



PROEXT
PRÓ-REITORIA DE EXTENSÃO



Ministério da
Integração Nacional



Quando a Mídia Pauta o Debate Político: o caso SUDENE¹

Deijenane Gomes dos Santos²

Resumo

Este artigo analisa o processo de criação da SUDENE partindo da perspectiva do conceito de *agenda-setting*, o qual trata da influência da mídia em pautar assuntos tidos como relevantes dentro da esfera pública. O *paper* analisa as menções à SUDENE, à Questão Nordestina e a Celso Furtado no Diário de Pernambuco e Jornal do Commercio, os dois periódicos mais importantes de Pernambuco e que foram pesquisados pelos bolsistas³ do PROCONDEL. O escopo temporal é 1959, ano em que se discutiu a criação de uma instituição federal que pudesse lidar com a questão nordestina, a qual veio a se concretizar em 15 de dezembro do mesmo ano.

Palavras-chave: SUDENE; imprensa; agendamento; esfera pública.

Abstract

This paper analyses the creation process of SUDENE from the perspective of the agenda-setting concept, which deals with media influence in putting on agenda issues regarded as relevant in the public sphere. This article analyses the mentions to SUDENE, to the Northeast Issue and to Celso Furtado in the Diário de Pernambuco and Jornal do Commercio, the two most important newspapers of Pernambuco, which were investigated by the PROCONDEL researchers. The time span is 1959, a year in which it was discussed the creation of a federal institution able to tackle the Northeast Issue and which came to be created on December the 15th that same year.

Key words: SUDENE; media; agenda-setting; public sphere.

Resumen

Este artículo analiza el proceso de la creación de la Superintendencia para el Desarrollo del Nordeste-SUDENE por la perspectiva del concepto del *agenda-setting*, lo que trata de la influencia de la media en colocar en la agenda asuntos comprendidos como relevantes en la esfera pública. Este *paper* investiga las menciones a la SUDENE, a la causa del Nordeste brasileño y a Celso Furtado en los periódicos Diário de Pernambuco y Jornal do Commercio, los dos más importantes periódicos de la provincia de Pernambuco, en el nordeste de Brasil, los cuales fueron analizados por los becarios del PROCONDEL. El período investigado es el 1959, año en lo que se discutió la creación de una institución federal que pudiera tratar de la cuestión nordestina, la cual, fue creada en el 15 de diciembre de aquel año.

Palabras clave: SUDENE; media; *agenda-setting*; esfera pública

¹ Artigo elaborado como parte integrante do Projeto de Preservação e Disponibilização do Acervo do Conselho Deliberativo da SUDENE – PROCONDEL.

² Mestranda do Programa de Ciência Política da UFPE: deijenanesantos@gmail.com

³ Sergio Cavalcanti e Pedro Maranhão, alunos do Curso de Ciência Política da UFPE.

Introdução

A imprensa é uma instituição que costuma ter influência em questões de relevância para o debate público, não apenas ao cobrir tais assuntos, mas ao definir o que pode ou não ser classificado como relevante dentro do escopo político. Há inúmeras teorias que tratam do fazer jornalístico e que revelam o quanto o trabalho da imprensa é uma construção que acaba por influenciar de algum modo às próprias notícias veiculadas e a forma como os consumidores destas informações as recebem e as interpretam.

Entre os muitos vieses de análise acerca do poder de influência da imprensa na esfera pública, está o conceito de agendamento (*agenda-setting*), que, grosso modo, trata do papel da mídia em pautar os assuntos tidos como relevantes politicamente. Esta abordagem será explicada neste artigo com o objetivo de analisar o caso da criação e consolidação da SUDENE do ponto de vista da influência da imprensa em pautar a questão nordestina como relevante para o debate político nacional. Serão levados em conta alguns critérios tais como quantas vezes e de que maneira (notas, editoriais, matérias, artigos) o projeto SUDENE foi mencionado na imprensa, analisando se a imprensa serviu de tribuna para importantes personagens do processo de criação e consolidação da SUDENE e a possível influência do que foi apresentado pela imprensa nas decisões tomadas pelos envolvidos no processo.

1. Pautando questões políticas

A imprensa noticia certos assuntos por serem estes relevantes ou os mesmos tornam-se relevantes por serem veiculados na mídia? Por algum tempo esta foi uma pergunta que ecoou entre os estudiosos que analisavam a suposta relação dos meios de comunicação com o que a sociedade via como politicamente importante.

Em 1972, Maxwell E. Mccombs e Donald L. Shaw publicam na revista científica *Public Opinion Quarterly*, o artigo seminal “The agenda-setting function of

Mass media”, o qual apresentava os resultados de um experimento que mostrava haver uma relação entre os assuntos veiculados pela mídia e a pauta do debate político. McCombs e Shaw assim definiam sua descoberta (1972, p. 176):

Ao escolher e exibir as notícias, editores, equipe de redação e apresentadores desempenham um papel importante em moldar a realidade política. Os leitores se inteiram não apenas de um dado assunto, mas aprendem sobre quanta importância se deve dar a tal assunto pela quantidade de informação numa história noticiosa e sua posição. (...) a mídia de massa pode muito bem determinar os assuntos importantes, ou seja, a mídia pode estabelecer a ‘agenda’ da campanha.

As descobertas de McCombs e Shaw podem ser vistas como um avanço significativo nas pesquisas sobre a capacidade que a mídia tem em relação à pauta de temas políticos, uma vez que outros pesquisadores já haviam feito investigações nesta área, sendo os mais destacados Walter Lippmann, teórico integrante da Escola de Chicago e Bernard Cohen.

