



Novos atores em cena: primeiras análises sobre o *Intercept* Brasil¹

New actors on the scene: first analyses about Intercept Brazil

Ivan Bomfim - Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG) | Ponta Grossa | PR
| Brasil | ivanbp17@gmail.com | ORCID <https://orcid.org/0000-0003-3109-5017>

Resumo: No presente artigo, realizo investigação acerca da linha editorial do *Intercept* Brasil, versão brasileira do site de notícias norte-americano, criada em 2016. Por meio da combinação de análises de viés quantitativo e qualitativo, e entrevistas semiestruturadas com jornalistas da empresa (PEREIRA, 2012), busco realizar interpretação sobre a identidade do veículo. Apesar do curto tempo de existência, o cibermeio jornalístico apresenta expressivas características próprias – como a relativização das noções tradicionais do jornalismo político (MIGUEL, 2002) – compreendidas pela análise dos assuntos que foram noticiados e das conversações com os integrantes do *Intercept*. Tentamos começar a entender o espaço do site no atual cenário da imprensa nacional, em especial com relação à chamada “grande imprensa”.

Palavras-chave: *Intercept* Brasil. Linha editorial. “Grande imprensa”.

Abstract: In this article, I carry out research on the editorial line of Intercept Brasil, the Brazilian version of the North American news website created in 2016. Through the combination of quantitative and qualitative analysis, and semi-structured interviews with journalists of the company (PEREIRA, 2012), I intend to interpret the vehicle’s identity. Despite its short period of existence, the journalistic website presents significant distinctive features – such as the relativization of traditional notions of political journalism (MIGUEL, 2002) –, which can be understood through the analysis of reported subjects and the conversations with Intercept members. We intend to begin to understand the space of the website in the current national press scenario, especially regarding the so-called “Brazilian big press”.

Keywords: Intercept Brazil. Editorial line. Brazilian “big press”.



<http://dx.doi.org/10.22484/2318-5694.2019v7n15p9-27>

Recebido em novembro 2018 – Aprovado em abril de 2019

¹ Versão modificada de artigo apresentado no Intercom Sul 2018 - GT Jornalismo.



1 Introdução

Em outubro de 2016, a Associação Nacional de Jornais (ANJ) entrou com uma Ação Direta de Inconstitucionalidade (ADI-5.613) no Supremo Tribunal Federal (STF) visando à extensão da restrição de participação estrangeira em grupos de comunicação social a portais de internet. A medida foi criticada por grupos midiáticos externos à chamada “grande imprensa”, como veículos e jornalistas de mídias alternativas – os chamados blogueiros progressistas (GUAZINA, 2013) – pesquisadores e militantes de direitos civis, que veem uma tentativa de atingir o trabalho desenvolvido por portais jornalísticos de origem estrangeira que se estabeleceram no país nos últimos anos, a saber: BBC Brasil, El País Brasil e The Intercept Brasil. No presente trabalho, desenvolvo primeira análise acerca deste.

Em 2014, o jornalista norte-americano Glenn Greenwald cria o The Intercept e, dois anos depois, funda o The Intercept Brasil (Greenwald reside no Rio de Janeiro desde 2005). Ao contrário dos periódicos tradicionais, cujas orientações político-ideológicas são analisadas e discutidas por pesquisadores há décadas, o Intercept Brasil não possui trabalhos que tematizem sua identidade. Procuo delinear formas de compreensão da linha editorial estabelecida pelo veículo, lançando mão de investigação que congrega análise de conteúdo e a realização de entrevistas com profissionais da empresa. Intenciona-se conhecer tanto os elementos que estruturam o trabalho do Intercept quanto começar a entender as razões do incômodo que causa aos grandes grupos noticiosos do país.

2 Fundamentos do jornalismo brasileiro e universo da “grande imprensa”

Para entender o desconforto da imprensa tradicional nativa, é necessário examinar temáticas relativas à constituição histórica da instância jornalística nacional, e neste processo, a grande relação entre mídia noticiosa e estruturas de poder. Em concomitância, importa perceber como os processos de *newsmaking* refletem esse entrecruzamento entre diferentes campos. A partir do estudo de elementos engendrados ao fazer jornalístico (como definição de valores-notícia e utilização de



fontes), pode-se delinear as diferenças entre lógicas e interesses editoriais que demarcam a atuação dos veículos supracitados em relação à dos periódicos pertencentes aos grandes grupos empresariais-midiáticos do país.

Há um extenso conjunto de autores que trata do tema da “grande imprensa” brasileira, por diversos ângulos – Abramo (2016), Biroli e Miguel (2017), Guazina (2013), Melo (2006), entre outros. Ao focar a questão, tentamos jogar luz sobre as práticas e valores de um grupo marcado pela exclusividade, constituído por algumas poucas famílias e seus negócios; inversamente proporcional, contudo, é o poder que estas apresentam no cômputo da sociedade brasileira. Os veículos jornalísticos comandados pelas famílias Marinho (Grupo Globo), Frias (Folha de S. Paulo), Civita (Grupo Abril), Mesquita (Grupo Estado) e Saad (Grupo Bandeirantes) constituem um verdadeiro oligopólio no panorama jornalístico nacional, e a esta preponderância corresponde significativo poder, tanto em termos econômicos quanto políticos (PORTAL IMPRENSA, 2017).

