa, explicitando juízos de valor, buscando influenciar o público” (Marques de Melo, 2006: 70). Para Marques de Melo (2003; 2006: 70-71; 177-210), os aspectos caracterizadores dos géneros jornalísticos opinativos, tal como se expressam no Brasil, são os seguintes:

A. Coluna

Funciona como resquício do coronelismo, assumindo-se como núcleo de poder.

B. Crónica

Tem intencionalidade política e visa a intervenção social, mas a expressão é poética.

C. Resenha

É superficial, pelo que se torna “presa fácil” dos protagonistas e promotores da indústria cultural. Afasta-se, por isso, da seriedade e profundidade das resenhas do jornalismo francês ou norte-americano.

D. Editorial

No jornalismo brasileiro, é sua função dialogar com os poderes, de forma insinuante, ou ostensiva ou ainda ameaçadora.

E. Caricatura

Ao invés de se traduzir na tradução gráfica da opinião editorial, como é norma no jornalismo norte-americano e hispano-americano, no Brasil a caricatura “assume o papel de intérprete do comportamento colectivo, ironizando o quotidiano, satirizando seus personagens, bem no estilo maroto da gozação nacional”.

F. Carta

Neste género, tende a insinuar-se um “certo ar de malandragem” próprio do povo brasileiro, já que se o leitor pretende preservar o anonimato, o editor tenta “pôr na boca do cidadão comum as críticas ou denúncias que, por conveniência, não estão nas páginas da reportagem.”

Conclusões

Esta breve incursão pelos caminhos de José Marques de Melo como teórico do jornalismo permite caracterizá-lo:

1. Como um *jornalista* que ao longo da sua vasta obra comunicacional nunca deixou de ver no Jornalismo não apenas uma actividade técnica e profissional passível de ser ensinada e aprendida, que exige profissionais qualificados, eticamente engajados e conhecedores, defensores e praticantes dos valores jornalísticos que sedimentam a “tribo jornalística” e enformam a respectiva deontologia, mas também um campo científico específico e uma actividade de promoção individual e social de conhecimento. Pare ele, nos Estudos Jornalísticos, *o jornalismo deve ser, antes de mais, pensado a partir do próprio jornalismo.*

2. Como um *funcionalista*, na linha de Durkheim, Merton, Weber, Groth ou Radcliffe-Brown, e um *empirista*, na linha de Kayser, que, sem tirar valor à reflexão, recusa que esta se faça num quadro de infinita reprodução da teoria (a teoria sobre teoria), advogando, pelo contrário, para os Estudos Jornalísticos, em particular, e para as Ciências da Comunicação, em geral, a análise interpretativa e explicativa, mas sempre contextual, sobre dados reais e documentais, obtidos no terreno e tratados quantitativa e qualitativamente.

3. Como um *glocalista histórico*, já que, para explicar os fenómenos jornalísticos, convoca o pensamento jornalístico e comunicacional dos velhos mestres – incluindo os brasileiros e outros latino-americanos – para o aliar ao das novas gerações de pesquisadores, projectando-o, híbrido, na comunidade científica global, no seio da qual é visto como o principal teórico lusófono do Jornalismo e da Comunicação.

Bibliografia

GOBBI, Maria Cristina (Org.) (2001): *Grandes Nomes da Comunicação: José Marques de Melo*. Recife: Centro de Estudos da Imprensa e Universidade Católica de Pernambuco.

MARQUES DE MELO, José (1970): *Comunicação Social: Teoria e Pesquisa*. Petrópolis: Vozes.

MARQUES DE MELO, José (1972): *Estudos de Jornalismo Comparado*. São Paulo: Pioneira Editora.

MARQUES DE MELO, José (1982): Brasil: Imprensa e capitalismo dependente. *Cadernos Intercom*, ano 1, n.º 3, Agosto de 1982, pp. 70-79. São Paulo: Intercom.

MARQUES DE MELO, José (1998): *Teoria da Comunicação: Paradigmas Latino-Americanos*. Petrópolis: Vozes.

MARQUES DE MELO, José (2003): *História Social da Imprensa*. Porto Alegre: EdUPUCRS. [Publicado originalmente sob o título *Sociologia da Imprensa Brasileira*, pela editora Vozes, em 1974].

MARQUES DE MELO, José (2003): *Jornalismo Brasileiro*. Porto Alegre: Sulina.

MARQUES DE MELO, José (2006): *Teoria do Jornalismo: Identidades Brasileiras*. São Paulo: Paulus.

MARQUES DE MELO, José e KUNSCH, Waldemar Luiz (Orgs.) (1998): *De Belém a Bagé: Imagens Midiáticas do Natal Brasileiro*. São Bernardo do Campo: Cátedra UNESCO/UMESP.

MARQUES DE MELO, José e QUEIROZ, Adolpho (1998): *Identidade da Imprensa Brasileira no Final de Século*. São Bernardo do Campo: Cátedra UNESCO/UMESP.