Walter Lippman publicou seu famoso livro *Public Opinion* em 1922 e trouxe o conceito de agendamento em seus primórdios, ainda que sem mencionar o termo agendamento, através da ideia de que a sociedade enxerga o mundo por meio das imagens que a mídia veicula. Para Lippmann, os assuntos que são considerados relevantes para a sociedade são aqueles veiculados pela imprensa, a qual, pelo poder que exerce sobre os indivíduos, apresenta às pessoas um mundo construído pelo discurso jornalístico.

Segundo Lippmann (2004), a escolha deliberada de alguns assuntos pela mídia no que se refere às informações que ela veicula e às imagens que são apresentadas ao público desempenha um papel importante na formação de opinião do público em geral e dos líderes políticos.

O papel da mídia em pautar os assuntos considerados politicamente relevantes foi discutido por Clarke e Palmgreen (1977), os quais, citando o artigo clássico de N. E. Long *Ecology of Games* (1958), um estudo sobre jornais locais, afirmam que estes periódicos têm um papel importante no que se refere a ditar o

que se pensar e que tipos de questões são tidas como prioritárias, em outras palavras, estes jornais determinam a agenda cívica.

2. Teoria do agendamento e o debate sobre a SUDENE: um estudo comparativo do Diário de Pernambuco e o Jornal do Commercio.

O Projeto de Digitalização e Disponibilização do Conselho Deliberativo da SUDENE - PROCONDEL tem como objetivo de viabilizar o acesso ao acervo produzido pelo CONDEL por meio eletrônico, de modo que todos tenham acesso a um capítulo importante da recente história nordestina. Além dos documentos do arquivo do Conselho Deliberativo, o PROCONDEL também inclui pesquisa nos dois principais jornais pernambucanos Diário de Pernambuco e Jornal do Commercio, dada a importância que a mídia impressa tinha à época da criação da SUDENE para o debate público.

Este artigo é resultado da identificação e análise de dados referentes às menções à questão nordestina, à SUDENE e a Celso Furtado nos dois periódicos pernambucanos no ano de 1959, haja vista a importância desse momento para o debate em torno de uma possível solução para o atraso do Nordeste.

Para o leitor não familiarizado com o jargão jornalístico serão apresentadas informações que ajudarão a esclarecer o que significam os resultados obtidos por meio do material selecionado pelos bolsistas nos dois jornais de maior circulação em Pernambuco no que concerne ao papel da mídia no processo de criação da SUDENE. A análise acerca da relação da imprensa e a SUDENE foi feita não apenas por método quantitativo, mas também qualitativo, uma vez que os números sozinhos não explicariam a atuação da mídia.

Para fins de esclarecimento ao leitor, é necessário que se diga que no jornalismo há categorias que são consideradas mais ou menos importantes dependendo de onde as informações estão inseridas. Em um jornal impresso, tipo de veículo analisado neste paper, a organização das notícias é feita por meio de uma hierarquia que mostra a importância que cada informação tem dentro do jornal. Este fato é de suma importância para a aplicabilidade da teoria do agendamento, a

qual analisa se um veículo de comunicação influencia ou não o debate em torno de determinadas questões.

Por isso é importante saber qual o espaço que é reservado a certas informações dentro de um veículo de comunicação para que se possa avaliar o peso destas notícias no debate político. Para a teoria do agendamento, não apenas o número de notícias em relação a um tópico é considerado importante ao se avaliar o papel da mídia em pautar o debate político, mas também o tipo de espaço reservado a esta informação.

Por motivos metodológicos, as notícias relacionadas à questão nordestina, à SUDENE e a Celso Furtado foram separadas em três categorias: matérias/notas, artigos de opinião e editoriais. Esta categorização teve como critério norteador a importância do espaço que as notícias ocupam na hierarquia de um jornal, pois como já fora mencionado antes, para a teoria do agendamento não se considera um assunto relevante para o debate público apenas pelo número de vezes que o mesmo é mencionado nos jornais, mas também pela maneira que este assunto é mostrado. Portanto, uma categorização que leve em conta a hierarquia das notícias dentro de um jornal parece mais indicada se o objetivo é mostrar o nível de relevância que este veículo atrela a determinado tópico, alçando-o à categoria de politicamente relevante para a sociedade.

Dentre as categorias escolhidas para a análise feita neste artigo, a mais importante para a teoria do agendamento é o editorial, haja vista ser este a opinião expressa do jornal, seguido pelo artigo de opinião, que geralmente expõe a posição de um jornalista de renome do veículo, e por último, as matérias e notas, informações objetivas e com relevância em menor grau que as categorias anteriores dentro do escopo da teoria do jornalismo.

De acordo com Francisco Alves Filho (2006), o editorial constitui-se em um gênero de discurso que apresenta interação social com os leitores do jornal no qual ele está inserido e possui uma autoria social e histórica configurada previamente e materializada textualmente denominada autoria institucional. Isso significa que a

opinião do veículo de comunicação, seja este revista, programa jornalístico televisivo ou radiofônico é apresentada no editorial, o que faz deste gênero do texto jornalístico uma fonte rica para a análise da influência das empresas de mídia na definição dos assuntos considerados sócio e politicamente relevantes.

Em segundo plano entre os gêneros jornalísticos importantes para a teoria do agendamento está o artigo de opinião, uma vez que ele é o meio geralmente utilizado pelos jornalistas mais renomados de uma dada publicação para expressar suas visões acerca de determinado assunto. De acordo com Boff, Köche e Marinello (2009) o artigo de opinião é um gênero textual que utiliza a argumentação para analisar, avaliar e responder a uma questão controversa. Segundo os autores, a interação entre o autor do artigo e seu público se dá por meio da construção de um ponto de vista, daí a importância de tal gênero jornalístico para a análise baseada na teoria do agendamento, uma vez que a mesma trabalha com a influência da imprensa na escolha os assuntos tidos como relevantes politicamente e socialmente.