Ao longo de sua história, a imprensa brasileira se vê enquadrada em um modelo híbrido, que combina atuação como empresa e subsídios por parte de grupos políticos (estejam estes ou não ocupando o poder). Pesquisadores como Marcondes Filho (2009), Melo (2006) e Sodré (2007) apontam que esta situação é representativa do estilo de capitalismo de dependência que foi desenvolvido no Brasil – ao passo que, nos EUA e em países europeus como França e Grã-Bretanha, os periódicos, de forma geral, tiveram na independência dos poderes políticos um fator de valorização do papel do jornalismo em suas sociedades. Como afirma Marcondes Filho (2009), o jornalismo é fruto direto das ideias liberais, com uma relação muito próxima aos preceitos da democracia.

A implantação da Imprensa Régia e a liberação dos impressos no território brasileiro, no início do século XIX, introduzem o jornalismo no Brasil, que deixava a posição de colônia para passar à condição de Império. Durante quase todo o século XIX, o poder imperial buscou controlar a proliferação de impressos a fim de calar vozes dissonantes. Com a República, opera-se a troca de guarda no sistema: a nobreza é destituída pela ascendente burguesia, que mesmo que defenda os ideais liberais, passa a contar com as verbas destinadas pelas instâncias públicas. Melo (2006) comenta que o jornalismo brasileiro é caracterizado por um “elitismo congênito”. Em



grande parte, o desenvolvimento do setor foi dependente dos investimentos e benesses estatais, concedidas pela manutenção de boas relações entre elites econômicas e políticas, indicando uma situação bastante diversa da percebida na constituição da imprensa burguesa nos EUA ou Europa.

O apoio das estruturas governamentais à atividade jornalística não foi o único, e mais um personagem entra com destaque no cenário. A partir da década de 1940, a dependência das empresas se ampliou para a necessidade do capital estrangeiro (destacadamente, de origem norte-americana), o que se impõe como uma forma de “vassalagem”, nas palavras de Melo (2006). Para Sodré (2007), a situação é representada pela instalação de agências publicitárias internacionais e pela publicação de produtos por empresas não nacionais. No primeiro caso, os investimentos em anúncios – o que realmente sustenta os empreendimentos noticiosos – foram condicionados ao alinhamento ideológico, vitimando aqueles que não se adequassem. No segundo, a produção estrangeira (ligada, em grande parte, a segmentos específicos) foi fonte de discórdia com setores da sociedade, visto que os modernizados sistemas dessas companhias atingia as possibilidades de sobrevivência da mídia doméstica, sempre às voltas com dificuldades financeiras².

A reordenação estrutural do jornalismo em âmbito mundial a partir dos anos 1960 implica mudanças também no panorama brasileiro. A irrupção do “Jornalismo de Comunicação”, na definição de Charron e Bonville (2016) compartilhada por Neveu (2006), ou “Quarto Jornalismo”, na concepção de Marcondes Filho (2009), tem no desenvolvimento tecnológico concomitante às reconfigurações do sistema capitalista sua composição basilar. A mentalidade mercadológica atinge duramente o ofício jornalístico, impactando desde a organização das empresas à ética e deontologia da profissão, passando marcadamente pela relação entre imprensa e sistema econômico-financeiro. Obviamente, a definição jornalismo de mercado não se refere aos compromissos orçamentários básicos de qualquer empresa, “mas um conjunto de evoluções pelas quais a busca de uma rentabilidade máxima vem redefinir a prática jornalística” (NEVEU, 2006, p. 158). Temos um panorama constituído pelo

² Ademais, a influência direta dos investimentos externos também era fonte de contestação, com o caso do acordo entre os grupos Globo e Time-Life (EUA), na década de 1960, sendo denunciado tanto pelos aspectos financeiros quanto pela influência externa sobre o comando produtivo da empresa.



barateamento das inovações tecnológicas, a transformação das funções tradicionais do profissional da notícia (jornalistas como “prestadores de serviço” ou “produtores de conteúdo”, por exemplo), a explosão de fontes de informação, migração de financiamento publicitário para a internet, etc. Neste novo meio ambiente jornalístico,

[o]s empresários da mídia e os investidores, em busca de novos mercados e estimulados pelas inovações técnicas e pelo movimento de desregulamentação e de liberalização dos mercados, favorecem a multiplicação dos suportes midiáticos e dos serviços de informação. O mercado de mídia se caracteriza, doravante, por uma grande diversificação e por uma superabundância de oferta. A imprensa escrita cotidiana e as grandes redes de televisão, que dominavam a indústria de mídia, veem suas parcelas de mercado esfacelar-se em proveito de uma nova mídia, mais especializada, mais inovadora e que respeita menos as normas estabelecidas (CHARRON, BONVILLE, 2016, p. 30).

Esta miríade de transformações transfigurou o jornalismo nacional. Segundo Camargo (2012), no início dos anos 2000, as empresas/grupos familiares viram seu faturamento despencar, reflexo da queda de circulação de impressos, da escassez publicitária e de decisões erradas, como o investimento desmesurado na TV por cabo. O Grupo Bloch, proprietário da TV Manchete e diversas publicações, acabou sucumbindo e foi extinto em 2001.