A última das categorias noticiosas analisadas neste artigo inclui a matéria ou reportagem e a nota jornalística, as quais fazem parte de uma classificação primordialmente informativa, ao contrário do editorial e do artigo de opinião, que entram na definição argumentativa/opinativa. Citando Faria e Zanchetta, Magna Lúcia da Silva (2006) afirma que a reportagem busca recuperar as informações apresentadas e aprofundá-las, não apenas informando pontualmente sobre um fato, mas também observando suas raízes e seu desenrolar.

Já o gênero nota jornalística, é dividido em vários subgêneros, segundo Lisette Fernandes Figueiredo (2003), sendo o único que interessa a esta pesquisa o tipo noticioso, definido como o relato de uma notícia de modo sintético pela autora. Ao contrário dos gêneros de cunho opinioso presentes nas duas primeiras categorias, a nota e a reportagem ou matéria são exemplos do gênero noticioso objetivo, ou seja, não há emissão de opiniões nas mesmas, apenas informação de certos fatos.

É importante mencionar que para fazer a contagem das menções à Questão Nordesteira, à SUDENE e a Celso Furtado no Jornal do Commercio e no Diário de Pernambuco foi realizado um estudo a partir das fotografias dos microfílmes que fazem parte do acervo da Fundação Joaquim Nabuco. As fotos foram identificadas pelos dois pesquisadores-bolsistas do PROCONDEL e analisadas para que os dados obtidos pudessem servir de corpus para a pesquisa do PROCONDEL.

2.1 Metodologia

A contagem foi feita mês a mês do ano de 1959 e depois se fez uma categorização das informações apresentadas pelos jornais resultando em dados que ilustram o que a teoria do agendamento defende, ou seja, que a imprensa é capaz de agendar as questões tidas como relevantes para a sociedade. Os gráficos a seguir mostram o que se pode confirmar por meio da análise dos dados.

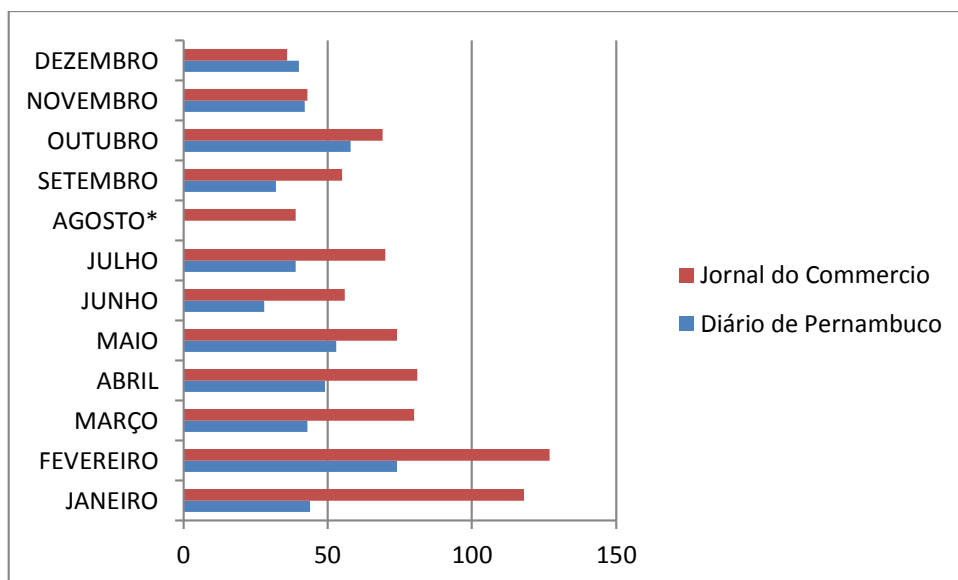


Gráfico 1. Número Total de Menções.

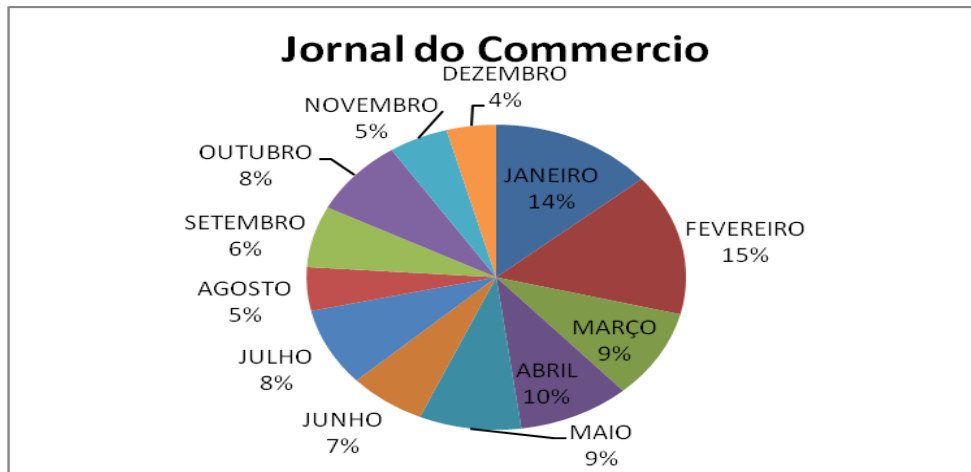


Gráfico 2. Porcentagem de Menções

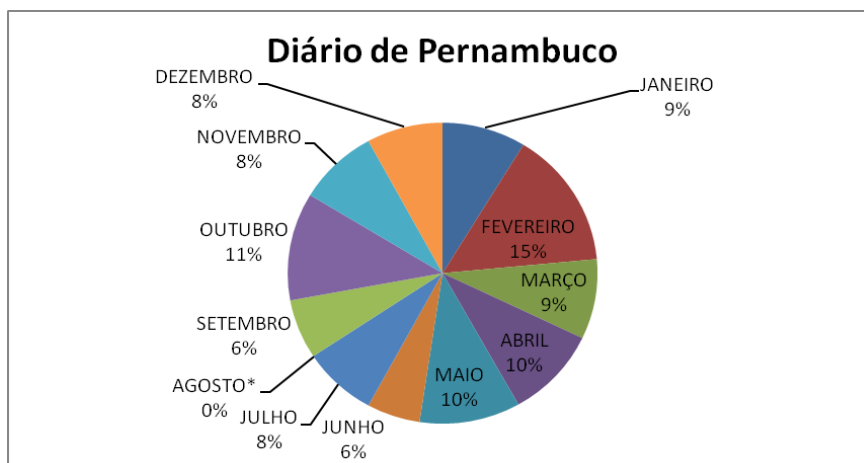


Gráfico 3. Porcentagem de Menções.

O Gráfico 1 mostra a comparação entre os dois jornais em relação ao número total de menções à Questão Nordeste, à SUDENE e a Celso Furtado no ano de 1959. Segundo o material analisado, foram 502 menções no Diário de Pernambuco, com uma média mensal de 41,83 menções, excetuando-se o mês de agosto, uma vez que não foi possível fotografar o período em questão em virtude da má conservação dos microfilmes.

O Jornal do Commercio apresentou 848 menções, com média mensal de 70,66 menções. Com exceção dos meses de novembro e dezembro, cuja diferença do Jornal do Commercio foi bem pequena em relação ao Diário de Pernambuco, os outros meses mostram uma vantagem do primeiro, especialmente no período de

janeiro. Os meses de janeiro e fevereiro mostram que o Jornal do Commercio ficou à frente do concorrente de maneira significativa.

Os gráficos 2 e 3 mostram a porcentagem de menções feitas por cada um dos periódicos e permite uma visualização mais clara do quanto os jornais analisados dedicaram àqueles temas. Uma vez que não apenas o número de menções é importante para se afirmar que a mídia pauta os temas considerados mais relevantes politicamente, a maneira como estas referências são feitas também deve ser levada em consideração. A análise mostrou resultados interessantes no que concerne às matérias/notas, artigos de opinião e aos editoriais nos dois jornais.

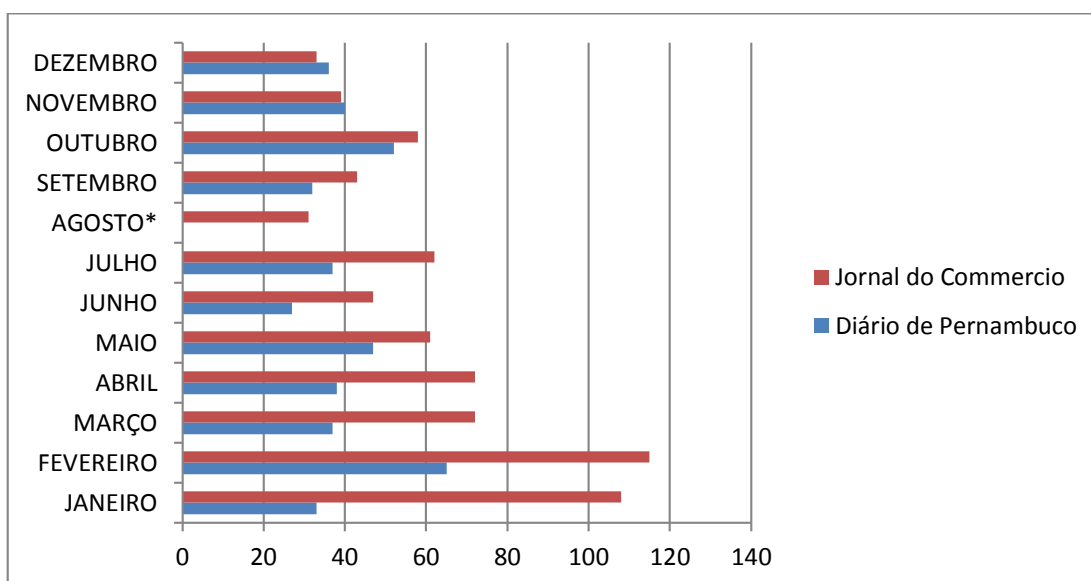


Gráfico 4. Número de Matérias/Notas por Jornal.

O Gráfico 4 apresenta o comportamento dos dois periódicos em relação ao número de matérias/notas veiculadas durante o ano de 1959 mês a mês, onde se observa novamente a predominância do Jornal do Commercio. Comparando o mês em que houve maior incidência de menções nos dois jornais, no caso fevereiro, é possível observar que o Jornal do Commercio também ficou à frente do concorrente, com 115 matérias sobre os temas, enquanto o Diário veiculou apenas 65 referências.

Se as reportagens são importantes para medir o quanto a imprensa pode pautar assuntos políticos, as duas categorias apresentadas nos gráficos a seguir,

artigos de opinião e editoriais, são ainda mais conclusivas para determinar a influência da mídia, pois como já fora explicado, estes gêneros jornalísticos são a expressão das opiniões de jornalistas e dos veículos de comunicação, respectivamente.