Porém, o conjunto das mudanças não ameaçou o monopólio familiar da imprensa brasileira, muito menos suas práticas e lógicas de atuação. Tentativas explícitas de influência em disputas eleitorais envolvendo o Grupo Globo – casos como Proconsult, na eleição para governador do estado do Rio de Janeiro em 1982, a cobertura facciosa da campanha Diretas Já (1984) e a edição do debate presidencial entre os candidatos Luiz Inácio Lula da Silva e Fernando Collor, em 1989 – constituíram-se constante no Brasil pós-ditadura militar. Ademais, a adesão ao ideário neoliberal permeou a “objetividade” do jornalismo das empresas tradicionais marcadamente a partir da década de 1990: houve apoio incondicional às reformas implementadas pelo governo de Fernando Henrique Cardoso (PSDB) e invisibilidade dos escândalos que poderiam abalá-lo. Por outro lado, nos anos 2000, as medidas de cunho social tomadas pelos governos de Lula e Dilma Rousseff (ambos do PT) foram alvo de questionamento e descrédito, ao passo que denúncias de corrupção foram



amplificadas de forma poucas vezes vista na mídia nacional (paralelo pode ser feito com a relação entre parte da imprensa e Getúlio Vargas, na década de 1950).

No transcurso de uma trajetória de quase dois séculos, a imprensa brasileira expôs e representou algumas das principais características que constituem as estruturas sociais, econômicas, culturais e políticas do país: o viés conservador no que tange a costumes sociais e ideologias políticas, a pouca afeição ao embate democrático (o silenciamento do contraditório é comum), a naturalização da exclusão das camadas mais pobres, a compreensão colonizada sobre a realidade histórica mundial. A conformação da visão elitista dos acontecimentos é materializada diariamente nas páginas de impressos, reportagens de TV, textos nos portais da internet, etc. Esta situação influencia, de certo, em expressiva parcela da perda de credibilidade das empresas jornalísticas familiares. Concomitantemente, a entrada em cena da internet constituiu uma nova ambiência para a imprensa, permitindo o surgimento de novos veículos como o *Intercept* Brasil.

3 O The *Intercept* Brasil

Criado em 2016, The Intercept Brasil é a versão brasileira do veículo criado em 2014 nos EUA, tendo como fundadores os jornalistas Glen Greenwald, Jeremy Scahill e Laura Poitras (atualmente, afastada do projeto). Pertence ao grupo First Look Media³, do empresário Pierre Omidyar, fundador do site E-Bay. Greenwald é o editor chefe do portal em território brasileiro. Vencedor do prêmio Pulitzer pela série de reportagens (publicadas pelos jornais The Guardian e The Washington Post) na qual divulgou informações do programa de espionagem global realizado pelos EUA a partir de documentos vazados pelo ex-agente de inteligência Edward Snowden, que é considerado um dos mais prestigiados jornalistas norte-americanos da atualidade - sendo, atualmente, residente no Rio de Janeiro.

³ Segundo informações da página do Intercept, a First Look Media é “uma empresa multimídia dedicada a apoiar vozes independentes em jornalismo investigativo, cinema, arte, cultura, mídia e entretenimento. A *First Look Media* produz e distribui conteúdo em diversos formatos, incluindo longas, curtas, podcasts, mídia interativa e jornalismo narrativo, seja com nossa propriedade intelectual digital ou através de parceiros”.



A “matriz” do *Intercept* surge como uma revista eletrônica dentro do First Look Media, tendo como motivação a produção de jornalismo investigativo a partir do caso Snowden. Já o projeto brasileiro é iniciado, conforme a primeira postagem do site realizada por Greenwald, em agosto de 2016, na esteira da crise política que culmina com o impeachment da presidenta Dilma Rousseff (PT). A extrema concentração midiática, na fala do jornalista, é uma aliada das elites político-econômicas.

Ficou claro para nós que há um enorme apetite por formas alternativas de jornalismo no país. Há muito tempo, o quinto país mais populoso do mundo é dominado por um número reduzido de veículos de comunicação, dos quais a grande maioria apoiou o golpe de 1964 e os 21 anos da violenta ditadura de direita que se seguiram. Essas instituições ainda pertencem às mesmas cinco famílias extremamente ricas e poderosas que tiveram um papel central nesse período. Em um país de tamanha diversidade e pluralidade, esse monopólio resultou em um mercado de comunicação que asfixia a diversidade e a pluralidade de opiniões⁴.

De acordo com informações próprias, o principal objetivo do portal é concretizar um jornalismo que seja “destemido” e “combativo”. Neste sentido, é interessante que o site apresente uma possibilidade de contato denominada “Seja nossa fonte”, na qual é afirmado o compromisso da empresa com a proteção de suas fontes. Na seção, explica-se o funcionamento da plataforma de segurança (servidor SecureDrop) e é apresentado link para o envio de informações criptografadas. Consoante à seção “Missão editorial e equipe”, afirma-se que “[o] The Intercept dá aos seus jornalistas a liberdade editorial e o suporte legal de que precisam para expor a corrupção e a injustiça onde quer que as encontrem”⁵.

4 Entendendo a linha editorial do *Intercept* Brasil: procedimentos metodológicos

De acordo com Guerreiro Neto (2013, p. 84), uma linha editorial, “embora siga o norte do editor, pode ser institucionalizada a ponto de se alterar mais lentamente do que as estruturas de pensamento que produzem as opiniões individuais”. Há uma conjunção significativa entre instituição jornalística e estruturas organizacionais, que

⁴ <<https://theintercept.com/2016/08/02/bem-vindo-ao-the-intercept-brasil/>>.