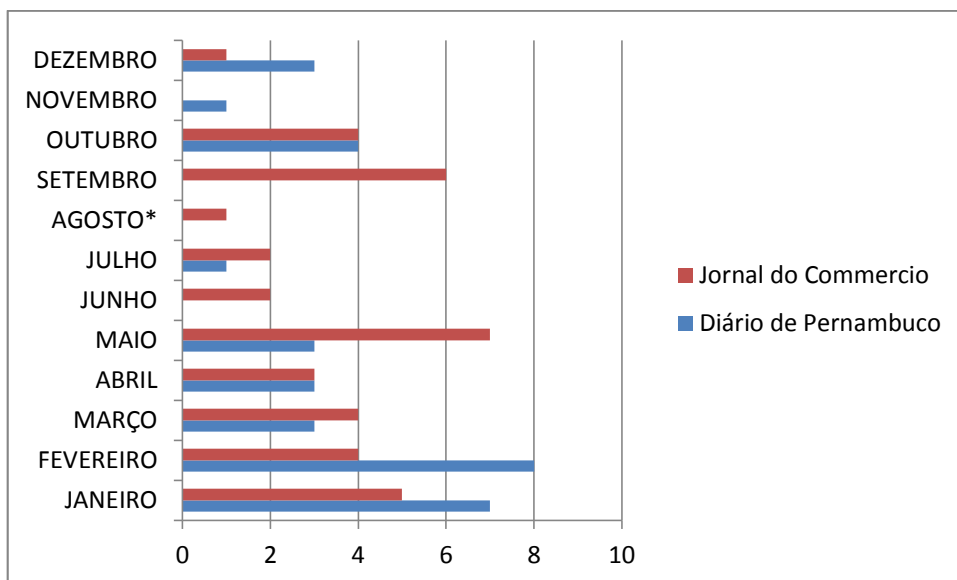


Gráfico 5. Número de Artigos por Jornal.

Ao contrário dos gráficos anteriores, cuja liderança do Jornal do Commercio é visível, o Gráfico 5 mostra que o Diário de Pernambuco e o Jornal do Commercio ficaram mais próximos nas avaliações, ainda que com o segundo mantendo a liderança em número de artigos de opinião publicados. O Jornal do Commercio esteve na liderança durante 05 meses, enquanto o concorrente foi líder em 04 ocasiões. Nos meses de abril e outubro, os periódicos empataram em números de artigos de opinião publicados, 04 cada um.

Levando-se em consideração o fato de que os artigos que expressam opinião são mais importantes para uma análise que investiga a possível influência da mídia em pautar assuntos políticos relevantes, o Jornal do Commercio utilizou-se muito mais desta ferramenta para influenciar a opinião pública em relação à Questão Nordestina e à criação da SUDENE.

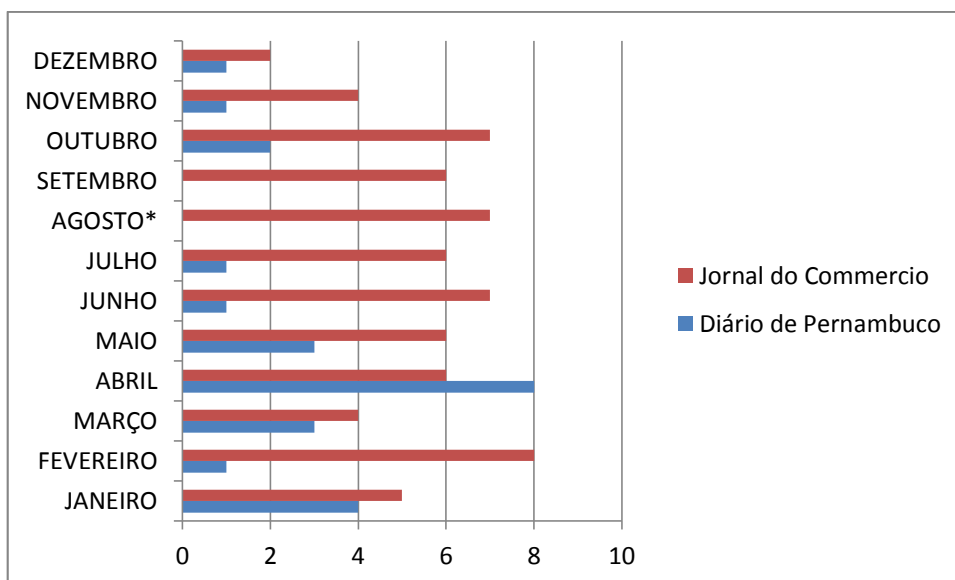


Gráfico 6 Número de Editoriais

O Gráfico 6 apresenta claramente a liderança incontestável do Jornal do Commercio em relação ao Diário de Pernambuco quando o assunto é emitir opinião e causar impacto no debate público. É necessário mencionar a quantidade de editoriais veiculada pelo Jornal do Commercio neste mês pelo fato de ser um número significativo para este tipo de gênero, (07), isso mostra a força do assunto escolhido como tópico para um editorial, pois um jornal nunca opina sobre coisas que o mesmo não considere relevantes a ponto de comprometê-lo a expressar sua opinião.

Comparando todos os meses, observa-se que o Jornal do Commercio só perdeu a liderança no mês de abril, quando o Diário de Pernambuco publicou 08 editoriais contra 06 do concorrente. Os meses de fevereiro, junho, julho e setembro apresentam diferenças mais díspares em relação ao número de editoriais publicados, com o Jornal do Commercio exercendo liderança significativa. Os gráficos mostram de forma evidente que os jornais locais dedicaram espaço considerável à questão nordestina, à SUDENE e a Celso Furtado, este como homem forte do presidente Juscelino Kubitschek (1956 – 1961), haja vista o número de menções aos mesmos durante o importante ano de 1959.