⁵ <<https://theintercept.com/brasil/staff/>>



implicam maneiras específicas de construir narrativas acerca da realidade – a principal atividade do jornalismo. O entrecruzamento de valores, interesses e formas narrativas específicas vai moldando, ao longo do tempo, a linha editorial.

Mesmo que inconsistentes entre si, as notícias são visivelmente marcadas por esse mecanismo de coerção que é a linha editorial. O que importa aqui é perceber que os jornais mantêm, senão opiniões, ao menos diretrizes opinativas relativamente consolidadas, seguidas por vezes mesmo com trocas no comando (GUERREIRO NETO, 2013, p. 84).

Partindo de arcabouços teóricos distintos, Venancio (2009) e Neveu (2006) chegam a considerações semelhantes sobre o conceito de linha editorial. Para o primeiro, esta se constitui como um valor-notícia relativo às formas de realização das pautas jornalísticas, indicando um valor-notícia de construção. “E isso não só acontece através das influências na escolha de fontes e fatos, mas também na não-escolha, algo que chamamos aqui de antiuniverso midiático dos fatos inomináveis” (p. 222). Para Neveu, a linha editorial “se traduz em cada edição na escolha dos acontecimentos a ser valorizados, ao ângulo sob a qual os cobrir” (2006, p. 77).

Entendo linha editorial como principal dimensão conformadora da identidade de um veículo jornalístico, que engloba as dimensões estruturada e estruturante da mídia noticiosa. Compreende, assim, elementos e processos relativos às perspectivas de “apreensão” da realidade – como se tal fosse possível – e a visibilização das narrativas acerca dessa, engendrando valores, discursos, crenças, motivações econômicas, financeiras, políticas, sociais e históricas que permeiam, explícita ou implicitamente, todo o processo jornalístico.

Postulo, para esta pesquisa, uma metodologia mista de investigação, com o cruzamento de informações advindas de entrevistas com profissionais do veículo em conjunção a uma análise quantitativa e qualitativa geral do conteúdo publicado pelo *Intercept* Brasil. É empreendida interpretação acerca dos processos que conformam a construção da realidade a partir do periódico. Vale ter em perspectiva que a combinação de diferentes formas de investigação visa uma mais completa apreensão dos elementos relacionados ao objeto, ainda pouquíssimo estudado.

Destarte, como indicam Cervi e Massuchin (2013, p. 845), o emprego de metodologia quantitativa em investigações acerca de coberturas jornalísticas “tem por



objetivo identificar como que determinados temas aparecem nos jornais por meio de uma série de características que podem ser medidas e contabilizadas”. A investigação do conteúdo no presente trabalho é empreendida pela quantificação de dados coletados em um determinado período de análise, sendo esta ação relacionada à dimensão qualitativa das informações jornalísticas do conteúdo publicado pelo *Intercept*. A construção da pesquisa passa pela conformação das variáveis. Estas

são indicadores que representam as características dos textos analisados, ou seja, cada variável analisada num determinado texto é uma caracterização que o pesquisador faz de acordo com conceitos já existentes na literatura. Dessa forma, as variáveis são criadas a partir de conceitos teóricos. Nas análises quantitativas, os conceitos são transformados em variáveis, pois para poder identificar como eles estão presentes no mundo real é necessário encontrar uma forma de operacionalizar tais características. (CERVI, MASSUCHIN, 2013, p. 845)

Em conjunto às entrevistas, fazemos uso de uma estruturação com base na Análise de Conteúdo, trazida a partir de autores como Leal e Antunes (2011), Bauer (2002) e Herscovitz (2008). Abandonando-se visões anteriores de perspectiva metodológica somente voltada a aspectos manifestos das mensagens examinadas, a utilização da AC deve contemplar possibilidades de complexificação das temáticas enfocadas. Neste encadeamento,

[s]erá importante para a constituição de um estudo que contemple características quantitativas e qualitativas do material noticioso, promovendo uma integração entre as duas visões de forma que os conteúdos manifesto (visível) e latente (oculto, subentendido) sejam incluídos em um mesmo estudo para que se compreenda não somente o significado aparente de um texto, mas também o significado implícito, o contexto onde ele ocorre, o meio de comunicação que o produz e o público ao qual é dirigido (HERSCOVITZ, 2008, p. 126).

Para Bauer (2002), a AC incorre na reconstrução de representações, destacadamente nas dimensões sintática e semântica. A primeira é relacionada à atenção sobre as emissões de sinais e suas interrelações, enquanto a segunda é voltada às formas de expressão e de influência. A semântica centraliza a atenção sobre o que é mobilizado em um texto, temas trabalhados e valores presentes no mesmo. A combinação das perspectivas analíticas semântica e sintática possibilita ao



pesquisador inferências acerca dos valores, crenças, ideologias, estereótipos, dentre diversos outros elementos possíveis no corpus. Por meio da “reconstrução de representações, os analistas de conteúdo inferem a expressão dos contextos, e o apelo através desses contextos” (BAUER, 2002, p. 198). No âmbito do Jornalismo, Leal e Antunes (2011) observam que a utilização da AC pode ser extremamente útil, desde que em conjunto a outros métodos investigativos. Enfocando a questão do acontecimento jornalístico, eles defendem que

[a] análise de conteúdo vai permitir basicamente apontar e medir a presença de determinados temas e ideias em certo corpus, que podem ser bastante variados. Na análise de conteúdo quantitativa ou qualitativa trata-se fortemente de “dissecar” tal corpus: detectar, classificar, medir e comparar, produzindo categorias de apreensão dos fenômenos representados no material analisado (LEAL, ANTUNES, 2011, p. 29).

Optei por estabelecer como variáveis na observação dos conteúdos noticiosos postados os gêneros jornalísticos e os acontecimentos temáticos. Conjuntamente, põe-se em interação elementos quanti-quali e dimensões ligadas às características sócio-organizacionais do cibermeio. Para tanto, faz-se uso de entrevistas – uma ferramenta de pesquisa social, observa Morin (1973). O ato de entrevistar é uma atitude de aproximação, dependente da disposição do entrevistador de escutar e, especialmente, de “como” escutar. É importante estar atento ao inter-relacionamento das perspectivas subjetivas afeitas ao relato às formas de interpretação do material para a construção da investigação. Há várias distinções sobre modelos de entrevistas na pesquisa social que, por suas caracterizações e classificações, podem ser definidas, a partir dos roteiros (estruturada, semiestruturada, livre), por exemplo, ou mesmo pelos seus objetivos (entrevista de diagnóstico, investigação, terapêutica). Nesta pesquisa, a entrevista semiestruturada se constitui no modelo a ser trabalhado. Rosa e Arnoldi (2008) entendem a entrevista em profundidade como um processo comunicativo de extração de informação por parte de um entrevistador e nessa informação se encontra a biografia do entrevistado. Este tipo de entrevista, mais longa e intensa, requer preparação e uma estrutura especial que incluiria, principalmente, um questionário organizado previamente, porém aberto às possibilidades de interação que surgem com o entrevistado.



No trabalho, as entrevistas são realizadas com jornalistas, que, como diz Traquina (2005), integram uma “comunidade interpretativa transnacional”. Para Pereira (2012) a dinâmica interacional simbólica envolvida na realização de uma entrevista deriva em processos de uma negociação silenciosa acerca da narrativa que será construída posteriormente pelo entrevistador. “Entrevistar jornalistas envolve, antes de tudo, uma situação bastante peculiar de interação: conversamos com pessoas que também conhecem e se utilizam da entrevista como forma de produzir conhecimento sobre o mundo” (PEREIRA, 2012, p. 37).

5 Processos analíticos: a construção da identidade editorial do *Intercept*

AAC empreendida tem como base um recorte temporal de três meses, com a coleta de conteúdo (notícias, artigos, colunas, vídeos) publicado no site entre os dias 17 de janeiro e 17 de abril de 2018 – este período teve por intento abranger o início do ano 2018, de forma que o material que compusesse o *corpus* fosse o mais recente possível, de maneira a permitir uma análise bastante atualizada do site. Desta feita, o estrato de análise compreende um total de 136 “postagens” de conteúdo (utilizo tal denominação em função de o site ser estruturado no modelo de *scroll*, bastante comum em blogs e sites de redes sociais).

A organização do material foi feita de maneira a ser possível visualizar a incidência das temáticas que constituem o painel noticioso do *Intercept* Brasil. Assim, a primeira camada analítica expõe a variável “gêneros jornalísticos”, que indica:

Tabela 1: divisão por gênero jornalístico (17/01/2018 a 17/04/2018)

Conteúdo	Porcentagem
Postagens: 136	100%
Matérias (notícias/reportagens): 77	56,61%
Colunas (articulistas fixos): 25	18,38%
Artigos (articulistas não fixos): 17	12,5%
Vídeos: 15	11,02%
Interações com público: 2	1,47%



Fonte: autoria própria

É perceptível que o material noticioso ocupa mais da metade da produção – apesar de não entrar na tabela 1 como “matérias”, é compreensível como conteúdo noticioso, o que representa cerca de 67% das postagens. A margem para articulistas fixos e não fixos compreende aproximadamente 30% das publicações. Os colunistas fixos são João Filho e Mário Magalhães. O primeiro (13 textos), cientista social e jornalista, é administrador do perfil “Jornalismo Wando” no Twitter, no qual faz humor crítico sobre a atuação da imprensa nacional, mas que não utiliza o personagem no *Intercept*. Já Magalhães (12 textos), contratado no início de 2018, é um jornalista de longa carreira, que até 2017 era colunista do jornal Folha de São Paulo, onde também atuou como *ombudsman*. É autor da biografia “Mariguella: o guerrilheiro que incendiou o mundo”. Dentre os articulistas não fixos, publicaram textos Shaun King (quatro), Mehdi Hasan (três), João Carlos Dalmagro Júnior (três), Glenn Greenwald (dois), Leandro Demori (dois), Alexandre Rodrigues (dois) e Luis Felipe dos Santos (um). Após a análise transversal de viés quantitativo, procedi a uma exploração qualitativa do *corpus*, procurando delimitar os domínios temáticos da produção do *Intercept* Brasil. Neste sentido, a principal constatação foi a de que, para produzir uma quantificação que expusesse o estrato coletado de maneira qualitativa, é muito difícil realizar uma divisão temática que exclua, por completo, a dimensão política. A considerável maioria das postagens do site têm, na composição de seu enquadramento, o engendramento de processos e lógicas políticas, tanto em caráter partidário quanto não partidário – ou seja, o horizonte das interações em sociedade é composto pela exposição das relações de poder e das forças em combate.