O principal objetivo deste artigo foi apresentar tanto os dados quanto uma análise que provassem que a mídia tem força para pautar assuntos que serão considerados relevantes politicamente por meio da veiculação dos mesmos em canais de informação como os dois jornais analisados, repercussão que determinado assunto pode receber em função de sua veiculação na imprensa e os desdobramentos possíveis a partir daí.

Isso pode ser observado nos textos dos jornais locais e também de publicações nacionais como o Correio da Manhã e Estado de São Paulo, os quais ilustram o que já fora comprovado pela análise quantitativa apresentada. A influência que a imprensa pode ter em questões como a da criação da SUDENE não passou despercebida por Celso Furtado, o qual não hesitou em angariar apoio da imprensa sulista, como afirmou em uma entrevista, concedida nos anos de 1990, o economista relembrou o episódio (Theodoro, 2007, p. 04):

Tive enorme apoio da imprensa do sul. Do Correio da Manhã — cujo dono, Paulo Bittencourt, me deu apoio irrestrito — ao Estado de São Paulo. Ou seja, os grandes jornais da burguesia, dos grandes interesses do sul do Brasil me apoiaram. Percebi que podia fazer uma aliança tática com eles. É claro que, quando se fosse entrar em problemas mais específicos, como o da reforma agrária, já poderia haver dificuldades. Mas, de uma maneira geral, estavam todos conscientes de que era uma vergonha para o Brasil ter uma região numa situação como a do Nordeste (...) houve mobilização. A grande imprensa do sul... Quando começou a coisa, Juscelino me pediu que entrasse em contato com a imprensa e me deu algumas indicações, como o nome de Paulo Bittencourt, dono do Correio da Manhã e fui lá falar com ele. Expliquei a coisa e ele disse: “olhe, o que vocês estão fazendo aí é tão importante que o Correio da Manhã vai ser o seu órgão oficial”... Impressionante, o jornal jogou tudo... A imprensa tem um lado muito positivo, não é somente, como geralmente se pensa, algo negativo.

Em um artigo de 15 de janeiro de 1959, intitulado “Nordeste: Recuperação”, o Diário de Pernambuco reproduzia trechos de um editorial publicado pelo Correio da Manhã, onde a questão nordestina era o assunto. O editorial afirmava que “se o presidente se lançasse de corpo e alma na luta pela redenção nacional poderia conquistar parte da confiança na sua ação administrativa”.

Aliás, o trabalho do Correio da Manhã em reconhecer a importância de se buscar uma solução para a questão nordestina era elogiado em um artigo do Jornal

do *Commercio* intitulado “Na ordem do dia valorização e desenvolvimento do Nordeste”⁴. O artigo destacava a importância da valorização do nordeste, da promoção de seu desenvolvimento econômico e da integração da região na vida econômica do sul, que estava à frente dos esforços modernizadores da economia nacional à época.

O Estado de São Paulo criticava as intenções do presidente Juscelino Kubitschek em um editorial reproduzido no mesmo jornal um mês depois. O editorial reiterava o que havia afirmado em um texto anterior, que o objetivo do presidente não era ‘procurar uma solução humana e inteligente para o triste drama do nordeste’ e segundo o editorial, os fatos não tardaram em se apresentarem como verídicos.

Outra menção foi feita no mesmo dia ao Estado de São Paulo, que vinha publicando uma série de artigos sobre a Operação Nordeste, mostrando o quanto o periódico paulista estava dando espaço à questão nordestina.

O Estado de São Paulo abriu editorial⁵ afirmando: ‘bem triste impressão nos deixou a leitura da súmula dos trabalhos e debates a que se entregaram os representantes do nordeste reunidos no Rio’ e seguindo a linha dos anteriores, afirmava, entre outras coisas, que a reunião entre os governadores nordestinos e o Presidente não havia chegado a lugar algum em relação ao plano de ação para o nordeste, o que demonstrava apoio ao povo nordestino.

Dizia ainda o editorial, que o plano de ação que deveria ser feito pelo Conselho Deliberativo do Nordeste, ‘iria dormir como tantos outros planos nas gavetas da burocracia nacional’ e que o mesmo era ‘no fundo parolagem politqueira para iludir a desgraçada população nordestina’. O jornal ainda afirmava que um ‘programa econômico não se arquiteta nas nuvens’, e completava dizendo que fosse qual fosse o rumo de desenvolvimento que se pretendesse dar a tal programa, teria de partir e apoiar-se necessariamente em fatores econômicos e de existência real.

⁴ *Jornal do Comercio* de 20/01/1959, p. 4.

⁵ *Jornal do Comercio* 21/02/1959, p. 17.

Estes editoriais de jornais sulistas exibidos na íntegra pelo Jornal do Commercio mostram o espaço que a mídia do sul deu à causa SUDENE, seja prestigiando ou criticando, é fato que o Plano de Ação para o Nordeste era noticiado pelos grandes veículos de comunicação à época e isso contribuiu para ao agendamento da questão nordestina. Os periódicos locais também emitiam sua opinião tanto por meio de editoriais próprios quanto por meio de seus renomados articulistas.

Em artigo⁶ intitulado a “Chamada Operação Nordeste”, Aníbal Fernandes criticava as ações do governo federal, as quais, segundo o autor, eram apenas formas de ‘remediar’ a situação nordestina sem que houvesse mudanças estruturais. A argumentação de Fernandes se baseava na ideia de que as ações paliativas implantadas pelo governo federal na região deveriam ser substituídas por um plano de ação que lidasse de maneira aprofundada com as questões do Nordeste.