Elaborei uma tabela que tem por objetivo apresentar a complexidade da situação. Reformulando a divisão (não mais por gênero jornalístico, mas invocando a variável de “enquadramento temático”) e excluindo o material traduzido (25 postagens, apenas considerando um texto que trata do Brasil), cuja origem é o site *Intercept* norte-americano – quase todo ele sobre política internacional, e que engloba textos e vídeos – e a produção de conteúdo noticioso sobre o ambiente internacional feita por jornalistas brasileiros (quatro postagens), têm-se a configuração exposta na tabela 2.



Tabela 2: enquadramento temático (assuntos Brasil)

Conteúdo	Porcentagem
Postagens: 107	100%
Política/partidos: 28	26,01%
Política/sociedade: 24	22,42%
Política/economia: 2	1,86%
Sociedade: 16	14,95%
Economia: 3	2,80%
Colunas: 25	23,36%
Artigos (um de material traduzido): 6	5,60%
Video: 1	0,93%
Interação com o público: 2	1,86%

Fonte: autoria própria

Do material que enfoca assuntos relativos ao Brasil (107 postagens), o substrato político (partidário e não partidário) está presente em 88 conteúdos, totalizando 82,24% das postagens – na tabela 2, apenas as divisões Economia e Sociedade são compostas por material que não apresenta elementos que possam ser considerados sob a ótica da política. Esta situação demandou uma organização do conteúdo de maneira que a análise pudesse expor um movimento hermenêutico que reflete a constituição do material noticioso do *Intercept*, no qual as editorias se mostram mais flexíveis, extrapolando a ideia de rubricas totalizadoras de conteúdo (ao menos, no que se observou em âmbito político).

Vale observar que a perspectiva da política no universo da notícia carrega, fortemente, a concepção do campo político como dimensão relativa à institucionalização. A formatação tradicional engloba assuntos e moldes explicitados na construção enunciativa de disputas entre diferentes atores que, via de regra, têm vinculação partidária e/ou institucional. Como sustenta Miguel,



[s]alvo em situações excepcionais, a mídia não questiona os limites dados do que é “a política”. As páginas dedicadas ao tema nos jornais estão firmemente ancoradas nas instituições. Tratam do parlamento, das chefias dos poderes executivos, de eleições e de partidos. A delimitação da política enquanto tal nessas esferas nada possui de natural ou inevitável. Pelo contrário, é fruto da própria luta política e traduz determinada hegemonia. A separação entre política e economia sob o capitalismo, por exemplo, retira do escrutínio público as decisões sobre o investimento produtivo – que, no entanto, têm um impacto mais significativo na vida cotidiana do que a maior parte das medidas governamentais. Também permite que a propriedade privada se coloque como uma barreira às reivindicações de democracia e participação, que assim ficam excluídas de dentro das empresas. Em suma, trata-se de uma demarcação que contribui para a manutenção da ordem capitalista (MIGUEL, 2002, p. 174).

O autor aponta que, como consequência dessa conformação, temáticas de grande relevância – como discussões sobre a descriminalização do aborto ou da proteção ao meio ambiente – são alijadas do espaço midiático-político, por não serem consideradas genuinamente políticas. Desta forma, grande parte do complexo midiático jornalístico não questiona a concepção tradicional do que seria o universo político; “pelo contrário, tendem a uma adaptação imediata a ele, como num reconhecimento tácito de que a tarefa de definir o campo político pertence a seus próprios integrantes” (MIGUEL, 2002, p. 175).

No caso do *Intercept* Brasil, a “quebra” do parâmetro na produção da notícia determina mudanças significativas. A construção dos acontecimentos, ao incorporar a dimensão política, traz uma complexificação dos mesmos, que não são relativos mais apenas ao seu contexto imediato de ação, mas às dinâmicas que engendram toda a sociedade. Em expressiva parte das matérias, a política é parte do universo construído narrativamente, seja como elemento principal (sem necessariamente ser institucionalizada a partir dos partidos) ou pano de fundo. As tramas de processos sociais trazidas pelas notícias exploram disputas de poder, em suas diversas formas; tal disposição traz as implicações políticas para o centro da produção jornalística do *Intercept* Brasil, resultando em enquadramentos que pouco se assemelham aos dos veículos tradicionais – o que implica a necessidade de divisões como “política e sociedade” e “política e economia”, delineadas nas tabelas. Questiona-se, desta forma, a perspectiva instrumental a partir da qual a política costuma ser noticiada.



Foram realizadas entrevistas com os jornalistas George Marques (em novembro de 2017, via email), à época⁶ correspondente do *Intercept* Brasil em Brasília-DF, e Leandro Demori (em abril de 2018, via contato telefônico). O roteiro das perguntas foi o mesmo, embora, pela interação direta, a conversa com o segundo tenha se desdobrado a partir das perguntas realizadas, cujo norte foi a rotina dos profissionais e as características da empresa. Tanto Marques quanto Demori elogiam a condição de independência para desenvolvimento do trabalho no veículo, sem a intervenção de superiores no conteúdo produzido – neste caso, Demori enfatiza que mesmo Glenn Greenwald, “nome-forte” do site, não atua aprovando ou desaprovando pautas dos jornalistas.

Na análise dos elementos de constituição da “visão de mundo” que estrutura e, dialeticamente, é estruturada pela linha editorial, chama à atenção a fala de Demori acerca da composição da redação quando perguntando sobre as diferenças do *Intercept* no que tange o cenário dos veículos jornalísticos:

Eu tenho uma carreira bastante diferente do que, em geral, você vai achar em alguém com a minha idade. Talvez daqui pra frente fique mais comum. Mas eu tenho 37 anos e, na verdade, a maior parte da minha carreira eu não fiz dentro de veículo [...]. A diferença para o Intercept é que a gente tem uma redação mais heterogênea, não é muito aquela galera de classe média, branca, que estudou sempre no mesmo colégio – principalmente, para o Rio de Janeiro, isso é muito marcado. É uma redação que tem gente de muitos lugares, é mais misturado, e a gente acaba olhando para pautas que estão ou fora do radar, ou que a gente tem uma abordagem única nossa, que acaba não seguindo o que está rolando no dia a dia de hard news. Essa é a principal diferença [...]. É uma política da empresa e é boa para o jornalismo, você não fica sempre falando dos mesmos assuntos. Eu acho que a monotonia do jornalismo brasileiro, em geral, tem a ver com a monotonia das redações, com pessoas todas muito parecidas comigo: branco, classe média, “estudado”, do Sul ou Sudeste, e aí acaba virando uma ação entre amigos, né. Quando temos gente de outros lugares, que enxerga o mundo com outra lente, conseguimos ter um tipo de cobertura e um tipo de pauta muito mais interessante (Informação verbal).⁶

⁶ Marques deixou a empresa em março de 2018.

⁶ DEMORI, L. Entrevista concedida ao autor (telefone) em 10 de abril de 2018.



Para o entrevistado, a diferença de origens contemplada na redação do *Intercept* constitui um dos seus diferenciais, justamente pela diversidade de concepções de mundo e histórias de vida. A produção das pautas e das matérias, desta maneira, reflete uma amplitude de compreensões sobre a realidade que, em boa parte dos grupos midiático-jornalísticos, é praticamente invisível, visto que integrantes de grupos que compõem a classe média e a elite são mais presentes nas redações brasileiras.

Quando perguntado sobre a linha editorial do *Intercept*, Marques preferiu repassar a pergunta aos editores. Demori, que atua nos setores gerencial e editorial, não se furtou em responder:

Cara... eu acho que é um lugar independente pra caramba, cada um meio que faz o que quer, sabe? É um site progressista, que tem valores humanistas, que defende Direitos Humanos, a gente não tem nenhum problema em assumir posição política – o que é diferente de assumir posição partidária. A gente não tem predileção por nenhum partido, não nos importamos com que partido está fazendo o quê. Mas nós somos um ator político também, e não temos problema nenhum com isso. A gente tem um lado, que é o lado das coisas que a gente acredita, que é o lado de defesa dos Direitos Humanos, de defesa do “lado mais fraco da força”, de sempre procurar brechas no establishment, de expor o establishment quando eles estão fazendo merda. E é isso, é para esse lado que a gente vai (Informação verbal).

É importante observar que o jornalista valoriza a atuação política do veículo, em especial pela defesa de valores humanistas e dos Direitos Humanos – e que, ao fazê-lo, acaba por chocar-se aos poderes políticos, econômicos e sociais dominantes, visto que são os integrantes das classes mais baixas que sofrem com o desrespeito – tanto por parte do Estado quanto do mercado – aos direitos mais básicos de existência. Assim, além da reafirmação da importância do jornalismo na transformação da sociedade, há um total descarte do modelo “objetivista”, da utópica e, principalmente, falaciosa ideia de imparcialidade jornalística. A ideia de que possa ser possível construir representações e narrativas acerca do mundo a partir de uma realidade insípida só teria serventia à manutenção das estruturas do poder já instituído – um dos objetivos deste é, sem dúvida, apagar as contradições de uma sociedade forjada na desigualdade.



6 Considerações finais

Neste texto, iniciei estudos acerca da linha editorial do site jornalístico *Intercept* Brasil, tendo como preocupação a apresentação elementos e processos que possam ajudar no exame da identidade do veículo, uma das novas empresas de conteúdo noticioso que buscam espaço no monolítico cenário da imprensa brasileira. É importante, contudo, sublinhar que este é um trabalho recém começado, que apresenta primeiras reflexões acerca de um material amplo e complexo – ressalte-se, porque dista dos formatos comuns das coberturas noticiosas dos periódicos tradicionais do país. Enfocar o *Intercept* Brasil é procurar entender as configurações nacionais da irrupção do chamado “Jornalismo de Comunicação”, sendo que esta estruturação acontece em um sistema de grande hostilidade por parte dos grupos midiático-jornalísticos históricos no país – todos estes comandados por famílias que são também grupos empresariais. Em seus periódicos, linhas editoriais politicamente conservadoras e socialmente liberais são a composição hegemônica.