Murilo Marroquim, outro famoso articulista do mesmo periódico, também opinou criticamente sobre reunião entre os governadores nordestinos e o presidente Juscelino Kubitschek para discutir acerca da Operação Nordeste. O articulista indagava como seria possível continuar a confiar em órgãos governamentais quando muitos deles possuíam seus dirigentes, mas eram manobrados nos bastidores por políticos⁷. A opinião de jornalistas consagrados tem peso considerável no debate público, pois se subentende que o articulista tem autoridade para emitir opiniões sobre determinada questão, esse fato é exemplificado pelo jornalista Antônio Callado

Sabendo do prestígio do jornalista Antônio Callado, principal repórter do Correio da Manhã e da força do próprio periódico, Celso Furtado não hesitou em aliar-se ao jornalista convidando-o para ir ao Nordeste para que a “indústria da seca”, termo cunhado por Callado, fosse denunciada em caráter nacional.

Mendonça (2006) afirma que as matérias de Callado foram de suma importância para que os problemas nordestinos fossem levados ao debate nacional.

⁶ Diário de Pernambuco 15/02/1959, p. 4.

⁷ Diário de Pernambuco 19/02/1959, p. 4.

De 10 a 23 de setembro de 1959, Antônio Callado produziu uma série de reportagens que depois foram compiladas em um livro chamado “Os Industriais da Seca e dos Galileus de Pernambuco”.

A primeira reportagem da série intitulava-se “O Ceará Contra a Irrigação” e trazia, pela primeira vez, a expressão: “industriais da seca”, cuja intenção era denunciar os políticos e os latifundiários locais que impediam o progresso da região por meio da corrupção. Na segunda matéria da série, ele denuncia a grilagem e o coronelismo muito presente na região.

A terceira reportagem de Callado foi intitulada “Despertar em Pernambuco⁸: Homens livres no engenho da Galileia Francisco Julião e o velho Zezé” e trazia a visão de Callado sobre a situação dos camponeses pernambucanos. O repórter abria a matéria dizendo que se as Nações Unidas investigassem as circunstâncias de trabalho no Nordeste, o Brasil passaria vergonha, uma vez que, segundo o jornalista, a Organização das Nações Unidas-ONU, colocaria o país entre as regiões onde havia trabalho escravo.

A quarta reportagem da série, intitulada: “Paraíba Contra a Lei” e trazia denúncias contra o deputado federal Jacó Frantz, definido por Callado como “grileiro em terras públicas”. O repórter ainda defendia a instituição do CODENO como o responsável por colocar em prática o projeto de reforma agrária piloto na região de Pilão⁹ (Mendonça, 2006).

As reportagens de Callado sobre a situação dos agricultores nordestinos e a chamada indústria da seca abriram espaço para o debate acerca da melhor solução para tirar o Nordeste do atraso econômico crônico da região e o jornalista deixou de lado a conhecida objetividade jornalística ao defender de forma veemente a atuação da SUDENE neste contexto (Martinelli, 2006).

⁸ Reportagem especial publicada pelo Correio da Manhã em 17/09/1959. Não é possível localizar o número da página no microfilme. Disponível em < <http://memoria.bn.br/hdb/periodico.aspx>>.

⁹ Pilão Arcado é um município do estado da Bahia.

Antônio Callado atraiu a opinião pública nacional ao denunciar a indústria da seca e os flagelados nordestinos que viviam em condições miseráveis, mas também obtém êxito ao apresentar à opinião pública a solução mais plausível para a solução do atraso nordestino: a SUDENE, que sob a liderança de Celso Furtado, deveria ser vista como plano piloto para o resto do país, tamanha é a envergadura da proposta. De acordo com Martinelli (2006), Antônio Callado foi um grande entusiasta da proposta da SUDENE, e de toda a situação de mudança em curso no Nordeste após 1959, tanto que acabou voltando a Pernambuco em 1963 para fazer uma série de reportagens veiculadas no Jornal do Brasil.

Considerações finais

Apesar das inovações tecnológicas e da concorrência com outros meios de comunicação mais dinâmicos, o jornal impresso ainda mantém lugar cativo como veículo jornalístico nos dias de hoje. Segundo o jornalista e professor da Universidade Federal de Sergipe, Carlos Eduardo Franciscato, “o impresso ainda é o melhor veículo de transmissão de idéias e de análises profundas. Você não só lê no sentido do papel, da letra, mas, você interage com a informação de uma forma mais densa, mais concentrada e mais qualificada”.¹⁰

Segundo Patrícia Bandeira de Melo, os veículos impressos são um meio que situa os homens historicamente, pois os mesmos dependem da mediação da imprensa para entender o que se passa no mundo. Citando Thompson (1998,38), a autora afirma que “nosso sentido de passado e de como ele nos alcança se torna cada vez mais dependente da expansão crescente de um reservatório de formas simbólicas mediadas¹¹” A importância dos jornais impressos no período analisado neste artigo é um ponto interessante de discussão para se compreender o impacto que as informações veiculadas nos periódicos estudados tiveram na opinião pública.

¹⁰ Disponível em <http://empautaufs.wordpress.com/category/educacao/page/3/>.

¹¹ Um passeio pela História da Imprensa: O espaço público dos grunhidos ao ciberespaço. Artigo foi originalmente publicado na Revista Comunicação & informação, da Faculdade de Comunicação e Biblioteconomia da Universidade Federal de Goiás, V. 8, n. 1, (jan./ jun. 2005). Disponível em http://www.fundaj.gov.br/geral/artigo_passeio_historia_imprensa.pdf. Acesso em 06/03/2014.

Se nos dias de hoje o veículo impresso ainda desfruta de prestígio em relação à credibilidade que tem, o que dizer do período analisado neste artigo, o ano de 1959, cuja principal fonte de informação jornalística era o jornal impresso? De fato, a capital pernambucana tinha dois jornais que eram as fontes mais importantes de informação à época, especialmente para a elite econômica e política da região, daí a importância que um assunto assumia ao ser não apenas relatado, mas também apresentado por meio da opinião do jornal ou de um jornalista de renome.

As reportagens de Callado foram o ápice daquilo que se convém chamar de opinião jornalística, uma vez que indo muito além da coleta de informações, o repórter emite sua opinião com o objetivo de influenciar a opinião pública, o que pode ser comprovado por meio da análise dos dois principais jornais locais. A pesquisa mostrou que a opinião pública tomou conhecimento da Questão Nordesteira por meio da imprensa, tanto nacional, quanto local, uma vez que a mídia decidiu posicionar-se em favor do desenvolvimento do nordestino, utilizando-se do espaço nos seus veículos de comunicação para expressar opiniões que tiveram impacto político nacional, atraindo os olhos do Brasil para o Nordeste.

Em uma série de reportagens intitulada “dossiê SUDENE”, publicada na primeira semana de janeiro de 2014, o Jornal do Commercio trouxe à discussão a importância política desta instituição, baseando-se em documentos digitalizados pelo PROCONDEL, demonstrando o papel da imprensa ainda nos dias de hoje, em que mídias digitais cada vez mais ganham espaço, no que concerne à apresentação de assuntos politicamente relevantes à opinião pública.

Se em 1959 a imprensa escrita foi responsável por trazer a Questão Nordesteira para o debate nacional e por atrair o apoio da opinião pública, hoje ela pode ser um *player* no resgate da trajetória de uma instituição cuja envergadura histórica é inegável.



PROEXT
PRÓ-REITORIA DE EXTENSÃO



Ministério da
Integração Nacional



Referências Bibliográficas

Fontes Primárias

Atas do CONDEL

Fontes Secundárias

Jornal do Commercio

Diário de Pernambuco

ALVES FILHO, Francisco. A Autoria institucional nos editoriais dos jornais. **Alfa Revista de Linguística**, São José do Rio Preto, vol. 50, n. 01. 2006. Disponível em: <http://seer.fclar.unesp.br/alfa/article/view/1396>>. Acesso em: 12 mar. 2014

BOFF, Odete M. B.; KÖCHE, Vanilda S.; MARINELLO, Adiane F. O gênero textual artigo de opinião: um meio de interação. **ReVEL**, vol. 07, n. 13. 2009. Disponível em: <www.revel.inf.br>. Acesso em: 12 mar. 2014

LIPPMANN, Walter. **Public Opinion**. 10 ed. Estados Unidos: Project Gutenberg, 2004. Disponível em: < <http://www.gutenberg.org/ebooks/6456>>. Acesso em: 12 mar. 2014

MARTINELLI, Marco; **Antônio Callado, Um Sermonário à Brasileira**. 1 ed. Rio de Janeiro: Annablume, 2006. 270 p. Disponível em: < www.googlebook.com>. Acesso em: 21 jan. 2014.

MCCOMBS, Maxwell; SHAW, Donald L. The Agenda-setting function of Mass Media. **Public Opinion Quarterly**, Oxford, vol. 36, n. 2, jun/set. 1972. Disponível em: <http://www.unc.edu/~fbaum/teaching/plsc541_fall06/mccombs%20and%20shaw%20poq%201972.pdf>. Acesso em: 14 fev. 2014

MENDONÇA, Kleber. O “Gosto de Cinza” da Objetividade: uma análise das reportagens de Antônio Callado sobre as ligas camponesas de Pernambuco. **Unirevista**, São Leopoldo, vol. 1, n. 3, julho. 2006. Disponível em: < <https://www.yumpu.com/pt/document/view/12778889/o-gosto-de-cinza-da-objetividade-uma-analise-das-unirevista>>. Acesso em: 10 dez. 2013.

PALMGREEN, Philip; CLARKE, Peter. Agenda-setting with Local and National Issues. **Communication Research**, Estados Unidos, vol. 04, n. 04, outubro. 1977. Disponível em: <<http://deepblue.lib.umich.edu/bitstream/handle/2027.42/67066/10.1?sequence=2>>. Acesso em: 16 jan. 2014.



PROEXT
PRÓ-REITORIA DE EXTENSÃO



Ministério da
Integração Nacional



SILVA, Magna Lúcia da. **Gênero Textual Reportagem: da produção jornalística à produção escolar**. João Pessoa, 200. Parte da dissertação apresentada ao Programa de pós-graduação em Letras da UFPB, Campus I, na área de concentração: linguagem e ensino, desenvolvido sob a orientação do prof. Dr. Edmilson Luiz Rafael, UFCG. Disponível em:
<http://www.filologia.org.br/ileel/artigos/artigo_198.pdf>. Acesso em: 27 fev. 2014.

SILVA, Magna Lúcia da. **Gênero Textual Reportagem: da produção jornalística à produção escolar**. João Pessoa, 200. Parte da dissertação apresentada ao Programa de pós-graduação em Letras da UFPB, Campus I, na área de concentração: linguagem e ensino, desenvolvido sob a orientação do prof. Dr. Edmilson Luiz Rafael, UFCG. Disponível em:
<http://www.filologia.org.br/ileel/artigos/artigo_198.pdf>. Acesso em: 27 fev. 2014.

THEODORO, Mário. Entrevista com o professor Celso Furtado. **Revista Economia Ensaios**, Brasília, vol. 22, n. 02. 2008. Entrevista concedida ao próprio autor. Disponível em:
<<http://www.seer.ufu.br/index.php/revistaeconomiaensaio/article/view/3248/2438>>.. Acesso em: 16 jan. 2014.