Dentre diversas questões despertam reflexão, um dos elementos distintivos do material analisado é a significativa importância de uma “mirada” política dos acontecimentos, especialmente no sentido da política não partidária. Este aspecto, a meu ver, é um dos que mais distancia o jornalismo produzido pelo *Intercept* Brasil do praticado pelos integrantes da “grande imprensa”: ao trazer as dinâmicas e lógicas da política ao cotidiano das pessoas sem que isso seja somente facultado à participação eleitoral, o veículo visibiliza elementos e processos que buscavam a invisibilidade, ao mesmo tempo em que aponta possibilidades de ação. Sem dúvida, a “realidade” construída narrativamente por um jornalismo que inclui a dimensão da política – que é inerente às interações sociais – tem o potencial de modificar, significativamente, as formas pelas quais as pessoas entendem o mundo que as rodeia. Numa sociedade como a brasileira, na qual a instância jornalística tradicional por vezes se confunde com os próprios grupos que comandam as estruturas político-econômicas de poder, tal perspectiva certamente inquieta o topo da pirâmide.



É válido, sobretudo, compreender como a estruturação da linha editorial do *Intercept* Brasil reflete as configurações sociopolíticas buscadas na constituição de seu “corpo de trabalho”, como citado nas entrevistas. A preocupação de ter uma redação que reflita o amplo mosaico de origens sociais brasileiras – e, conseqüentemente, de visões do mundo – combina-se à situação de ser um jornal feito por jornalistas. Neste sentido, a diversidade é empregada como “ferramenta” para o desenvolvimento de uma atuação jornalística cujo principal foco é, justamente, o jornalismo, exercendo o papel de observador privilegiados de uma sociedade erigida em contradições. É notada uma preocupação com a notícia, elemento primordial do jornalismo, a partir de vieses de percepção que expandem as definições de linhas editoriais forjadas e mantidas ao longo de décadas sob influência de grupos de interesses históricos no espectro do Estado brasileiro.

Ao cabo, importa dizer que é inegável que há uma independência do trabalho do *Intercept* em relação aos poderes político-econômicos tradicionais no Brasil. Contudo, é necessário ir além, entendendo o veículo em sua tentativa de existência no cenário jornalístico do país.

Referências

ABRAMO, P. **Padrões de manipulação na grande imprensa**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2016.

BAUER, M. Análise de conteúdo clássica: uma revisão. In: BAUER, M.; GASKELL, G. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. Petrópolis: Vozes, 2002.

BIROLI, F.; MIGUEL, L. F. **Notícias em disputa: mídia, democracia e formação de preferências no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2017.

CAMARGO, C. O meio é a mensagem: a globalização da mídia. In: MARTINS, A.; LUCA, T. (Org.). **História da imprensa no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2012.

CERVI, E.; MASSUCHIN, M.. Metodologia quantitativa em pesquisas sobre cobertura jornalística: análise da eleição municipal de 2012 na Folha de S. Paulo. **Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia**, vol. 20, núm. 3, septiembre-diciembre, 2013, pp. 840-865, PUCRS, Porto Alegre.

CHARRON, J.; BONVILLE, J. **Natureza e transformação do jornalismo**. Florianópolis: Insular, 2016.



GUERREIRO NETO, G. **O discurso de legitimação no jornalismo**. Dissertação de Mestrado [Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina], 2013.

HERSCOVITZ, H. Análise de conteúdo em jornalismo. In: LAGO, C.; BENETTI, M. **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2008.

LEAL, B.; ANTUNES, E. O acontecimento como conteúdo: limites e implicações de uma metodologia. In: LEAL, B. et al (org.). **Jornalismo e Acontecimento: percursos metodológicos**. Florianópolis: Insular, 2011.

MARCONDES FILHO, C. **Ser jornalista: o desafio das tecnologias e o fim das ilusões**. São Paulo: Paulus, 2009.

MARQUES, G. Entrevista concedida ao autor (email) em 7 de novembro de 2017.

MELO, J.M. **Teoria do Jornalismo: identidades brasileiras**. São Paulo: Paulus, 2006.

MIGUEL, L. Os meios de comunicação e a prática política. **Lua Nova: Revista de Cultura e Política**, n.55-56, São Paulo, 2002.

MORIN, E. A entrevista nas Ciências Sociais, na rádio e na televisão. In: MOLES, Abraham et alii. **Linguagem da cultura de massa**. Petrópolis: Vozes, 1973.

NEVEU, É. **Sociologia do jornalismo**. São Paulo: Edições Loyola, 2006.

PEREIRA, F. Conversando com jornalistas. A perspectiva do interacionismo simbólico. In: MAROCCO, Beatriz (Org). **Entrevista na prática jornalística e na pesquisa**. Porto Alegre: Libretos Universidade, 2012.

PORTAL IMPRENSA. "Forbes" elege a família Marinho, proprietária da Rede Globo, como a mais rica do Brasil <<http://www.portalimprensa.com.br/noticias/brasil/65755/forbes+elege+a+familia+marinho+proprietaria+da+rede+globo+como+a+mais+rica+do+brasil>>, acesso em 14/07/2017.

ROSA, M.; ARNOLDI, M. **A entrevista na pesquisa qualitativa: mecanismos para validação dos resultados**. Belo Horizonte: Editora Autêntica, 2008.

SODRÉ, Nelson. **História da Imprensa no Brasil**. Rio de Janeiro: Mauad, 2007.

TRAQUINA, N. **Teorias do Jornalismo. Volume II: A tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional**. Florianópolis, Insular/Posjor-UFSC, 2005.

VENANCIO, R. **Jornalismo e linha editorial: construção das notícias na imprensa partidária e comercial**. Rio de Janeiro: E-papers, 2009.